

AUFKLÄRUNG UND DIALOG: INTEGRIERTE KOMMUNIKATION ZEIGT DIE VIELEN STÄRKEN DER MILCH

- **INITIATIVE MILCH WILL WERTSCHÄTZUNG UND VERTRAUEN STEIGERN**
- **KAMPAGNE STARTET IM OKTOBER OUT OF HOME, ONLINE UND OFFLINE**
- **DIALOG MIT VERBRAUCHER:INNEN AUF SOCIAL MEDIA, IM WEBCAST UND "IM KÜHLSCHRANK.."**

Oktober 2021

Website, Social Media, Out-of-Home – die Milch geht auf allen Kanälen in die kommunikative Offensive. Die Kommunikation blickt aus verschiedenen Perspektiven auf die Milch und spricht mit ihren klaren Botschaften die breite Öffentlichkeit und insbesondere junge Verbraucher:innen und Familien an. Ziele der Initiative Milch sind Aufklärung und Dialog für die Milch. Rund 90 Prozent der Haushalte haben Milch und Milchprodukte zu Hause, Verbraucher:innen schätzen ihre Vielfalt und den Genuss, sehen sie als Teil einer ausgewogenen Ernährung. Gleichzeitig sind Nachhaltigkeit und zukunftsorientiertes Wirtschaften direkt miteinander verknüpfte Fragen, auf die die Branche Antworten geben möchte. Dafür lädt sie zunächst auf Instagram, im Webcast sowie in einer besonderen Location zum offenen Austausch ein.

KOMMUNIKATION MIT FAKTEN

Herzstück der Kommunikationsaktivitäten ist der Content-Hub, die Website www.initiative-milch.de, mit Fakten und Geschichten rund um die Milch und ihre Innovationskraft. „Die Website soll wissenschaftlich fundierte Themen in die Diskussion einbringen, Innovationen im Bereich Produktion vorstellen und einen relevanten Beitrag zum Dialog mit Verbraucher:innen leisten“, sagt Kerstin Wriedt, Geschäftsführerin der Initiative Milch. „Damit setzen wir uns mit inhaltlich starker Basis für unser Herzensanliegen ein, gemeinsam eine Stimme für die Milch aufzubauen und die Verbraucher:innen für die Wertigkeit und Vielseitigkeit der Milch zu begeistern. Die Branche steht zu höheren Standards, etwa in der Tierhaltung. In der Planung und Umsetzung brauchen wir die Gesellschaft an unserer Seite – wir wollen die Menschen mitnehmen.“

Die Initiative Milch verfolgt mit weiteren Online- und Offline-Maßnahmen einen integrierten Kommunikationsansatz. Neben der Website bietet Instagram unter **#INITIATIVEMILCH** Inspiration und Austausch, unterstützt von Influencer-Kooperationen und PR-Aktivitäten im Food- und Lifestyle-Umfeld. Darüber hinaus wird es einen Webcast auf YouTube geben, der dorthin geht, wo Antworten für die Zukunft liegen: auf Bauernhöfen, an Universitäten, in Molkereien, zu NGOs und Verbänden.



Mit zwei emotionalen Visuals startet die Kampagne bundesweit auf Out-of-Home-Flächen sowie in digitalen und Print-Medien. Die Motive wecken Kindheitserinnerungen, eröffnen Genusswelten und zeigen die verschiedenen Perspektiven auf, aus denen wir das Lebensmittel Milch betrachten können. Die Startmotive bilden den Auftakt zu einer Reihe von Visuals mit smarten Claims, die zum Schmunzeln anregen.

KICK-OFF IM SUPERCANDY POP-UP MUSEUM ALS KREATIVEM BEGEGNUNGSRORT

Eine besondere Form des Milch-Dialogs startet zudem im Herbst in Köln: Im Supercandy Pop-up Museum lädt die Initiative Milch ein zu Austausch und Infotainment – und zwar in den Kühlschrank. Die eigens dafür gestaltete Milch-Kulisse bietet viel Wissenswertes rund um die Milch und zugleich einen Ort der Begegnung für alle Interessierten, Selfie-Fans, Influencer:innen und Stakeholder:innen der Branche. Nach dem Kick-off im Herbst bleibt der Milch-Room bis Ende des Jahres geöffnet.

Pressekontakt:

Initiative Milch 2.0 GmbH
 Französische Straße 13
 10117 Berlin
 Kerstin Wriedt
presse@initiative-milch.de

