

## Lovelys neue grüne Wiese

**Swissmilk präsentiert die neue Kampagne für Schweizer Milch und Milchprodukte zum Thema Mehrwerte der Schweizer Herkunft: Nachhaltigkeit und Tierwohl. Für die Konzeption und Umsetzung zeichnet die Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat verantwortlich. Die neue Imagekampagne, die TV-Spots, OOH-Plakate, Microsite und vielfältige digitale Umsetzungen umfasst, liefert «echt starke» Gründe, um bei Milch und Milchprodukten auf Schweizer Herkunft zu achten.**

Medienmitteilung, 01.03.2018

Evolution statt Revolution: Mit dieser Strategie lanciert swissmilk ihre neue Kampagne unter dem bekannten, aber neu interpretierten Claim «echt stark». Lovely – die gleichermaßen bekannte wie beliebte Werbe-Kuh – ist und bleibt das Gesicht von swissmilk. Doch sie tritt nun natürlicher und somit authentischer auf. Statt Extremsportlerin darf sie ab sofort wieder das machen, was sie am besten kann: eine Schweizer Kuh sein. Sie soll Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zeigen, wie sich Schweizer Milch von ausländischer unterscheidet und warum auf Schweizer Herkunft geachtet werden sollte.

Dafür hat Jung von Matt/Limmat eine neue visuelle Klammer geschaffen. Lovely hat erneut eine «Bühne», anstatt auf schlichtem Weiss, befindet sie sich jetzt wieder dort, wo eine zufriedene Kuh eigentlich hingehört – auf grüne Schweizer Weiden mit bestem Grasfutter. Diese visuelle Klammer wird für die unterschiedlichen Werbemittel immer gleich aufgebaut und bietet den passenden Raum, um Geschichten zu erzählen.

So können die zu kommunizierenden Fakten zum Thema Mehrwerte der Schweizer Herkunft wie Tierwohl und Nachhaltigkeit in jedes Format interessant verpackt werden. Ganz besonders gilt das für die digitale Ausführung der neuen Markenbühne. Auf der Microsite [echtstark.swissmilk.ch](http://echtstark.swissmilk.ch) kann der Besucher den Alltag von Lovely auf ihrer saftigen Schweizer Wiese hautnah selbst miterleben – aber nur, wenn er sie auf ihrer grossen Weide findet.

### Verantwortlich bei Swissmilk

Stefan Arnold (Leiter Marketing)

Martin Rüst (Abteilungsleiter Werbung & Key account)

Daniela Schmutz (Projektleiterin Werbung Milch)

Michael Richner - AMS Media (Mediaplanung)

### Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Lorenz Clormann (CD Art)

Samuel Wicki (CD Text)

Hanja Heuss (CD Digital)

Lukas Amgwerd (Text/Konzept)

Ennio Cadau (Digital Text)

Ben Staudenmann (Art/Konzept)

Manuela Tappe (Digital Art)

Cansu Sezer (Digital Art)

# JUNGvMATT

Cyrill Lehmann (Programmierung)  
Hendrik Wernze (Programmierung)  
Christian Koop (Technology Direction)

Marco Dettling (BGL)  
Monika Arnold (Beratung)  
Fernando Gort (Digital Beratung)

Romana Weber (Strategie)  
Daniela Chiani (Strategie Social Media)

Pepe Kägi (Produktion Print)  
Amina Elmallawany (DTP)  
Fabrizio Rutishauser (Bildbearbeitung)

Dennis Lück (ECD)  
Thomas Steiner (CSD)

Jung von Matt/impact (digitale Mediastrategie)

## Externe Partner

Natalija Fallocca-Bajric (Produktionsleitung)  
Frank Estermann – Goodmeat (Producer)  
Thomas Winiger – Südlicht (Schnitt und Postproduktion)  
Dragos Coman – Carioca (Regie und Fotografie)