

## Geschäftsbericht Käsehochburg Ostschweiz 2023-24

### 1 Zusammenfassung

Kampagnen-Dauer	21.10.2023 – 16.03.2024
Beteiligte Produzenten	10
Kommunikationsleistung in Kontakten	<b>1'006'046</b>

### 2 Konzept und Wirkungsziele

Die Ostschweiz ist eine Käsehochburg sowohl in ihrer Käsevielfalt als auch in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung. Die im vergangenen Jahr sehr gut angekommene Kampagne Käsehochburg Ostschweiz wurde im Winter 2023/24 wiederholt, um die Vielfalt des Ostschweizer Käses zu präsentieren.

### 3 Medienleistung

Datum	Medium	Art des Beitrags	Kontakte
21.10.2023	<a href="#">Webseite Landingpage</a>	Kampagnenwebsite	2'839
21.10.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Leitthema Käsehochburg Ostschweiz	99'000
21.10.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Rezept: Strähl Käse	–
21.10.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Berg-Käserei Gais	–
21.10.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Käserei Gabriel	–
21.10.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Landkäserei Neuwies	–
04.11.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Kartause Ittingen	99'000
04.11.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Alpschaukäserei Schwägalp	–
25.11.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: ChäsWelt Toggenburg	99'000
09.12.2023	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Züger Frischkäse	99'000
20.01.2024	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Welt: Bergkäserei Liechti	99'000
16.03.2024	<a href="#">St. Galler Tagblatt SfG</a>	Rezept: Käserei Studer	99'000
07.11.2023	<a href="#">Newsletter</a>	Kampagnenstart Käsehochburg	2'329
18.12. – 31.12.2023	TVO	Werbespot	275'200
Anfang Nov. 2023	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Bergkäserei Liechti (Reichweite)	39'366
Mitte Nov. 2023	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Züger Frischkäse (Reichweite)	13'356
Mitte Nov. 2023	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Strähl Käse (Reichweite)	12'447
Ende Nov. 2023	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Landkäserei Neuwies	16'461
Ende Nov. 2023	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Käserei Gabriel	12'019
Mitte Jan. 2024	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Alpschaukäserei Schwägalp	14'666
Mitte Jan. 2024	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Kartause Ittingen	11'016
Ende Jan. 2024	Bezahlte Anzeige Insta/FB	ChäsWelt Toggenburg	-
Ende Jan. 2024	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Berg-Käserei Gais	12'347
Mitte März 2024	Bezahlte Anzeige Insta/FB	Käserei Studer	-
<b>Total</b>			<b>1'006'046</b>

## 4 Fazit

In der Ausschreibung stiess der Begriff «Käsehochburg Ostschweiz» bei den Produzenten auf eine gute Resonanz. In kurzer Zeit liessen sich 10 Produzenten finden, die bereit waren in diese Kampagne zu investieren. Somit konnte ein Kampagnen-Teilnehmer mehr gefunden werden als das Jahr zuvor. Unter den 10 Produzenten waren solche, die im vergangenen Jahr dabei waren – aber auch neue Kampagnen-Teilnehmer waren mit von der Partie.

Die Kampagne wurde 2021/2022 mitten in der Corona-Pandemie erstmals lanciert. Entsprechend den damals geltenden Einschränkungen wurde der Fokus vor allem auf Online- und Printkanäle gelegt. Diese Ausrichtung wurde nach 2022/23 auch für die Durchführung 2023/24 beibehalten. Im Gegensatz zur Kampagne 2022/23 wurde 2023/24 darauf geachtet, dass die Posts der Käsehochburgteilnehmer zeitlich von den Posts der Königswahl getrennt sind. Da die Landingpage der Käsehochburg 2022/23 zu wenig Informationen und Hintergründe zur Käsevielfalt in der Ostschweiz abbildete, wurde sie 2023/24 mit Rezepten, Hintergrundinformationen und Vorschauen auf die Cheeze-Festivals bereichert. Mit einer Landingpage, bezahlten Posts auf Social Media, verschiedenen Beiträgen auf der Seite für Geniesser (Tagblatt), einem Newsletter-Beitrag und eine TV-Werbespot konnten insgesamt 1'006'046 mediale Kontakte generiert werden.

Auf das Cheezy-Päckli, welches 2022/23 versendet wurde, ist im Kampagnenjahr 2023/24 verzichtet worden, weil die damaligen Verkaufszahlen (15 Stück) des Cheezy-Päcklis deutlich hinter den Erwartungen blieben.

Der Trägerverein Cheeze-Festival schlug vor, dass Gastronomen an Vollmond ein Käsefondue zubereiten und dies als Vollmond-Fondue vermarkten. Die Organisatoren wollten, dass das Vollmond-Fondue Teil der Kampagne Käsehochburg wird. Mögliche Synergien mit dieser Aktion wurden vom Trägerverein CULINARIUM geprüft und als nicht geeignet befunden. CULINARIUM hat sich dagegen entschieden, weil die Idee zu wenig hergibt. Das einzig Spezielle ist, dass man das Fondue anstatt an einem gewöhnlichen Abend, an einem Vollmondabend geniesst. Dies hätte für den Konsumenten keinen Mehrwert geboten.

Für die Kampagnenteilnehmer hat der Trägerverein CULINARIUM neu einen Werbespot erstellt. Vor dem Säntismassiv wurde ein mit Musik hinterlegter Föhnli-Marsch animiert. Der Werbespot wurde vom 18. Dezember 2023 bis 31. Dezember 2023 im Ostschweizer Fernsehen TVO im ersten Werbeblock ausgestrahlt. 275'200 Personen haben den Spot gesehen. Durch den Werbespot ist die Kampagne Käsehochburg noch crossmedialer geworden, da die Teilnehmenden nun in Print, Online, Social Media und im TV beworben wurden.

## 5 Ausblick

Für die Durchführung 2024/25 wird die Käsehochburg-Landingpage weiterhin neben den Beiträgen der teilnehmenden Käsereien mit zusätzlichen Infos rund um das Thema Käse angereichert. In Zukunft sollen diese Infos erneut ausgeweitet werden (Blogbeiträge aus dem Magazin, Käserezepte, Käseprämierungen, Hintergrundinfos zur Käseherstellung und -vermarktung).

Das bereits angedachte POS-Käsequizz (analog Wurst-Profi-Wettbewerb mit Aufklebern auf Produkten) im Detailhandel mit bewährten Partnern (Studer, Züger, Alpschaukäserei, etc.) wird auf ein weiteres Jahr verschoben. Mit dem Quizz soll der Traffic und die Interaktionen auf der Landingpage erhöht werden. Diejenigen Käsereien, die beim Quizz teilnehmen, würden neu als Presenting-Partner für die Kampagne Käsehochburg angefragt.

