

Geschäftsbericht Basiskampagne Näher dran 2023

1 Zusammenfassung

Kommunikationsleistung in Kontakten	42'803'787
-------------------------------------	------------

2 Konzept und Wirkungsziele

Mit unterschiedlichen Kommunikationsmassnahmen werden die Konsumenten auf den breiten Warenkorb an Ostschweizer Regionalprodukten aufmerksam gemacht. Zu diesem Zweck entwickelte der Trägerverein CULINARIUM im Jahr 2020 zusammen mit einer Agentur ein Grunddesign, welche Ostschweizer Produzenten mit Aussagen zur Regionalität verbindet. Dadurch wird der Trend zum Einkauf von regionalen Produkten beim Konsumenten verstärkt.

3 Medienleistung

Datum	Medium	Art des Beitrages	Kontakte
Frühling	Public Transport	Inserat Bio Hofmädertal	531'787
Ganzes Jahr	TVO 10 Ausstrahlungen	Diverse Formate mit Spotpackage, Single-Spot	399'000
Ganzes Jahr	Gelenkbus St. Gallen und Winterthur	Fahrzeugbeschriftung	400'000
Ganzes Jahr	Plakate im Tourismuszentrum St. Gallen		73'000
Ganzes Jahr	2 x Turbo Motorblock		400'000
Ganzes Jahr	Plakat F12/F200		41'000'000
Total			42'803'787

4 Fazit und Ausblick

Mit der Basiskampagne Näher dran wird eine sehr hohe Marktdurchdringung in der Ostschweiz erreicht. Davon profitieren sämtliche Lizenznehmer des Trägervereins CULINARIUM. Konsumenten werden auf unterschiedliche Weise immer wieder mit regionalen Produkten konfrontiert und auf den regionalen Mehrwert aufmerksam gemacht. Dadurch wird der Trend der Regionalität konstant von neuem befeuert und die Nachfrage nach regionalen Produkten steigt.

Diese Basiskampagne bildet einen starken Treiber für Nachfrage nach regionalen Produkten und wird laufend auf die verschiedenen Medienkanäle angepasst und weiterentwickelt.

5 Impressionen



NÄHER AM GENUSS

CULINARIUM
regio•garantie

Grace Schatz
RegioHerz, St. Gallen

Schweiz, Natürlich.

