

Geschäftsbericht Käsehochburg Ostschweiz 2023-24

1 Zusammenfassung

Kampagnendauer	21.10.2023 – 16.03.2024
Beteiligte Produzenten	10
Kommunikationsleistung in Kontakten	1'006'046

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	Landingpage	Kampagnenwebsite	2'839
21.10.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Leitthema Käsehochburg Ostschweiz	99'000
21.10.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Rezept: Strähl Käse	–
21.10.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Berg-Käserei Gais	–
21.10.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Käserei Gabriel	–
21.10.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Landkäserei Neuwies	–
04.11.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Kartause Ittingen	99'000
04.11.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Alpschaukäserei Schwägalp	–
25.11.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: ChäsWelt Toggenburg	99'000
09.12.2023	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Züger Frischkäse	99'000
20.01.2024	St. Galler Tagblatt SfG	Welt: Bergkäserei Liechti	99'000
16.03.2024	St. Galler Tagblatt SfG	Rezept: Käserei Studer	99'000
07.11.2023	Newsletter	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	-
Total			1'006'046

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 im Jahr zuvor.

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 Gastronomien 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 (TVC) geprüft und als nicht geeignet befunden. Der TVC 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 wesentlichen 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 Käsereien nun in Print, Online, Social Media und im TV beworben wurden.

Leider gab es einen Zielkonflikt zwischen den Kampagnenteilnehmenden: Diese wollten mehrheitlich auf Social Media ihr Produkt bewerben, obwohl auf Social Media nur Storytelling (emotionale Geschichten) funktionieren. Der Trägerverein CULINARIUM ist dem Wunsch der Kampagnenteilnehmenden nachgekommen.

Die Kampagne Käsehochburg Ostschweiz 2023-24 wurde insgesamt merklich verbessert, was ein höheres Zeitbudget zur Folge hatte als ursprünglich geplant.

5 Ausblick

Auf eine Durchführung im Jahr 2024/25 wird verzichtet. Es ist noch offen, ob die Kampagne in Zukunft wieder aufgenommen wird. Falls ja, sollen folgende Verbesserungen umgesetzt werden:

Im Vorfeld soll klar definiert werden, was für eine Art Produkteporträts wir auf der Landingpage wollen. Der Fokus soll hier auf den Werten von CULINARIUM liegen. In Absprache mit den Teilnehmenden werden diese Porträts online geschaltet. Auf Social Media wird begleitend eine Ads-Kampagne geschaltet. Rezepte werden nur auf Social Media veröffentlicht, nicht auf der Landingpage.

Das Zeitbudget muss erweitert werden, so dass die Landingpage mit mehr redaktionellen Inhalten (Ressort Wissen) erweitert werden kann. Es sollen aber keine Beiträge mit Veranstaltungen gemacht werden, da ansonsten die Landingpage konstant aktuell gehalten werden muss. Besser ist es, auf die Webseite cheeze-festival.ch zu verlinken mit dem Vermerk, dass dort käsige Events angeboten werden.

Die Landingpage der Käsehochburg soll im Zuge des Webseiten-Relaunches inhaltlich übernommen werden. So können laufend Berichte rund um den Käse (zum Beispiel aus dem neuen Magazin, Käseprämiierungen, Hintergrundinformationen zur Käseherstellung und -vermarktung, ect.) online stellen.

Das bereits angedachte POS-Käsequiz (analog Wurst-Profi-Wettbewerb mit Aufklebern auf Produkten) im Detailhandel mit bewährten Partnern (Studer, Züger, Alpschaukäserei, etc.) wird auf eine allfällige nächste Ausgabe verschoben. Mit dem Quiz soll der Traffic und die Interaktionen auf der Landingpage erhöht werden. Diejenigen Käsereien, die beim Quiz teilnehmen, würden neu als Presenting-Partner für die Kampagne Käsehochburg angefragt. Ebenfalls auf Eis gelegt ist die Idee, für die Kampagnen-Teilnehmer im Haus des Weins eine Degustations zu organisieren.

6 Impressionen

Landingpage





Zucchini-Rollen mit FILONA Frischkäse

Drucken

Portionen 4

- Zutaten**
- 500 g FILONA Frischkäse Kräuter
 - 4 Zucchini mittlerer Grösse
 - 4 El. Olivenöl
 - 1 Bund Petersilie
 - Schwarzer Pfeffer
 - Salz

Anleitungen

1. Die Kräuter waschen und fein hacken. In eine Schüssel mit dem FILONA Frischkäse Kräuter geben. Alles sorgfältig untermischen und die Masse mit Salz sowie Pfeffer abschmecken.

Rezeptvorschläge auf der Landingpage

Die Seite für Regionalgeniesser



Käsiger Hochgenuss

In der Ostschweiz gibt es eine bemerkenswerte Anzahl von Käseorten. Einige davon beruhen auf jahrhundertalten Traditionen. Spezialität Metzger und grosses Fachwissen zeichnen die Käseherren aus, welche meist Mitglieder beim Ostschweizer Milchzürcherbeier Verband sind. Grund dafür, die Ostschweiz als Käsehochburg zu bezeichnen und den regionalen Käseherren eine Plattform zu bieten.



Bericht im St.Galler Tagblatt



Video für die SoMe-Kanäle

Link TVO-Spot: <http://culinarium.ch/kaesehochburg-ostschweiz>