

Swissmilk auf 2. Platz bei YouTube Leaderboard Award für das Gesamtjahr 2022

Athletinnen und Athleten brauchen auf dem Weg zu ihren sportlichen Zielen durchaus auch die Unterstützung von Profis in den Bereichen Training und Ernährung. Bei Sportswitch, wo sich bekannte Schweizer Athlet:innen einer für sie fremden Sportart stellen, geben sie ihr Wissen gemeinsam weiter. Ein Erfolg: Die Swissmilk-Kampagne landete mit einem Video von Sprint-Ass William Reais auf dem zweiten Platz in der Kategorie Long-Form Video im Jahr 2022.

Sportswitch ging im vergangenen Jahr in die zweite Runde. Die Videos blieben der Grundidee treu und spielten weiterhin mit überraschenden sportlichen Gegensätzen. Neu standen pro Sprachregion Sportler:innen aus dem Kraft- und dem Ausdauersport im Fokus. Zusammen mit Coaches und einer Ernährungsberaterin analysierten sie ihr Verhalten und erkannten mögliches Verbesserungspotenzial.

Best Long-Form Videos

Die Qualität der Kampagne hat durchaus überzeugt: Das Video mit Sprinter William Reais landete im «Schweizer YouTube Ads Leaderbord» auf dem zweiten Platz in der Kategorie Long-Form Videos (ab 31 Sekunden). Das Ranking wird mittels eines Algorithmus bestimmt, der Views, organische Reichweite, Zuschauerbindung, Klicks und Sentiments berücksichtigt. Ganz überraschend kam der Preis nicht. «Durch ein gezieltes Targeting auf YouTube konnten wir unsere Zielgruppe direkt ansprechen und die Ergebnisse können sich sehen lassen», sagt Umut Öztürk, Projektleiter Ernährung und einer der Köpfe hinter Sportswitch bei Swissmilk. Produziert wurde die Kampagne von Sir Mary, Mediapartner war CERES MEDIA.

Profis für ein junges Publikum

Die Social-Media-Serie basiert auf dem Konzept des Rollentauschs, bei dem Schweizer Athlet:innen aus ihrer Komfortzone heraustreten und sich einer neuen Sportart stellen. Die Inhalte wurden speziell für die junge Zielgruppe entwickelt und von einer reinen YouTube-Serie zu einer umfassenden Social-Media-Serie erweitert, die nun auch auf TikTok, Snapchat und Instagram zu sehen ist. Ergänzt wurde der Online-Auftritt mit einer DOOH-Kampagne in den 8 grössten Städten und weiteren Massnahmen. Auch diese Staffel scheint bei Gen Z erfolgreich gewesen zu sein. «Der zweite Platz ist für uns eine Bestätigung dafür, dass wir mit unserer Aufklärungsarbeit bei der jungen Zielgruppe auf dem richtigen Weg sind», sagt SMP-Marketingleiter, Stefan Arnold.

Regeneration nach dem Sport

Swissmilk nutzt aber nicht nur Sportprofis, sondern setzt auch auf die eigene Expertise, die auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beruht. In verschiedene Aktivitäten und Massnahmen beleuchtet Swissmilk ganzjährig die Vorzüge und Mehrwerte von Schweizer Milch und Milchprodukten. Sei dies im Bereich der Nachhaltigkeit, bei weiteren Ernährungsthemen oder ganz einfach auch im Genussbereich.

Das preisgekrönte Video ist auf dem [Swissmilk-Youtube-Kanal](#) zu sehen

Auskünfte:

Patrik Zurlinden, Abteilungsleiter Ernährung & Kulinarik
Reto Burkhardt, Leiter Kommunikation SMP

031 359 57 51
079 285 51 01