

01.07.2025 – 16:02 Uhr

You never Raclette alone

Medienmitteilung

You never Raclette alone

Pünktlich zur Frauen-EM 2025 lanciert Raclette Suisse eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne, die Fussballleidenschaft, Schweizer Genuss und sommerliches Lebensgefühl miteinander verbindet. Die Botschaft: Raclette gehört längst nicht mehr nur in die kalte Jahreszeit – sondern mitten auf den Grill.

Raclette – längst ein Ganzjahresprodukt

Was viele längst praktizieren, erhält nun seine kommunikative Bühne: Raclette im Sommer. Die Kampagne zeigt, wie der Käsegenuss perfekt zum Fussballabend auf der Terrasse, zur EM-Party mit Freunden oder zum spontanen Grillmoment im Alltag passt. Raclette Suisse positioniert sich damit nicht neu, sondern selbstbewusst zeitgemäss.

„Diese Kampagne bringt auf den Punkt, wofür Raclette steht: Geselligkeit, Genuss und Emotionen – nicht nur im Winter, sondern besonders in diesem Sommer, wenn die Schweiz gemeinsam mit der Frauen-Nationalmannschaft mitfiebert.“

– Penzkofer Diana, Senior Projektleiterin, Raclette Suisse

Live-Spiel. Live-Mitfiebert. Echtzeit-Raclette

Ein Highlight der Kampagne ist ihre Echtzeit-Logik: Dank API-Anbindung werden Spielverlauf und Spielstände der Schweizer Nati automatisiert in die Werbemittel übersetzt. Ob Anpfiff, Tor, Rückstand oder Sieg: Jede Spielphase löst eine individuelle Botschaft aus, die live auf DOOH-Screens und Online-Bannern erscheint.

Beispiele aus dem dynamischen Kampagnenkontext:

- „Noch 4 Stunden und 43 Minuten Zeit, um Raclette-Käse einzukaufen“ – vor dem Spiel
- „Lust auf das Nächste!“ – bei Schweizer Führung.
- „Ganz nach meinem Gusto“ – beim Sieg

Begleitend zur Kampagne läuft ein Radio-Tippspiel, bei dem attraktive Raclette-Preise verlost werden. Es stärkt die Markenbindung und verlängert die EM-Stimmung auf charmante Weise über den Bildschirm hinaus.

Das Ergebnis: Eine Kampagne, Emotionen weckt – nicht nur wirbt.

Strategie, Kreation und Technologie – in enger Zusammenarbeit

Die Kampagne wurde von Raclette Suisse gemeinsam mit CERES MEDIA inhaltlich und kreativ entwickelt. Von der strategischen Leitidee über das narrative Gerüst bis hin zur kanalübergreifenden Umsetzung entstand die Aktivierung in enger, partnerschaftlicher Zusammenarbeit. Während Raclette Suisse die Markenidentität, das Gespür für Konsumentenbedürfnisse und den gesellschaftlichen Kontext einbrachte, verantwortete CERES MEDIA die kreative Konzeption und orchestrierte die Umsetzung.

Die technische Realisierung der Echtzeit-Mechanik erfolgte in Zusammenarbeit mit drop8, die für die automatisierte, datengesteuerte Ausspielung der Spielphasen auf DOOH und digitalen Medien verantwortlich sind.

Fazit

Diese EM-Kampagne zeigt: Raclette ist kein Saisongericht – sondern ein Spielmacher. Einer, der live reagiert, Emotionen weckt und beweist, dass Käse nicht nur schmilzt, sondern vor allem Menschen miteinander verbindet.

Verantwortlich bei Raclette Suisse: Diana Penzkofer und Jürg Kriech, verantwortlich bei CERES MEDIA: Caroline Nagiel und Alessandro Giuliano, verantwortlich bei REFLEKTOR KOMMUNIKATIONSDESIGN: Stefan Zbinden, verantwortlich bei Drop8: Daniel Fassnacht und Fabrice Lalive

Über CERES MEDIA

CERES MEDIA ist die Full-Service-Agentur der Schweizer Landwirtschaft und exklusiver Partner der AMS Agro-Marketing Suisse. Sie setzt sich für die strategischen Kommunikationsziele der AMS ein – insbesondere um:

- Den Konsum von Schweizer Landwirtschaftsprodukten gegenüber Import- und Substitutionsprodukten zu stärken
- Die Bevölkerung für die Mehrwerte einheimischer Lebensmittel zu begeistern
- Die Zusammenarbeit von Branchenorganisationen, Verbänden und Behörden zu fördern

www.ceresmedia.ch

Als Kontaktperson für Auskünfte steht gerne zur Verfügung:

Alessandro Giuliano

Geschäftsführer

Telefon 078 635 18 18

E-Mail alessandro.giuliano@ceresmedia.ch

www.ceresmedia.ch

Medieninhalte





Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100054062/100933133> abgerufen werden.