28. August 2019 | Nr. 3
www.swissmilk.ch

swissmilk

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Schweizer Milch

Nächste Woche startet «swissmilk green»

Der neue Standard für nachhaltige Schweizer Milch hat seit dem 13. August einen Namen und ein Logo: «swissmilk green» steht in den Startlöchern und wird per 1. September sukzessive umgesetzt.

«Rot steht für Swissness. Grün symbolisiert Nachhaltigkeit und Natürlichkeit. Das Weiss ist natürlich die Schweizer Milch.» So erklärte SMP-Präsident Hanspeter Kern am 13. August im Bundeshaus das Logo und die Bedeutung von «swissmilk green». An jenem Termin hat die Milchbranche den neuen Produktionsstandard für «nachhaltige Schweizer Milch» und die von allen Schweizer Detailhändlern unterzeichnete Charta offiziell vorgestellt. Die nächsten Schritte folgen rasch: Ab 1. September können Schweizer Milch und Milchprodukte, welche die Anforderung des «grünen Teppichs» erfüllen, auch ausgezeichnet werden. Damit gibt es ab diesem Termin für die Milchproduzenten drei Rappen mehr auf der A-Molkereimilch.

Bundespräsident Ueli Maurer war erster Gratulant.

Anstossen auf den neuen Standard, natürlich mit Milch: Hanspeter Kern (Präsident SMP), Ueli Maurer (Bundespräsident), Guy Parmelin (Bundesrat) und Peter Hegglin (Ständerat und Präsident BOM).

Erster – und gut gelaunter – Gratulant bei der Präsentation war der Schweizer Bundespräsident und Bauernsohn Ueli Maurer. Er erinnerte sich gleich zu Beginn seiner Rede daran, dass «ich melken konnte, bevor ich schreiben konnte.» Später doppelte er nach, dass «Milch für mich nach wie vor zu den Grundnahrungsmitteln gehört. Ich esse Joghurt, trinke Milch und mag vor allem Käse sehr. Ohne Milchprodukte überlebe ich wohl nicht lange.» Ernsthafter wertete er den Schulterschluss in der Milchbranche als «Win-win-Situation» und als typisch schweizerischen Schritt: «Wir finden Kompromisse, wir suchen Lösungen. Das ist der Weg der Schweiz.»

Logo im Vorfeld umfangreich getestet

Durch die Kennzeichnung als «swissmilk green» ist klar, dass der neue Standard auch in die Kampagnen des Basismarketings integriert wird. Die Vorarbeiten für die Bekanntmachung laufen im Hintergrund bereits seit einigen Monaten auf Hochtouren. Unter anderem ging es darum, das neue Logo zu entwickeln und bei den Konsumenten zu prüfen. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Varianten in einer nationalen Umfrage bei Testpersonen abgefragt. Das jetzt verwendete rot-grün-weisse Logo erzielte in dieser Evaluation die mit Abstand besten Werte in der Deutsch- wie auch Westschweiz.

«Von ausländischer Konkurrenz abheben»: Hanspeter Kern, SMP-Präsident.

Ebenfalls auf den Lancierungstermin hin wurde die Website von Swissmilk um jenen Bereich ergänzt, der direkt über die Adresse www.swissmilk.ch/green zugänglich ist. Auf vier Inhaltsseiten wird über die Ziele und Inhalte des «grünen Teppichs» informiert. Hauptadressaten dieser Texte sind die Konsumentinnen und Konsumenten.

Das neue Logo bei seiner Präsentation.

Sämtliche Informationen zum Produktionsstandard «swissmilk green» finden Sie im Internet.

Hub zu «swissmilk green»: www.swissmilk.ch/green

Übersicht für Milchproduzenten: www.swissmilk.ch/de/produzenten/milchmarkt/gruener-teppich/

Informationen der Branchenorganisation Milch: www.ip-lait.ch/swissmilk-green/

Ab Tag X auf allen Kanälen präsent

Per 1. September gilt «swissmilk green» die ungeteilte Aufmerksamkeit. Gleich am Lancierungstag des Branchenstandards beginnt auch die traditionelle Swissmilk-Werbekampagne für den Herbst – mit dem neuen Logo im Mittelpunkt.

Einen neuen Branchenstandard zu erschaffen, ist das eine. Doch «swissmilk green» muss gegenüber den Endkonsumenten auch erfolgreich kommuniziert werden, um seine Wirkung entfalten zu können. Unmittelbar am Tag X (1. September) beginnt eine Werbekampagne in bekannter und bewährter Manier. Schweizweit werden in Deutsch, Französisch und Italienisch Plakate mit Lovely-Sujet zu sehen sein; das Zeichen von «swissmilk green» und die Adresse der Website werden dabei prominent integriert.

Mit diesen Plakaten wird ab September für «swissmilk green» geworben.

Parallel dazu läuft eine Bewegtbild-Kampagne auf verschiedenen TV-Sendern und Online-Kanälen (unter anderem auf YouTube und Zattoo). Auch in Bussen und Trams verschiedener grosser Schweizer Städte wird die Kampagne auf den Informationsbildschirmen zu sehen sein und die Passagiere unterhalten. Als Grundlage für die Kampagne dient der letztjährige Spot «Clean», in welchem Lovely einen jungen Mann darauf hinweist, seinen Abfall nicht auf die Wiese zu werfen. Der Spot vermittelt einerseits einen Aspekt der Nachhaltigkeits-Thematik. Dazu hat er in der Wirkungskontrolle vom letzten Jahr hervorragende Werte aufweisen können. Seine sympathische Message soll nun auch auf «swissmilk green» einzahlen.

Ein Quiz für «swissmilk green»

Viel Wissen, viel Spass: Ein Quiz ist einer der bewährtesten Wege, um Wissen über die Inhalte eines neuen Zeichens zu vermitteln und eine neue Massnahme bekanntzumachen. Das Swiss Quiz zu «swissmilk green» startet Mitte September.

Vieles hat sich über den Sommer verändert im Online-Bereich von Swissmilk. Seit Anfang Juli erscheint die Website www.swissmilk.ch im neuen Erscheinungsbild. Der Relaunch soll bessere Möglichkeiten schaffen, Geschichten zu erzählen und damit die Schweizer Konsumenten noch besser zu erreichen. Zudem wird ein stärkeres Augenmerk auf den Bereich «Schweizer Milch» – also die Mehrwerte der Schweizer Herkunft – gerichtet werden. Zwei Entwicklungen, von den auch «swissmilk green» profitieren kann.

Per 16. September wird der Inhalt von www.swissmilk.ch/green ergänzt. Nebst der Informationsvermittlung gegenüber dem Konsumenten wird neu ein Swiss Quiz im Mittelpunkt stehen. Die Erfahrungen zeigen, dass ein Quiz eine ideale Form für die Unterstützung neuer Inhalte ist. Denn sie ist spielerisch – und sie bietet durch die Preise einen Anreiz, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Das Quiz wird ab Mitte September ebenfalls über Inserate, Online-Banner, Beiträge in Newslettern und die Swissmilk-eigenen Social-Media-Kanäle (besonders auf Facebook und Instagram) beworben. Es ist unter www.swissmilk.ch/swiss-quiz abrufbar. Teilnahmeschluss ist Ende Oktober 2019.