

Geschäftsbericht Mostzeit 2023

1 Zusammenfassung

Zeitraum	09.09.2023 – 24.09.2023			
	2021	2022	Ziel 2023	2023
Kommunikationsleistung, Anzahl Kontakte	456'473	759'645	800'000	1'375'144
Anzahl Betriebe mit Schulangebot	0	14 6xSG, 8xTG	20	16 9xSG, 7xTG
Anzahl teilnehmende Schulklassen	0	45	50	40 31xSG, 9xTG
Anzahl Betriebe mit Direktvermarktung auf der Landingpage mostzeit.ch	35 32xSG, 1xTG, 1xZH, 1xAR	46 34xSG, 10xTG, 1x ZH, 1xAR	50	51 38xSG, 11xTG, 1x ZH, 1xAR
Anzahl Zusatzevents auf mostzeit.ch	0	5 1xSG, 4xTG	8	0
Anzahl Betriebe mit Tag der offenen Tür	5	0	0	0
Anzahl Besucher am Mostfest der Mosterei Möhl	0	2'000	0	0
Anzahl Messeauftritte WEGA und OLMA	0	1	2	2

2 Konzept und Wirkungsziele

Mit der Kampagne «Mostzeit» werden die Konsumenten über die Hintergründe und Vorzüge von Süssmost aufmerksam gemacht. Die Kampagne wird durch verschiedene Aktivitäten im Print- und Onlinebereich medial begleitet.

Die Konsumenten finden auf der Website www.mostzeit.ch einen Überblick, wo überall Süssmost/Obst gekauft werden kann. Die Einträge sind mit Kontaktinformationen, Informationen zu Öffnungszeiten und Weblinks ergänzt. Zusätzlich können Obstbaubetriebe via mostzeit.ch ihre Hofevents, Degustationen und Führungen publizieren. In den Landi-Filialen wird ausserdem der Verkauf von regionalem Süssmost gefördert.

Schulklassen können eine Schulexkursion auf einem Obstbaubetrieb in der Region Thurgau und St. Gallen rund um das Thema Mostzeit buchen. Mit einem Mostflaschenversand wird auf das Angebot aufmerksam gemacht.

Die Konsumenten haben die Möglichkeit an den beiden Messen WEGA und OLMA ein Schaumosten live mitzuerleben.

3 Medienleistung

Datum	Medium	Art des Beitrags	Headline	Kontakte
01.01.2023 – 30.10.2023	Website	mostzeit.ch	Webzugriffe Startseite insgesamt davon 540 auf Unterseite Schulexkursionen mit 78 Zugriffen im Mai nach Schulversand	2'582
14.04.2023	Thurgauer Bauer	Beitrag der TG Moster	Mostzeit 2023 – Jetzt anmelden!	3'800
03.05.2023	Facebook, Instagram	Organischer Beitrag	Die Mostzeit ermöglicht Schulen praxisnahe Exkursionen	1'979
20.05.2023	Website	Blog culinarium.ch	Schulen jetzt anmelden	153
19.04.2023 – 23.04.2023	Flyer	Laveba Wimmelbild	Vom Baum bis zum Saft Kinderwettbewerb an der OFFA	Keine Angabe
01.06.2023 – 30.06.2023	Schweizer Obst	Beitrag der Regionen	Saftige Post für Ostschweizer Schulen	2'927
01.08.2023 – 31.08.2023	Schwilch Katalog	Reportage zur Mostzeit	Ostschweizer Obstbauern bieten saftigen Schulunterricht	6'000
01.09.2023 – 30.09.2023	TVO	Sponsoring Wetter	Splitscreen: Jetzt regionalen Süssmost geniessen	72'600
09.09.2023 – 24.09.2023	Plakate	A3-Plakat	Jetzt regionaler Süssmost erhältlich	200
09.09.2023 – 24.09.2023	Instagram	Story und Beitrag	Agromarketing Thurgau, Inhalte zur Mostzeit	800
25.09.2023	Instagram	Reel, bezahlter Beitrag	Jetzt regionalen Süssmost geniessen!	213'867
25.09.2023	Facebook	Organischer Beitrag	mostzeit.ch	123
26.09.2023	Facebook, Instagram	Organischer Beitrag	Die Mostzeit ermöglicht Exkursionen auf Obstbaubetriebe	437
10.09.2023 – 01.10.2023	Facebook, Instagram	Bezahlte Kampagne	Jetzt regionalen Süssmost kaufen	188'144
16.09.2023	St. Galler Tagblatt	Seite für Geniesser, Amuse-Bouche	Interview mit Markus Müller zum Projekt Mostzeit	99'000
19.09.2023	Newsletter	Culinarium Newsletter	Es ist Mostzeit!	2'384
03.10.2023	Coop Zeitung	Redaktioneller Bericht	Schütteln, sammeln, saften	177'395
18.10.2023	Facebook, Instagram	Reel, organischer Beitrag	Die Mostzeit an der OLMA Entdeckt die Welt des Apfelsafts	998
01.10.2023 – 31.10.2023	Landi Contact	Reportage zur Mostzeit	Ostschweizer Obstbauern bieten saftigen Schulunterricht	10'000
12.10.2023	Instagram	Hochstamm Suisse	Eröffnung der Olma	Keine Angabe
12.10.2023 – 22.10.2023	Flyer	Laveba Wimmelbild	Vom Baum bis zum Saft Kinderwettbewerb an der OLMA	1'500
01.11.2023 – 30.11.2023	Schweizer Obst	Beitrag	Mostzeit an den Messen WEGA und OLMA	2'927
29.09.2023 – 03.10.2023	WEGA	Messe	Schaumosten an der WEGA Offizielle Besucherzahlen	100'000

12.10.2023 – 22.10.2023	OLMA	Messe	Schaumosten an der OLMA Offizielle Besucherzahlen	330'000
30.10.2023	Newsletter	St. Galler Bauernverband	Mostzeit – Anmeldung 2024	2'838
04.11.2023	Linth24	Onlinebeitrag	Mostzeit sehr beliebt	Keine Angabe
01.11.2023 – 30.11.2023	Schweizer Obst	Beitrag der Regionen	Mostzeit an den Messen WEGA und OLMA	2'927
Total				1'375'144

4 Fazit

Mostflaschenversand und Schulangebot:

Die Schulexkursionen haben wertvolle naturnahe Erfahrungen für Schulklassen ermöglicht.

Es wurden weniger Schulexkursionen als 2022 gebucht. Entsprechend hat der Mostflaschenversand mit 50 zusätzlichen Adressen nicht die gewünschte Wirkung erzielt.

Die Lehrpersonen haben die Schulexkursionen mehrheitlich kurzfristig im August gebucht. Fazit ist, dass einerseits die Saisonalität von Apfelsaft weniger präsent ist und andererseits die Themenplanung in den Schulen spontaner gemacht wird.

Die Betriebsleiter haben gemäss Telefonumfrage die Vergütung von neu 200 Franken geschätzt. Es wurden zwischen 0 bis 16 Exkursionen durchgeführt.

Kommunikationsleistung:

Die Ziele der Kommunikationsleistung wurden übertroffen. Grund dafür sind die zusätzlichen Publikationen durch die Laveba, der TVO-Spot, die Reichweite der Coop Zeitung und die neue Präsenz an der OLMA.

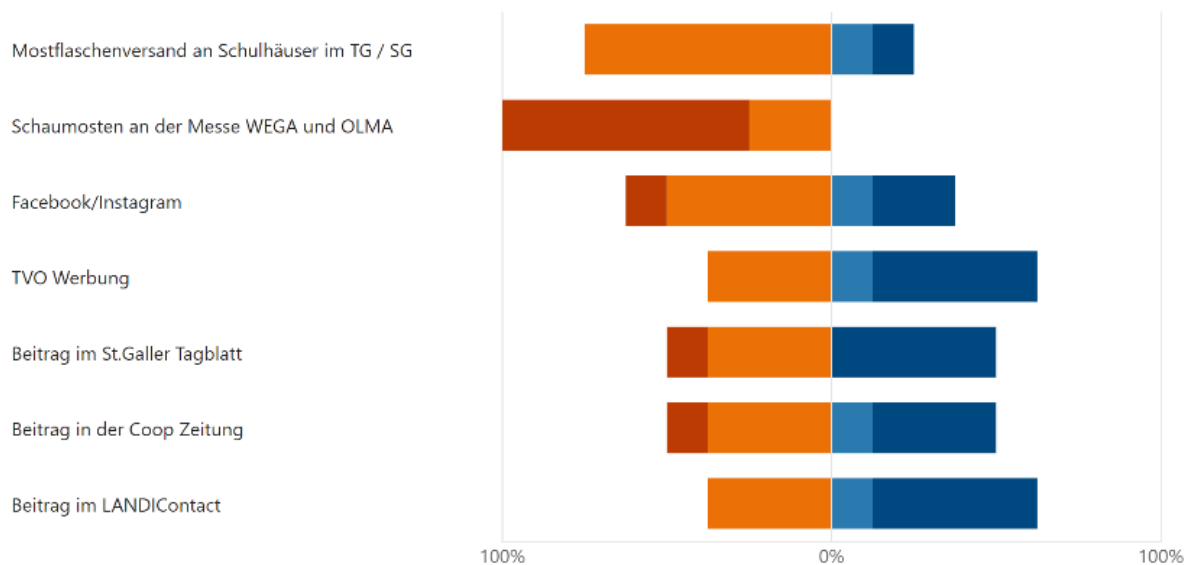
Laut Umfrage bleibt die Gesamtbewertung der Kampagne im ähnlichen Rahmen. Die Kampagne wird positiv wahrgenommen mit 3.78 / 5 Punkten im Jahr 2021 zu 4.24 / 5 Punkten im Jahr 2022 und 4.00 / 5 Punkten im Jahr 2023.

Auch dieses Jahr war die Präsenz auf Social Media eher tief. Die bezahlte Kampagne hat zwar viele Kontakte generiert, der Mediakit wurde aber von anderen Verbandsseiten oder Profilen der Direktvermarkter wenig genutzt.

3. Wie gut schätzt du die Wirkung der eingesetzten Werbekanäle ein?

[Weitere Details](#)

■ sehr gut ■ gut ■ nicht gut ■ weiss nicht



Regionaler Süssmost in Laveba-Filialen:

Durch die Zustellung einer Liste von Mostproduzenten an Filialleiter der Laveba sind vier Degustationen mit Verkauf von Most und Abgabe des Wettbewerbsflyer entstanden. Sieben Filialen haben den regionalen Most saisonal ins Sortiment des Regio-Regals aufgenommen.

Schaumosten an WEGA und OLMA:

Das Schaumosten an den beiden Publikumsmessen war ein voller Erfolg. Viele Kinder und Familien konnten angesprochen werden. Die Schaumosterei war an beiden Messen ein Anziehungspunkt für die Besucher.

An der WEGA wurden 1,5 Tonnen Obst vermostet und in 8'000 Becherli an die Besucher verteilt. Während der OLMA wurden 3,75 Tonnen Obst verwertet und in 19'680 Becherli ausgeschenkt. Die Zusammenarbeit mit Tobi Seeobst als Obstlieferant und der Laveba als Becherlieferant hat einwandfrei funktioniert.

Der Aufwand für den Standbau, die Standbetreuung und der finanzielle Aufwand für die Standfläche war hoch und belastete das Kampagnenbudget.

Die Absprache mit Sponsoren zur Logopräsenz, zum Beispiel mit Hochstamm Suisse, und die Umsetzung der Flyer-Verteilung, zum Beispiel mit Laveba, war nicht optimal.

5 Ausblick

Mostflaschenversand und Schulangebot:

Der Mostflaschenversand wird 2024 nicht mehr durchgeführt. Stattdessen wird das Schulangebot auf Onlineplattformen der Lehrpersonen stärker gestreut und publiziert. Auf LinkedIn wird eine Kampagne zum Schulangebot umgesetzt. Weitere Ideen sind der Newsletter des Volksschulamtes, die Plattform Schule & Kultur ZH, die direkte Anschrift per Mail an die Schulleitungen oder der Aufbau eines eigenen Themenbereichs auf Schub.ch. Auch könnten mehr Lehrpersonen angesprochen werden, wenn das Mosten als Idee für eine Schulreise empfohlen wird. Der Obstverband St. Gallen und der Verband Thurgauer Moster akquiriert an den Mitgliederversammlungen weitere Obstbaubetriebe, die im Jahr 2024 Schulexkursionen anbieten.

Kommunikationsleistung:

Vorgefertigte und regional angepasste Medienmitteilungen werden inklusive Direktkontakt der teilnehmenden Obstbaubetriebe an die regionalen Medien und Gemeindeblätter verschickt. So soll die regionale Berichterstattung über das Schulangebot verbessert werden. Um Budget einzusparen, wird der Beitrag im TVO für das Jahr 2024 gestrichen.

Regionaler Süssmost in Laveba-Filialen:

Grundsätzlich ist die Laveba an einer weiteren Zusammenarbeit interessiert. Die Leistungen und Gegenleistungen zwischen dem Projektteam und der Laveba werden aber genauer festgelegt. Die Verantwortung für diese Verbesserung liegt beim Trägerverein CULINARIUM.

Schaumosten an WEGA und OLMA:

Die Mostzeit wird im Jahr 2024 nicht an der WEGA präsent sein, da das Leitthema jährlich wechselt.

Das Schaumosten an der OLMA wird im Jahr 2024 erneut durchgeführt. Der Standbau wird im gleichen Stil umgesetzt. Die Kommunikation soll stärker auf regionale Bezugsstellen für Süssmost und auf die Schulexkursionen fokussiert werden. Einige Verbesserungen für die Mostpresse werden Mäder Art und dem SBV mitgeteilt. Zudem benötigt der Messestand mehr Lagerraum für Mostobst. Diese Aufgaben liegen in der Verantwortung des Trägervereins CULINARIUM.

Projektteam 2024:

St. Galler Obstverband	Markus Müller, Roman Stüdl
LZSG Flawil	Richard Hollenstein
St. Galler Bauernverband	Andrea Bärtschi
Verband Thurgauer Moster	Ernst Züllig
Agromarketing Thurgau	Brigitte Süess
Süssmostvereinigung	Stefan Freund
Laveba	Gabriel Gübeli
Trägerverein CULINARIUM	Urs Bolliger, Simona Schwarzenbach

6 Impressionen

