

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Schweizer Milch

Die Schweiz – eine Nation der Guetzli-Familien

Das aktuelle «Swissmilk Family»-Magazin ist voll von interessanten Geschichten und tollen Rezepten.

«Swissmilk Family» bietet den Kindern Unterhaltung und den Eltern interessanten Lesestoff sowie regionale und saisonale Rezept-Ideen. Einige Highlights der aktuellen Ausgabe:

– Drei Familien erzählen, was passiert, wenn es heisst: «Achtung, fertig, guetzlen!» Und wenn die Familien guetzlen, dann verwenden sie ganz selbstverständlich Schweizer Butter. Warum hat es dann in industriell gefertigten Guetzli oft Palmöl? Zwei Infoboxen klären auf.

- Der 9-jährige Jonas aus Illighausen TG und die 8-jährige Milia aus La Chaux-de-Fonds NE erzählen von ihrem Leben auf dem Bauernhof.
- Die stärkste Familie der Schweiz – der Titel wurde am Tag der Schweizer Milch verliehen – macht Fondue.
- Die sechs besten Guetzli-Rezepte sorgen für weihnachtliche Stimmung, und Rezepte nach dem Motto «1x kochen, 3x essen» erleichtern den Alltag.

Die aktuelle Ausgabe wurde am 15./16. November an 260'000 Familien verschickt. Familien mit Schulkindern sind eine wichtige Zielgruppe für das Swissmilk-Basismarketing, denn gesunde Ernährung und Kochen sind für sie wichtige Themen.



Advent auf Social Media



Auf Social Media dreht sich ab Ende November drei Wochen lang alles um Weihnachtsguetzli:

Bei der Guetzli-Challenge kann jeder seine Guetzli-Kreation fotografisch in Szene setzen. Einfach das Bild auf seinem Instagram-Profil posten und mit @swissmilk_official Oder: Auf swissmilk.ch an der Challenge teilnehmen und das Rezept an die Adresse guetzlichallenge@swissmilk.ch schicken. Die beste Kreation wird professionell fotografiert und in die Swissmilk-Rezeptdatenbank aufgenommen.

Parallel zeigen die beiden Chochdoch-Vloggerinnen Eva und Muriel anhand von vier Guetzli-Rezepten Step by Step in Instagram-Stories, wie's geht.

Auf Instagram kann man beim Zutatenratespiel sein Guetzli-Wissen unter Beweis stellen.

In den Food-FAQ erfahren die Teilnehmenden spannende Facts über Guetzli.



Weihnachtszeit ist Butter-Zeit!

Die Adventszeit ist die Zeit des Genusses, und es wird so viel gebacken wie das ganze Jahr nicht. Eines ist dabei klar: Mailänderli, Grittibänz und Co. gelingen am besten mit feinsten Schweizer Butter! Darum legt das Swissmilk-Marketing in dieser Jahreszeit immer einen Schwerpunkt auf das hochwertige MilCHFett.

Voll im Trend: Natürlicher Genuss

Für Konsumentinnen und Konsumenten haben Themen wie Palmöl, Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe an Relevanz stark zugenommen. Mit der aktuellen Butter-

Kampagne werden sie darauf aufmerksam gemacht, wie naturbelassen und genial einfach Butter doch ist. Sie macht Lust aufs Guetzli – und zwar mit selbstgemachtem Teig mit Butter.



Ohne Wenn und Aber: In den Guetzlilege gehört nur feinste Schweizer Butter! (Oben: Inserat Butterkampagne)

Butterzopf für Genusstypen



Sind Sie, wenn es ums Essen und Geniessen geht, eher ein Maître Gourmet (Traditionalist und Purist), ein kritischer Richtigschlemmer (isst überlegt und reflektiert) oder vielleicht doch eher ein regionaler Connaisseur (setzt auf saisonale und regionale Produkte)? Vom 24. September bis am 4. November konnte man auf der

Swissmilk-Website mit dem Test «Welcher Genusstyp bist du?» genau das herausfinden. Dabei ging es nicht darum, die Fragen rund um das Thema Schweizer Butter korrekt zu beantworten, sondern die Antwort zu wählen, welche einem am meisten entsprach. Ganz nebenbei erfuhren die 88'175 Teilnehmerinnen und Teilnehmer Wissenswertes zu Schweizer Butter, zur Palmfett-Problematik und am Schluss natürlich auch, welcher Genusstyp sie sind. Mit etwas Glück konnten die Teilnehmenden ein Jahr gratis Butterzopf oder eine von 333 handmodellierten Schweizer Butter gewinnen.

Tag der Pausenmilch – ein Fixpunkt im Schulkalender

Seit nunmehr 18 Jahren schenken Swissmilk und der Schweizerische Bäuerinnen- und Landfrauenverband (SBLV) einmal jährlich schweizweit in der grossen Pause Milch aus.

Rund 340'900 Kinder an über 3000 Schulen und Kindergärten (dies sind fast 40 Prozent der Schweizer Schulkinder) freuten sich auch dieses Jahr über eine Portion Milch. Im vergangenen Jahr wurde der Tag erstmals auch für Kitas angeboten, und auch dieses Jahr nahmen am 13. November wieder 180 Kitas mit insgesamt rund 6800 Kindern teil. Mit diesem besonde-



Mit dem Tag der Pausenmilch sensibilisiert Swissmilk Kita-, Kindergarten- und Schulkinder für gesunde Znüni.

ren Znüni-Anlass werden Kinder und Jugendliche dafür sensibilisiert, dass Milch eine ausgewogene Zwischenverpflegung und eine bessere Wahl als Süssgetränke und ungesunde Snacks ist.

Herzlichen Dank!

Swissmilk dankt den Bäuerinnen, Landfrauen und Milchproduzenten, den Eltern, Lehr- und Betreuungs-

personen sowie allen andern Freiwilligen für die tatkräftige Mithilfe. Ohne ihr Engagement wäre der Pausenmilchtag nicht realisierbar! Der nächste Tag der Pausenmilch findet am **Donnerstag, 7. November 2019** statt.

Informationen zum Pausenmilchtag: www.swissmilk.ch/pausenmilch

Hofpraktikum – Bauer trifft Influencer

Milchbauern sind die besten Botschafter für Schweizer Milch und ihre Mehrwerte. Ein klein wenig prominente Unterstützung kann jedoch nie schaden.

Der Comedian und Swiss-Comedy-Award-Gewinner Charles Nguela kennt sich mit Wort und Witz aus, von Hofarbeit und Kühen hat er aber keine Ahnung. Höchste Zeit also für ein Hofpraktikum! Ein solches hat auch Benjamin Friant absolviert. Sein Ding sind spektakuläre Tricks und wilde Stunts mit dem «Trotti». Im Berner Jura tauschte der Freestyle-Scooter-Profi sein Zweirad kürzlich gegen Käsebürste und Sense. Wie sich die beiden ange stellt haben, erfährt man in den beiden Videos auf der Online-Plattform «Vom Milchbuur».



Charles Nguela: vom Comedian zum Hofpraktikanten.

«Vom Milchbuur» bietet Milchbauern mit Hofladen die Möglichkeit, ihren Hof, ihre Leistungen und ihre Produkte den Konsumentinnen und Konsumenten zu präsentieren.

www.swissmilk.ch/vom-milchbuur