

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Schweizer Milch

Wenn Lovely plötzlich aus dem Kühlschrank grüsst

Im Internet, im Fernsehen und auf den Plakatwänden: Im Mai und Juni war die grosse Frühlings-Kampagne von Swissmilk gut sichtbar. Im Mittelpunkt: ein Kühlschrank, ein Comedian, die bekannte Lovely und die kurzen Wege in der Schweizer Milchproduktion.

Spätestens nach der vierten Sekunde schaut man diesen Spot. Dann schreit nämlich der Comedian Charles Nguela beim Blick in seinen Kühlschrank laut und fällt beinahe um. Der Grund wird kurz danach aufgelöst: Im Frigidaire wartet längst die Swissmilk-Kuh Lovely auf ihn und erinnert Nguela mit einer Kopfbewegung daran, Milch zu trinken. Die Botschaft: Echt stark, dank kurzen Wegen sind unsere Produkte immer frisch. Anekdote am Rand: Nguela glitt bei der verwendeten Aufnahme tatsächlich aus – Schrei und Sturz standen so nicht im Drehbuch, passten jedoch perfekt.

Fokus auf den grössten Städten

Ab Mitte Mai und bis Ende Juni erreichte die Frühlings-Kampagne zur Schweizer Milch in der ganzen Schweiz eine hohe Sichtbarkeit. Dank circa tausend Plakaten, E-Panels und E-Boards mit Hauptgewicht auf den neun grössten



Das Werbe-Duo Lovely und Charles Nguela.

Städten von Deutsch- und Westschweiz und der schweizweiten Präsenz auf allen wichtigen TV-Sendern, auf YouTube, auf News-Websites und Social Media, wo auch Charles Nguela mehrere Clips erfolgreich aufschaltete.

Mehrwerte der Schweizer Milch

Mit der neuen Kampagne führt Swissmilk die 2018 lancierte neue Marketing-Strategie weiter. Ziel ist es, die Mehrwerte der Schweizer Milch und Milchprodukte zu

kommunizieren. Dies sind die zentralen Punkte, welche auch für den Branchenstandard «grüner Teppich» festgesetzt wurden. Deshalb präsentiert sich Lovely nun primär dort, wo sie auch hingehört – auf der grünen Wiese.

Kampagne zu Schweizer Mozzarella



Gerade bei Mozzarella ist oft nicht sofort erkennbar, ob dieser in der Schweiz mit Schweizer Milch hergestellt wurde. Es gibt nämlich viele Importprodukte. Deshalb wird ab Juni erneut eine «Swiss milk inside»-Herkunftskampagne zu Mozzarella durchgeführt. Auf den Schweizer Mozzarella-Produkten verschiedener Unternehmen (Milchverarbeitungsbetriebe und Detailhändler) und direkt im Laden im Regal, wird mit dem roten «Swiss milk inside»-Markenzeichen auf die Schweizer Herkunft hingewiesen. Die Aktion wird begleitet durch verschiedene On- und Offline-Werbemassnahmen und einen Wettbewerb.

Schweizer Rahmglace für 100'000 Kino-Fans

Erneut ist Swissmilk Glace-Partner der beliebten Sommerkino-Reihe in Basel, Genf und Zürich.

Für viele Basler, Zürcher und Genfer gehört es mindestens einmal pro Sommer zum Programm: Kino-Zeit bei Allianz Cinema, unter freiem Himmel, bei angenehmen Temperaturen. Seit letztem Jahr ist Swissmilk offizieller Glace-Partner der etablierten Veranstaltungsreihe, die Zusammenarbeit wird also auch in diesem Jahr fortgeführt. Damit gibt es nur beste Schweizer Rahmglace vor Ort. 100% Schweiz eben. Den Konsumenten schmeckt: Jeder Besucher erhält mit seinem Ticket einen Gutschein für eine Gratis-Glace. Die Aromen sind Cappuccino, Joghurt-Waldbeeren und Popcorn – jawohl, Popcorn. Verschiedene Aromen waren vor einigen Monaten getestet worden, diese drei Sorten gewannen.



«Film ab» mit Swissmilk bei Allianz Cinema.

Die Swissmilk Surprise Nights werden zudem in Basel (14. August) und Zürich (15. August) präsentiert. Hier erfahren die Zuschauer jeweils erst im allerletzten Moment, welchen Film sie zu sehen bekommen. Zudem gibt es weitere Überraschungen von Swissmilk. In Genf findet die Swissmilk Night am 12. August statt – dort steht die Auswahl jedoch schon im Voraus fest.

Parallel ist Swissmilk auch dieses Jahr bei den wichtigen Festivals in St. Gallen, Frauenfeld, auf dem Gurten und beim Paléo in Nyon vertreten. Die Musik-Fans können im Swissmilk-Chalet erfrischende Shakes und Frozen Jogurts geniessen und vom bewährten Zmorge-Service profitieren. Damit sie gut gestärkt die nächsten Konzerte der Stars geniessen können.

Ein zweiter Sommer «Vom Milchbuur»

Die Milchproduzenten der Schweiz im Fokus: Im Frühling 2018 ist die Website «Vom Milchbuur» gestartet. Auch diesen Sommer werden wieder Bauern und ihre Hofläden vorgestellt.



Den richtigen Tag für die Dreharbeiten zu finden, ist manchmal schwierig. Besonders, wenn das Wetter so durchgezogen ist, wie im vergangenen Mai. Aber: Derzeit ist das Team der Website «Vom Milchbuur» wieder quer durch die Schweiz – bis in die entlegensten Zipfel – unterwegs, um die Schweizer Milchproduzenten und ihre Hofläden zu porträtieren. Um sie und ihre Produkte in den Mittelpunkt zu rücken.

Seit letztem Sommer auf «Vom Milchbuur»: Die Familie Wolf aus Rougemont.

Sind Sie auch an «Vom Milchbuur» interessiert? Dann wenden Sie sich bitte an folgende Adresse: Schweizer Milchproduzenten SMP, Mitgliedermarketing, Weststrasse 10, 3000 Bern 6, oder per E-Mail an: farmer@swissmilk.ch. Wir werden anschliessend gerne mit Ihnen Kontakt aufnehmen.