



Schweizer Obstverband
Fruit-Union Suisse
Associazione Svizzera Frutta

Unsere Kampagnen

Christian Schönbächler

25.11.2021 | Kirschen- und Steinobstseminar

Inhalt



- 01** Einleitung
- 02** Strategie
- 03** Umsetzung

01

Einleitung



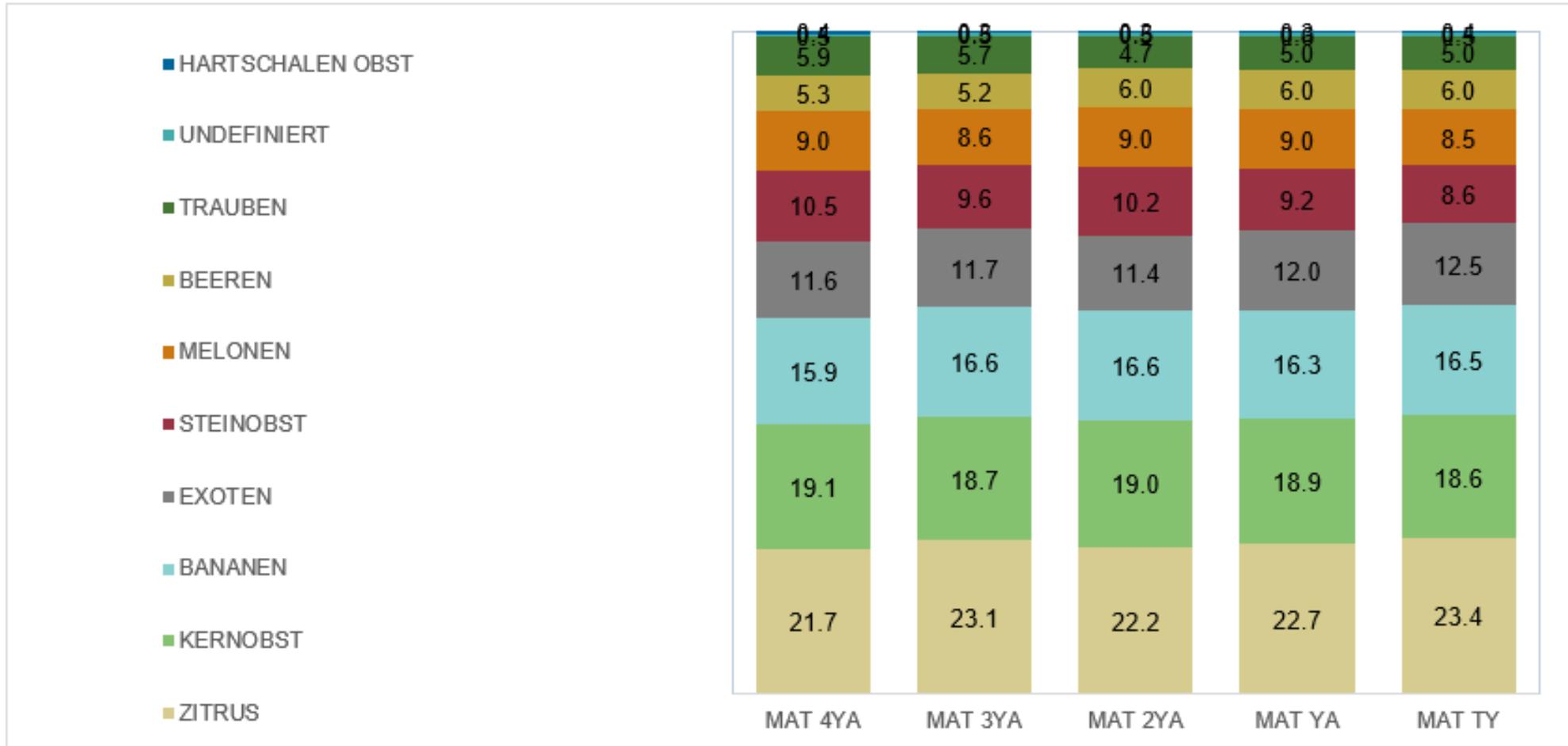
**119 Mio. Produkte
bietet Amazon
weltweit an.**

**Und alle kämpfen um
Aufmerksamkeit.**



Wer ist eigentlich unsere Konkurrenz? Ein Blick auf die Statistik.

Entwicklung der Marktanteile



Quelle: Nielsen, Q3/2021

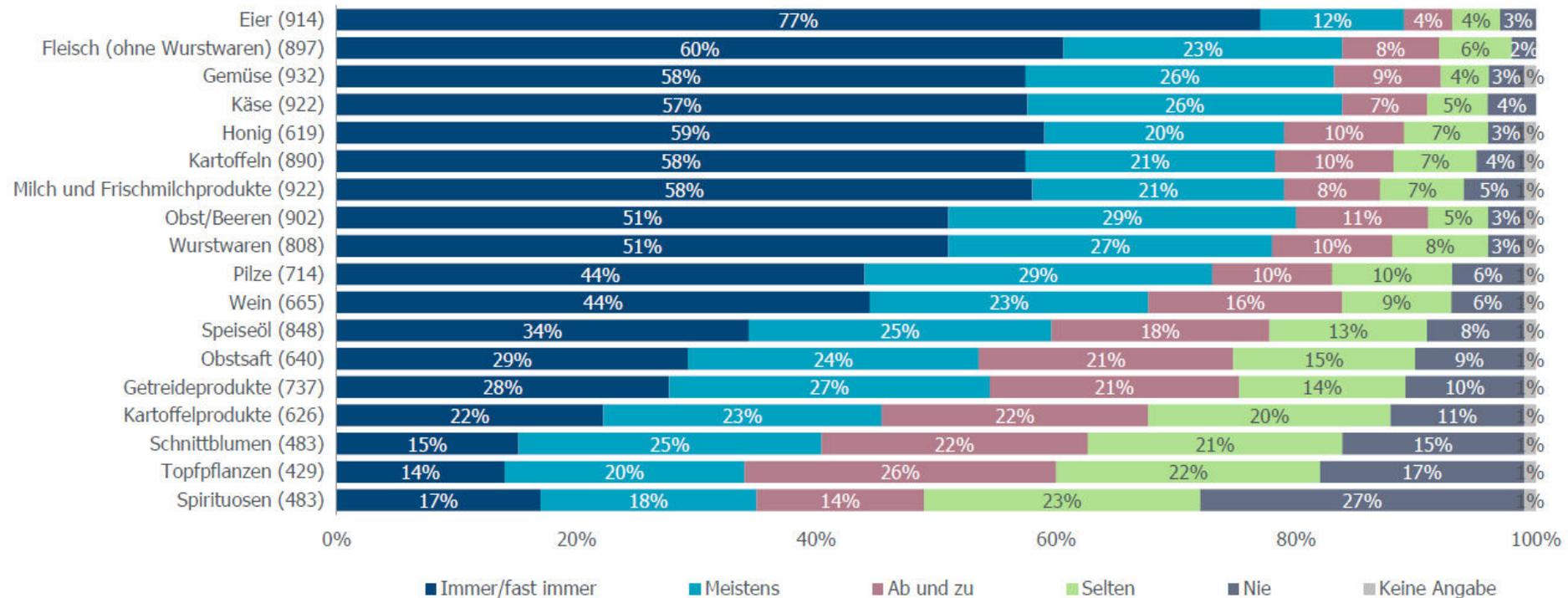
Spielt Regionalität überhaupt eine Rolle?



Beachtung der Produkteherkunft

F2: Achten Sie beim Einkauf dieser Produkte darauf, aus welchem Land sie stammen?

Filter: Wenn Produkt gekauft (F1)



Basis: Anzahl Befragte in Klammern

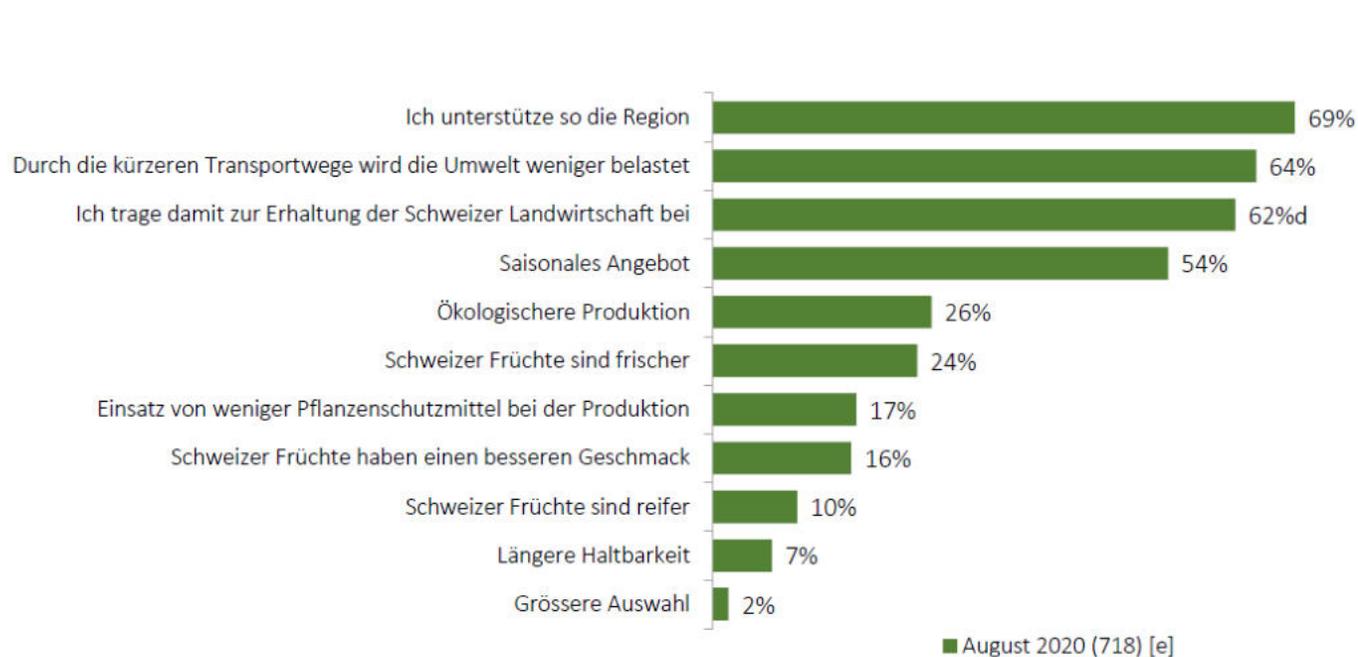


Warum werden Schweizer Früchte bevorzugt?

Gründe Bevorzugung Schweiz

Nachfolgend sehen Sie mögliche Gründe für die Bevorzugung von Früchten aus der Schweiz. Bitte wählen Sie max. 4 Gründe aus, welche für Sie persönlich die wichtigsten sind.

Hauptgründe für die Bevorzugung von Früchten aus der Schweiz sind die Unterstützung der Region (69%), die geringere Umweltbelastung durch kürzere Transportwege (64%) und der Beitrag zum Erhalt der Schweizer Landwirtschaft (62%).



	Oktober 2019 (705) [d]	Oktober 2018 (609) [c]
Ich unterstütze so die Region	66	66
Durch die kürzeren Transportwege wird die Umwelt weniger belastet	71e	66
Ich trage damit zur Erhaltung der Schweizer Landwirtschaft bei	56	57
Saisonales Angebot	62e	60e
Ökologischere Produktion	29	25
Schweizer Früchte sind frischer	25	26
Einsatz von weniger Pflanzenschutzmittel bei der Produktion	14	15
Schweizer Früchte haben einen besseren Geschmack	13	13
Schweizer Früchte sind reifer	10	7
Längere Haltbarkeit	7	5
Grössere Auswahl	3	4e



Kürzere Transportwege und das saisonale Angebot werden in der D-CH stärker als in der W-CH unterstützt. Die Haltbarkeit spielt in der W-CH eine signifikant grössere Rolle als in der D-CH.



Die ökologischere Produktion ist 16- bis 30-Jährigen signifikant wichtiger als älteren Befragten. Die Unterstützung der Region und der Beitrag zur Erhalt der CH Landwirtschaft spielen für 46- bis 60-Jährige eine grössere Rolle als für 16- bis 30-Jährige.

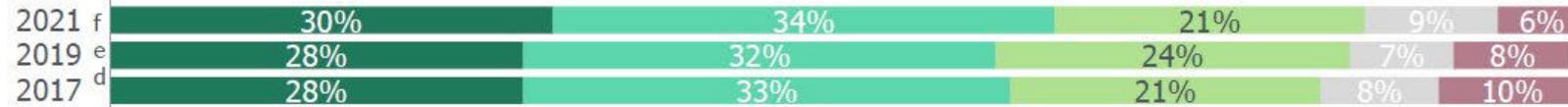


Kürze Transportwege und eine dadurch geringere Umweltbelastung werden von Frauen signifikant häufiger als Grund genannt als von Männern.

Der Trend stimmt



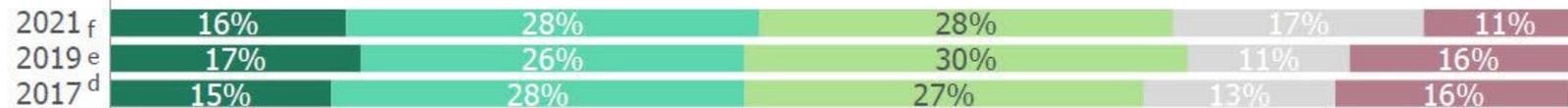
Mittelwert
5.81 de
 5.57
 5.57



Mittelwert
5.69 d
 5.61
 5.54



Mittelwert
5.20 de
 4.96
 4.89



Mittelwert
5.14 d
 5.13
 5.04

0% 50% 100%



Wir kämpfen für...

...Früchte

...Steinobst

...Schweizer Früchte

...Schweizer Steinobst?

02

Strategie



Zweck unserer Absatzförderung

Die **Konsumpräferenzen** sollen zugunsten von möglichst wertschöpfungsstarken schweizerischen Obstprodukten verschoben werden.



Schweizer Früchte
sind **besser** als
solche aus dem
Ausland.



Unsere Kernbotschaften

Schweizer Früchte und Apfelsaft bieten **reale Mehrwerte**: Sie sind natürlich, saisonal, gesund und gut – sie schützen aber auch die Umwelt mit kurzen Transportwegen, schaffen Arbeitsplätze, fördern Biodiversität und erhalten Traditionen.

Unsere Strategie



Was?

- Wir verkünden stolz, dass Schweizer Früchte eben besser sind und erklären, warum (Mehrwerte).

Wie?

- Wir gehen möglichst nahe an den Point of Sale und in die Agglomerationen.
- Wir machen die Produkte erlebbar, indem wir Open-Airs besuchen und Promotionen veranstalten.
- Die Kampagnenmaterialien lassen sich auf dem neuen Webshop einfach personalisieren. Damit die Kampagne die volle Kraft entfaltet.
- Mit unserem neuen Auftritt wollen wir Schweizer Früchte entstauben. Denn wir sind überzeugt, dass unsere Produkte absolut im Trend sind.

03

Umsetzung

Aber s'Beschte chunnt no!



**UF EM
CHUCHITISCH
STÖND NO
SCHWIIZER
CHRIESI**

S'Beschte für din Gnuss.





AM BUFFET GITS SCHWIIZER CHRISI

S'Beschte für dini Energie.





**Le
meilleur
reste à
venir!**

swissfruit.ch



Suisse. Naturellement.



**SUR LA
TABLE, IL Y A
ENCORE
DES CERISES
SUISSES**

Le meilleur pour votre plaisir.



**Les fruits
Suisses**







Aber
S'Beschte
chunnt
no!

swissfruit.ch



Schweiz. Natürlich.



**ES HET
WIEDER FRISCHI
SCHWIIZER
ZWETSCHGE**

S'Beschte für dini Region.



**Schweizer
Früchte**

Migros Hiking Sounds



Schweizer Früchte

Shop Für Schulen Hof Medien Verband DE | FR
Wieso Schweizer Früchte? Früchte Säfte Saisonalität

FRISCH SCHWIZER FRÜCHT

Mit über 2500 Sorten haben Schweizer Früchte das ganze Jahr Saison.

→ WIESO SCHWEIZER FRÜCHTE?

Deine Lieblingsfrüchte dieser Saison

Schweizer Früchte versorgen dich mit Vitaminen und Nährstoffen, die Körper und Geist guttun.

Wieso Schweizer Früchte?
Früchte
Säfte
Saisonalität
Shop
Für Schulen
Hof
Medien

→ Verband
▼ Newsletter
🔍 Suche

DE FR



Schweizer Obstverband
Fruit-Union Suisse
Associazione Svizzera Frutta

Für den Mitgliederrabatt
hier einloggen

Kundenkonto | Warenkorb (2)

Kampagnenmaterial | Lehrmittel | Infomaterial Pflanzenschutz | Obstmasse | Gebinde

DE FR

Produkte suchen...



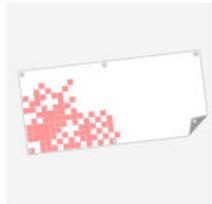
Früchte



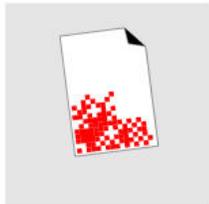
Apfelsaft

Früchte (Kampagnenmaterial)

Kampagnenmaterial



Blachen



Plakate Früchte



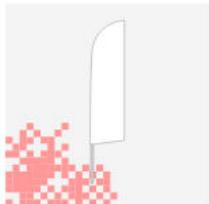
Rotair



Sticker



Aufblasbare Früchte



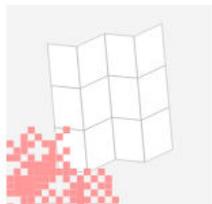
Beach Flag



Kundenstopper



Hoftafel



Saisonkalender



Flyer "Hofladen"

Konfiguration

Teilen

Plakat Früchte

Wählen Sie die Sprache
Deutsch

Plakat
Plakat Birnen
FO-120.0012-D

Anzahl
1

Stückpreis: CHF 1.95
Total: CHF 0.00
inkl. 7.70% MwSt.

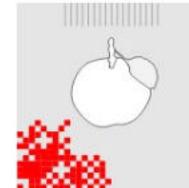
Gemäss Preisvereinbarung erhalten Sie 100.00% Rabatt auf berechtigte Produkte. Falls dieses Produkt rabattberechtigt ist, ist der Rabatt im Total bereits eingerechnet.

In den Warenkorb

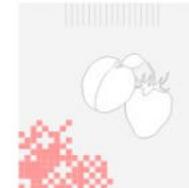
Angebot drucken

Die Versandkosten werden im Warenkorb berechnet.

Obstmasse



Einzel-Obstmass



Kombi-Obstmass Beeren-Aprikosen



Kombi-Obstmass Kernobst



Kombi-Obstmass Kirschen-Zwetschgen



Farbcode Kirschen

Einzel-Obstmass



Basiskampagne 2022



Plakat- und Digitalkampagne

Bisherige Sujets werden erneut eingesetzt. Platzierungen am POS und den Bahnhöfen. Vermehrter Fokus auf Spezialplatzierung für gezieltere Wirkung und Erreichen der Zielgruppe. Künftig arbeiten wir mit einem Team ausschliesslich mit Mitarbeitenden von der Agentur Rod.



Das Sujet der ersten Welle kreieren die Konsumenten

Durch einen Ideenwettbewerb entsteht unser Sujet der Erdbeerenkampagne. So setzen sich die Teilnehmenden vertieft mit unserer Kampagne und den Botschaften und Mehrwerten auseinander.



Videoproduktion

Wir drehen im Laufe der Saison Videos, auf denen wir die Mehrwerte von Schweizer Früchten anpreisen. Die Videos strahlen wir im 2023 im TV als Leadmedium aus.



Schweizer Obstverband
Fruit-Union Suisse
Associazione Svizzera Frutta



**Besten Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**