

Jung von Matt LIMMAT: Wie schmeckt eigentlich Käse mit Charakter?

Der in der Sandsteinhöhle gereifte Kaltbach-Käse begeistert Kund:innen durch seinen einzigartigen Geschmack. Aber wie lässt sich dieser eigentlich genau beschreiben? Die aktuelle Kaltbach-Kampagne von Emmi und Jung von Matt LIMMAT geht dieser Frage auf den Grund.

MEDIENMITTEILUNG, 15.10.2021

Wie schmeckt eigentlich Kaltbach-Käse? In der aktuellen Kampagne stellt Emmi Kaltbach diese Frage den Konsument:innen. Es zeigt sich: Die Frage ist gar nicht so einfach zu beantworten. Das weiss auch Michu, der Kaltbach-Höhlenmeister. Denn: Die strenge Selektion – nur der beste Käse schafft es in die Kaltbach-Höhle – , das Reifen in der Höhle und die spezielle Höhlensulze geben dem Kaltbach-Käse seinen einzigartigen Charakter. Und dieser lässt sich nur schwer in Worte fassen. Darum ist Michus Rat an alle: Am besten den Kaltbach-Käse selber probieren und sich dem Käsegenuss ohne grosse Worte hingeben.

Die schwierige Frage des Geschmacks

Die Marken-Kampagne rund um den einzigartigen Käsegenuss ist die Weiterführung der 2018 lancierten Kampagne zu den Veredelungsschritten, die der Kaltbach Käse in der Höhle und durch die Expertise der Höhlenmeister durchläuft. 2021 steht nun der einzigartige, unbeschreibliche Charakter des Käses im Zentrum.

Während den Dreharbeiten hatten die befragten Konsument:innen die Möglichkeit, auf einer Führung durch die mehrere Kilometer langen Höhle alles über den Entstehungsprozess des Käses zu erfahren. Dass diese Kenntnisse aber nicht unbedingt beim Beschreiben des einzigartigen Geschmacks helfen, beweisen die drei Bewegtbild-Spots.

Die Kampagne wird online in Deutsch und Französisch in verschiedenen Varianten und Längen in der Schweiz wie auch international ausgespielt. Dazu gehören unter anderem Social Assets wie auch Shoppable Ads und YouTube-Preroll-Ads.

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/mbdBE9db2>

Videomaterial:

Höhle

D ohne UT: <https://youtu.be/k7cL0FDtISg>

D mit UT: <https://youtu.be/UbbqGWjDfmM>

F mit UT: <https://youtu.be/vUw5DBIsD0g>

Höhlensulze

D ohne UT: <https://youtu.be/CzWmlPZuzjg>

D mit UT: https://youtu.be/i_v6imar7YM

F mit UT: <https://youtu.be/4WDSfYFMfLY>

Selektion

D ohne UT: <https://youtu.be/55fwh2d6oVI>

D mit UT: <https://youtu.be/XjenCqQcP2o>

F mit UT: <https://youtu.be/CqBWhbNXelo>

JUNGvMATT

Verantwortlich bei EMMI

Sarah Larwood (Global Category Head), Christian Achermann (Global Marketing Manager), Andrea Banz (Head Brand and Category Management Speciality Cheese Schweiz), Luisa Odermatt (Brand Manager Kaltbach Schweiz), Roland Ziswiler (Leiter Betrieb Kaltbach)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Philipp Klink, Jehmsei Keo, Tobias Röben (Text), David Hanselmann (Art Direction), Mutasin Grabenhorst (Grafik) Philipp Siegenthaler (Strategie), Andrea Braschler (Beratung), Rob Hartmann (Executive Creative Director), Luitgard Halg (Executive Creative Director), Thomas Steiner (Chief Client Officer)

Externe Partner:innen

Chocolate Films AG: Michela Trümpi (Producer), Gabi Benz (Line Producer), Lukas Wälli (Kamera/Regie), Christoph Menzi (Schnitt)

Kurzprofil Jung von Matt LIMMAT

Jung von Matt LIMMAT ist die kreativste Agentur der Schweiz (Platz 1 im Kreativranking 2017, 2018 2019 und 2020). Die 1993 gegründete Agentur vereint ein Team von 140 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen in ihrem Ökosystem. Jung von Matt LIMMAT liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, Mobilair und Ovomaltine. Die Agentur steht für eine exzellente Kreativkultur.