

## Schlussbericht Basiskampagne Näher dran 2024

### 1 Zusammenfassung

Kommunikationsleistung in Kontakten	24'924'200
-------------------------------------	------------

### 2 Konzept und Wirkungsziele

Durch gezielte Kommunikationsmassnahmen werden Konsumentinnen und Konsumenten auf die Vielfalt der Ostschweizer Regionalprodukte aufmerksam gemacht. Der Trägerverein CULINARIUM entwickelte hierfür im Jahr 2020 in Zusammenarbeit mit einer Agentur ein Grunddesign, das Ostschweizer Produzentinnen und Produzenten mit Aussagen zur Regionalität verknüpft. So wird der Trend zum Kauf regionaler Produkte weiter gestärkt.

### 3 Medienleistung

Datum	Medium	Art des Beitrages	Kontakte
Frühling Herbst	Public Transport, Total 50 Tage	Inserat: Berg-Käserei Gais, Kümmelkäse, Berggeist, Säntis Berg-Käse	3'451'200
Ganzes Jahr	Plakate im Tourismuszentrum St. Gallen	Goba	73'000
Ganzes Jahr	Zweimal Turbo Motorblock	Scharfer Maxx	400'000
Ganzes Jahr	Plakat F12/F200	Unterhaltsplakatierung: Elmer Citro, Goba, Berg-Käserei Gais, Image CULINARIUM	20'000'000
<b>Total</b>			<b>24'924'200</b>

### 4 Fazit und Ausblick

Die Basiskampagne Näher dran erzielt eine hohe Marktdurchdringung in der Ostschweiz und kommt allen Lizenznehmenden des Trägervereins CULINARIUM zugute. Konsumentinnen und Konsumenten werden auf vielfältige Weise immer wieder mit regionalen Produkten in Berührung gebracht und für deren Mehrwert sensibilisiert. So wird der Trend zur Regionalität stetig gestärkt und die Nachfrage nach regionalen Produkten weiter angekurbelt.

Damit die Kampagne ein starker Treiber für die Produkte-Nachfrage bleibt, wird sie laufend optimiert und an verschiedene Medienkanäle angepasst.

## 5 Impressionen

