



„Schweizer Käse sagt Danke“: Neue Thekenpromotion stellt Konsumentinnen und Konsumenten in den Mittelpunkt.

Mit der neuen Promotion „Schweizer Käse sagt Danke“ bedankt sich Schweizer Käse bei den Konsumentinnen und Konsumenten für den Kauf ihres Schweizer Lieblingskäses – und damit für das Vertrauen und die Wertschätzung, die sie Schweizer Käse entgegenbringen.

Die deutschlandweite Aktion findet von **Oktober bis Dezember 2026** an den Käsetheken statt und ist auch in den Prepack-Truhen präsent. Mit der neuen Leitidee entwickelt Schweizer Käse seine bisherige Promotion inhaltlich weiter. Während in den vergangenen Jahren der unmittelbare Kauf- und Gewinnimpuls im Vordergrund stand, setzt die Thekenpromotion 2026 stärker auf Wertschätzung, Nähe und emotionale Markenbindung.

„Schweizer Käse sagt Danke“ ist damit mehr als ein neues **Motto**: Die Promotion rückt bewusst die Konsumentinnen und Konsumenten und ihre Entscheidung für Schweizer Käse in den Mittelpunkt. Jede Wahl eines Schweizer Lieblingskäses ist zugleich eine Wertschätzung von Qualität, Herkunft und traditionellem Käsehandwerk.

Stellvertretend für die rund 4.900 Schweizer Käserinnen und Käser begleitet die Familie Reichenbach aus Gstaad die Thekenpromotion. Sie verleiht der Botschaft ein authentisches Gesicht und steht für die Menschen hinter Schweizer Käse. Wie viele weitere Käserinnen und Käser in der Schweiz setzt sie sich täglich mit Sorgfalt und handwerklichem Können dafür ein, den Schweizer Lieblingskäse der Konsumentinnen und Konsumenten herzustellen.

Die Teilnahme am Gewinnspiel ist bewusst besonders einfach gestaltet: QR-Codes auf den Gewinnkarten und den Aktions-Etiketten führen direkt auf die Landingpage. Dort wählen sie ihren Schweizer Lieblingskäse aus und nehmen am Gewinnspiel teil. Ein Kaufbeleg ist nicht erforderlich. Damit unterstreicht Schweizer Käse den wertschätzenden Charakter der Aktion und verzichtet bewusst auf eine Teilnahmehürde.





Zu gewinnen gibt es: Als Hauptgewinn wird eine Reise für zwei Personen in die Schweiz mit dem Besuch einer Schweizer Käserei verlost. Darüber hinaus können sich 49 Gewinnerinnen und Gewinner über einen Schweizer Käsekorb freuen. Jeder Korb enthält ca. 2 kg feinsten Schweizer Käse: Appenzeller®, Schweizer Emmentaler AOP, Le Gruyère AOP und Tête de Moine AOP sowie eine Girolle®. Die Auswahl lädt dazu ein, vertraute Favoriten zu genießen und vielleicht einen neuen Schweizer Lieblingskäse zu entdecken.

Mit einer Extra-Aktion bedankt sich Schweizer Käse bei den Thekenfachkräften für ihr Engagement und ihre Beratung der Kunden: Verlost werden 5 x Schweizer Käsekörbe mit ca. 2 kg feinstem Schweizer Käse inkl. Girolle®.

Für Aufmerksamkeit am PoS sorgen Displays mit Gewinnkarten für Konsumentinnen und Konsumenten sowie für Thekenfachkräfte. Ergänzend machen Aktions-Etiketten auf vorverpackter Ware auf das Gewinnspiel aufmerksam. So ist die Promotion an der Käsetheke ebenso präsent wie in den Prepack-Truhen. Zusätzlich unterstützt wird die Promotion durch Verkostungen am PoS.

Für den Handel verbindet die Aktion eine emotionale Markenbotschaft mit einer aufmerksamkeitsstarken Verkaufsförderung. Die Werbemittel schaffen zusätzliche Sichtbarkeit für das gesamte Schweizer Käsesortiment, während die Wahl des persönlichen Lieblingskäses die Beschäftigung mit den verschiedenen Sorten fördert. An der Käsetheke entstehen zugleich neue Gesprächsanlässe für Beratung und Empfehlung. Mit „Schweizer Käse sagt Danke“ verbindet Schweizer Käse damit emotionale Markenkommunikation, authentisches Storytelling und eine aktivierende Maßnahme am PoS.

(Anschläge mit Leerzeichen: 3.578)

Seite 2 von 2

Für weitere Auskünfte:
Switzerland Cheese Marketing GmbH, Bretonischer Ring 15, D-855630 Grasbrunn
Tel.: +49 (0)81 06/8987 0, info@schweizerkaese.de

