



Stefan Arnold, Marketingleiter Swissmilk

3. Februar 2017

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

Schweizer Milch ist mehr wert

Beim Konsumenten Begeisterung für Schweizer Milch schaffen

Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch

In den letzten Wochen wurde in den Medien mehrmals über das Swissmilk-Basismarketing geschrieben. Wie wir Konsumentinnen und Konsumenten auch in Zukunft für den Kauf von Schweizer Milch begeistern wollen und mit welchen strategischen Fragen wir uns dabei beschäftigen, erkläre ich gerne.

swissmilk

Die erste Frage stellt sich, bevor man überhaupt mit der Werbung startet: Für wen machen wir Marketing, wen müssen wir ansprechen? Unsere Zielgruppen sind sowohl breit gefächert wie auch klar fokussiert, denn Milch und Milchprodukte sind Grundnahrungsmittel für alle. Wir wollen die ganze Bevölkerung erreichen, setzen jedoch Schwerpunkte bei Familien sowie bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, den Konsumenten der Zukunft. Insbesondere müssen wir uns auf die Bevölkerung in den Städten fokussieren, hier müssen die Werte der Schweizer Milch stärker kommuniziert werden als auf dem Land. Im Familienalltag ist die Ernährung ein Dauerthema. Da Essgewohnheiten in jungen Jahren geprägt werden, ist es wichtig, dass Kinder mit Milch aufwachsen und sie auf ihrem Weg zum Erwachsenwerden als selbstverständliches (ja sogar cooles und vielfältiges) Nahrungsmittel erleben. Auch Spezialzielgruppen brauchen unsere Aufmerksamkeit: Die Schulen etwa, die Wissen vermitteln und Werte zu Produktion und Konsum verankern. Oder die Ernährungsfachleute, die wichtige Beeinflusser im Bereich der gesunden Ernährung sind. Wir richten uns auch an die Milchproduzenten und unterstützen sie mit vielfältigen Werbe-Angeboten, denn natürlich sind sie die besten Botschafter für die Schweizer Milch.

Vielfältige Massnahmen schaffen viel Aufmerksamkeit

Die nächste Frage ist nun, wie wir diese Zielgruppen ansprechen? Wir tun es mit einer breiten Massnahmen-Palette: Werbespots in TV und Kino, Auftritte an Openairs oder Sportanlässen für Jugendliche, Post-Mailings für Familien, Wettbewerbe an Ostern und Weihnachten, die nationalen Tage der Milch und der Pausenmilch, vielfältige Online-Aktivitäten, eine Kochplattform für junge Erwachsene, Rezepte für jeden Geschmack, Unterrichtsmaterialien für Schulen oder ein Symposium für Ernährungsfachleute sind nur einige unserer Aktivitäten. Eine breit gefächerte Palette ist nötig, um die Zielgruppen auf verschiedene Art zu erreichen und so der Schweizer Milch, ihren Werten und eben auch Mehrwerten zu

genügend Aufmerksamkeit zu verhelfen. Aber auch Massnahmen am Verkaufspunkt sind heute zentral. Mit der Promotion „Swiss milk inside“ fördern wir seit 2015 den Absatz einheimischer Milchprodukte direkt in den Läden und helfen dem Konsumenten direkt am Regal, sich für Schweizer Milch und Milchprodukte zu entscheiden.

Von externen Experten geprüft

Swissmilk arbeitet bei all diesen Werbemassnahmen strategisch und zielorientiert, wozu ein systematisches Controlling gehört. Das Milchmarketing wird jährlich von einem externen Expertenteam überprüft. Nur durch die Marktforschung bestätigte, wirksame Massnahmen werden weitergeführt, andere werden verbessert oder ersetzt.

Lovely, seit 25 Jahren erfolgreiche Werbebotschafterin

Eine dieser erfolgreichen Massnahmen ist die Werbung mit der Milchkuh Lovely. Sie ist nun seit fast 25 Jahren Botschafterin für viele unserer Marketingaktivitäten. Die grosse Bekanntheit und das ausserordentlich positive Ansehen, die unsere Werbung mit Lovely für die Schweizer Milch erreicht, haben einen fast unbezahlbaren Werbewert. Mit ihr können wir die Kommunikation kosteneffizient weiterführen. Ich bin überzeugt, dass Lovely auch die Herkunft Schweiz und die Mehrwerte einheimischer Milch erfolgreich zu kommunizieren hilft – echt stark, so wie bisher.

Gesunder Genuss aus der Schweiz

Welche Botschaften und Werte kommunizieren wir mit unserer Werbung? Es ist einerseits die Gesundheit: Unsere jahrelange Kommunikation hat erfolgreich verankert, dass drei Portionen Milch und Milchprodukte täglich in der gesunden Ernährung unentbehrlich sind. Dieser Nutzen ist nicht ersetzbar, sondern ein wichtiger Grund für den Kauf von Milch. Und andererseits ist es der Genuss, der genauso zur Schweizer Milch gehört: Auch hier sind wir erfolgreich; Swissmilk ist seit vielen Jahren die Nummer 1 der Schweizer Rezeptanbieter. Mit unseren weit über 7000 Rezepten begeistern wir die Konsumentinnen und Konsumenten für das Kochen mit Schweizer Milch und Milchprodukten.

Mehrwerte von Schweizer Milch ausloben

Wir sind leider konfrontiert mit zunehmender Kritik an tierischen Lebensmitteln. Um ihr die Stirne zu bieten, werden wir unsere bereits bestehenden Aktivitäten noch schärfen. Auch der Konkurrenzdruck wird stärker und der anhaltende Einkaufstourismus ist leider ebenfalls eine Realität. Wir können diesen Herausforderungen entgegenwirken, indem wir die Mehrwerte der Herkunft Schweiz stärker ins Zentrum rücken. Das Tierwohl, die Natürlichkeit und die Nähe sind zentrale Werte für die Konsumentinnen und Konsumenten, die wir in unseren Massnahmen nutzen müssen. Wir werden das Basismarketing mit diesen Mehrwerten ausbauen und die Vorteile der einheimischen Milch und der Milchproduktion in der Schweiz aktiv ausloben.

Schweizer Milch hat Zukunft

Ich glaube an die Zukunft der Schweizer Milchproduktion. Milch und Milchprodukte sind in der Bevölkerung fest verankert - auch dank jahrzehntelanger professioneller Basiswerbung. Das Swisstmilk-Marketing ist bei den Milchproduzenten gut abgestützt: Die entsprechenden Beschlüsse in den Gremien und insbesondere auch an der Delegiertenversammlung waren klar, denn die Milchproduzenten wissen, dass Sie heute und auch in Zukunft in den Markt investieren müssen.

Ja, die Schweizer Milch ist mehr wert! In der Schweiz wird bewusster und nachhaltiger produziert als in vielen anderen Ländern. Die Kommunikation der Mehrwerte soll einen Beitrag daran leisten, dass die Schweizer Milchproduktion Zukunft hat und dass den Milchbauern wieder ein angemessener Milchpreis bezahlt wird. Konsumentinnen und Konsumenten sollen aus Begeisterung Schweizer Milch und Milchprodukte kaufen, weil sie überzeugt sind, dass sie nicht nur gesund und genussvoll sind, sondern auch wesentliche Mehrwerte aufweisen.