



BGL-Milch: Auszeichnung der Webpräsenz

Beitrag

Homepage der Molkerei Berchtesgadener Land mit dem German Design Award ausgezeichnet.

Was ist authentischer, als der echte Blick hinter die Kulissen oder eben auch der Rundgang in einem Unternehmen. Doch was 2019 für viele Unternehmen ganz normal war, ist seit Corona undenkbar: Kunden* persönlich durchs Unternehmen zu führen. Da ist es gut, wenn Unternehmen sich online up-to-date entsprechend der technischen Möglichkeiten präsentieren und so den Kunden virtuell einen Einblick ins Unternehmen ermöglichen. Besonders gelungen ist der Online-Markenauftritt der Molkerei Berchtesgadener Land, der kürzlich mit dem German Design Award ausgezeichnet wurde. Waren im letzten Jahr über 3.000 Besucher in der Molkerei von einem Team von vier Mitarbeitern abwechselnd durch den Betrieb geführt worden, so waren es in den ersten Wochen 2020 Corona bedingt gerade einmal 300 Besucher. 21 Gruppenführungen wurden inzwischen abgesagt. Und die Aussichten auf Lockerungen für Betriebsführungen sind mittelfristig eher düster. Da ist es umso wichtiger, dass der Internetauftritt nicht nur Einblicke in Daten und Fakten bietet, sondern man sich bei der Überarbeitung des Webauftritts vor zwei Jahren zum Ziel gesetzt hatte, Kunden beim Besuch der Homepage mehr als nur zu informieren. Wer heute auf die Website der Molkerei Berchtesgadener klickt, taucht geradezu in die Molkerei, die Marke und die Philosophie der Genossenschaft ein. Dass dies sowohl von der Fachwelt anerkannt als auch gelungen ist, zeigen die erhaltenen Preise, darunter der angesehene German Design Award. Diesen erhielt die zuständige Münchner Digitalagentur Format D kürzlich für die Gestaltung und Umsetzung. Die Homepage präsentiert die Molkerei zeitgerecht authentisch, umfassend und doch übersichtlich strukturiert sowie emotional ansprechend im Web. So erzählt die Homepage kurzweilig über die Geschichte der Molkerei und über die Produkte, von der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Landwirten, den Eignern der Molkerei, von Kühen, Bergen und beantwortet die Frage „Wo kommt die Milch her?“. Die Website lebt dabei insbesondere von beeindruckenden Stimmungen, die dank der eigenen Bildsprache und der gezielten Bildauswahl gut eingefangen und veranschaulicht werden.

Die Fotografien setzen auf Authentizität und zeigen echte Landwirte, Mitarbeiter und Orte. Dieses Zusammenspiel erzählt bildlich über die Molkerei. Wer sich durch die Seite scrollt bzw. klickt, spürt den respekt- und liebevollen Umgang mit Land und Leuten. In moderner Art und Weise hat die Molkerei es geschafft, die vielen Daten und Fakten gut strukturiert und dadurch leicht aufnehmbar darzustellen. Besonderheiten der Seite sind auch die vielen Zusatznutzen, die geboten werden. Sei es der

Nachhaltigkeitsbericht und das Kundenmagazin „Milchecho“, die als „Flippingbook“ integriert sind, das Milchlexikon, die FAQs, die Vorstellung als attraktiver Arbeitgeber oder ganz neu: die Händlersuche. Damit können Kunden ganz einfach und schnell Verkaufsstellen der Berchtesgadener Land Milchspezialitäten in ihrer Nähe finden. Das Tool ist besonders aktuell sehr gefragt, da Verbraucher seit Corona ganz gezielt Produkte mit Herkunftsgarantie suchen und damit nun schnell Bezugsquellen in ihrer Umgebung finden können. Weitere Themen, denen eigene Bereiche gewidmet sind, sind faire Milchpreise oder z.B. das Engagement nachhaltiger Verpackungsstrategien. Alles in allem eine Homepage, die die Verbraucher in die Welt von Berchtesgadener Land eintauchen lässt und nebenbei viele Fakten liefert.

Bericht, Foto und weitere Informationen: www.bergbauernmilch.de

**Jubiläumskonzert
1100 Jahre Prutting**

**BLASORCHESTER
DER MÜNCHNER
PHILHARMONIKER**

*Unter der Leitung von Albert Osterhammer
Moderation Traudi Siferlinger*

**Am Samstag,
den 27.07.2024
Einlass ab
17:30 Uhr**

Karten: www.prutting.de/kartenverkauf

Kategorie

1. Land- & Forstwirtschaft

Schlagworte

1. Chiemgau
2. Molkerei Berchtesgadener Land