



SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch

Tag der Milch für alle

100 Klassen gestalteten kreative Werbeplakate für den Tag der Milch. Die besten wurden in St. Gallen prämiert. In der ganzen Schweiz freuten sich rund 80'000 Personen über einen Becher Milch.

Der Tag der Milch hat sich zum traditionellen Swissmilk-Frühlingsanlass entwickelt. Dank der Unterstützung zahlreicher Jungzüchter und Milchproduzenten besuchten rund 80'000 Personen einen der über 100 Standorte in der ganzen Schweiz. Der neu eingerichtete Newsroom auf der Swissmilk-Homepage wurde ebenso genutzt, um Filme oder Posts aufzuschalten. In der Community ist klar, dass die Milch ein modernes, gesundes und vielfältiges Schweizer Lebensmittel ist.

Milch auf den Höfen...

Zahlreiche Milchproduzenten und Jungzüchter haben auf ihre Höfe eingeladen, um den Milchge-



Werner von Morgen: 100 Schulklassen haben überraschende, witzige und künstlerische Plakate entworfen. Im Bild freut sich die Siegerklasse in der Kategorie «4. bis 6. Klasse» aus Niederrohrdorf.

... und mitten in der Stadt

Um auch der Stadtbevölkerung die Schweizer Milch näherzubringen, ist es für Swissmilk besonders wichtig, am Tag der Milch in grossen Städten wie Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, St. Gallen, Winterthur und Zürich mit Ständen und Aktivitäten präsent zu sein. Milchproduzenten unterstützen dabei die Swissmilk-Crew und bilden eine Brücke zwischen Stadt und Land.

Werner von Morgen heute prämiert

100 Schulklassen haben im Rahmen eines nationalen Wettbewerbs ein Plakat für den Tag der Milch gestaltet. Das Thema «Schweizer Milch für starke Knochen» haben gemäss Onlinevoting und der Jury folgende Klassen in ihrer Alterskategorie am besten umgesetzt: die Klasse 3a aus Dottikon, die 5. Klasse der Schule Rüsler aus Niederrohrdorf und die Klasse 3c des Oberstufenzentrums in Wiedlisbach. Diese drei Klassen erhielten in St. Gallen am Hauptevent einen Zustupf in die Klassenkasse. «Eigentlich gibt es beim Plakatwettbewerb 100 Sieger», freut sich Kurt Nüesch, Direktor der Schweizer Milchproduzenten SMP. «Denn alle teilnehmenden Klassen haben sich eingehend mit der Milch auseinandergesetzt und gestalterisch viel gelernt und geleistet.» Zusätzlich

könnten alle teilnehmenden Klassen nach St. Gallen an den Hauptevent reisen, einen Brunch mit feinen Milchprodukten genießen und in den vordersten Reihen die Konzerte von Carrousel und Lo & Leduc erleben.

Stallvisite

Am Tag der Milch sind die Milchproduzenten in die Stadt gegangen. Mit dem Projekt Stallvisite haben die Städter die Möglichkeit, den umgekehrten Weg zu gehen. Mit dem Besuch eines Bauernhofes erleben sie, wie qualitativ hochstehende Schweizer Milch entsteht. Rund 100'000 Personen haben vergangenes Jahr die Gelegenheit genutzt und einen Hof besucht. Die Stalltüren von 300 Milchproduzenten sind ab dem Tag der Milch wieder in der ganzen Schweiz offen: www.stallvisite.ch.

Danke für das Engagement

Am Tag der Milch wurde Swissmilk von ihren Partnerorganisationen, zahlreichen Jungzüchtern und Milchproduzentinnen und -produzenten unterstützt. Ohne diese tatkräftige Mitarbeit wäre ein Anlass mit einer solchen Breitenwirkung nicht realisierbar. Swissmilk dankt allen herzlich, die sich in der Stadt und auf dem Land mit grossem Engagement für die Milch eingesetzt haben.



Schweizer Milch!

Die Situation auf den Milchmärkten ist schwierig. Der starke Franken hat aufgrund des Nationalbankentscheids die Situation weiter verschärft. Ein höherer Importdruck und ein vermehrter Einkaufstourismus ins nahe Ausland sind feststellbar. Für viele Milchproduzentenbetriebe ist die Lage nun extrem belastend. Deshalb haben wir reagiert und starten eine umfassende Absatzförderungsoffensive.

Eine mehrmonatige gesamtschweizerische Kampagne am Verkaufspunkt ist vorgesehen. Die Milchprodukte tragen einen Sammelpunkt und werden in den Verkaufsregalen des ganzen Landes ausgelobt. Je nach Anzahl gesammelter Punkte gibt es unterschiedliche Prämien. Es sind attraktive, hochwertige Artikel im Swissness-Look wie beispielsweise eine Einkaufstasche oder ein Käsebrett, aber auch Gutscheine für Ausflüge in Schweizer Bergregionen.

Die Kampagne umfasst auch eine Aktion in Schweizer Regionen, die nahe der Landesgrenze liegen. Die Haushalte erhalten ein Mailing mit einer Einkaufstasche und der Botschaft «Danke, dass Sie einheimische Milchprodukte schätzen und in der Schweiz einkaufen». Damit wird die Solidarität mit Schweizer Produzenten gestärkt, dem Einkaufstourismus entgegengewirkt und die Milch-Sammelpunkt-Aktion bekannt gemacht.

Erfreulicherweise sind sehr viele und namhafte Organisationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette Partner dieser Marketingoffensive. So ist sichergestellt, dass die Kampagne den Absatz von Schweizer Milchprodukten bestmöglich stützt. Mit dieser Aktion und vielen anderen Aktivitäten wollen wir alles dafür tun, um die Marktanteile der einheimischen Milch zu halten.

Deshalb wird die Milch auch wieder dort anzutreffen sein, wo sich Kinder, Jugendliche und Erwachsene im Frühling aufhalten: an grossen Sportanlässen etwa oder an Messen. In Mailand, sozusagen vor den Toren der Schweiz, zieht die Expo Milano 2015 Besucher aus der ganzen Welt an. Wir sind aktiv eingebunden, wenn es um das leibliche Wohl der Gäste geht. Im AMS-Restaurant werden selbstverständlich ausschliesslich Schweizer Landwirtschaftsprodukte serviert.

Swissmilk



Die Milch war Star des Tages: nicht nur in St. Gallen, begleitet von Lo & Leduc und Nöldi Forrer, sondern auch an über 100 Standorten in der ganzen Schweiz.

Swissmilk räumt Ernährungsirrtümer aus

Milch und Milchprodukte werden häufig kritisch diskutiert und oft zu Unrecht angeklagt. Rund ums Essen und Trinken ranken sich Mythen und Irrtümer. Es kommen Fragen auf wie: Verursacht Milchzucker Verdauungsbeschwerden? Und ist eine Allergie eigentlich das Gleiche wie eine Unverträglichkeit? Die Konsumentinnen und Konsumenten sind verunsichert und wissen nicht, was richtig ist. Deshalb geht Swissmilk den häufigsten Ernährungsirrtümern nach und stellt sie richtig. Mit Publireportagen in

der Coop- und Migros-Zeitschrift werden die verschiedenen Themen aufgegriffen und verständlich erläutert. In der ersten Reportage hat eine diplomierte Ernährungsberaterin HF den Leserinnen und Lesern ihre Fragen telefonisch oder per Mail beantwortet. Dieses Angebot wurde von den Betroffenen rege genutzt. Die Publireportagen erreichen rund 3'665'000 Personen und setzen damit die Milch ins richtige Licht.

Weitere Informationen und praktische Tipps gibt es unter www.swissmilk.ch/irrtum

Swissmilk nimmt in einer breit gestreuten Publireportage Stellung zu verbreiteten Ernährungsirrtümern.