



Sachsenmilch

## Der Mensch im Mittelpunkt

Die Leppersdorfer Sachsenmilch präsentiert sich im Internet mit einer neu gestalteten Homepage. Besucher der Seite finden auf [www.sachsenmilch.de](http://www.sachsenmilch.de) nicht nur Produktinformationen und Wissenswertes rund um Milch und Milchprodukte, sondern bekommen auch einen Blick hinter die Kulissen des Molkebetriebes.

**Im Mittelpunkt des neuen Webauftritts der Sachsenmilch stehen die Mitarbeiter, die Einblicke in den Arbeitsalltag des Unternehmens geben**

Im Mittelpunkt des Webauftritts stehen die Menschen hinter der Marke und dem Unternehmen. Dies war der Grundstein für den Mix aus Marken- und Standortkommunikation, bei dem die Mitarbeiter ganz klar im Fokus stehen. Ob Produktion, Entwicklung, Buchhaltung oder Azubis – auf der Startseite von [www.sachsenmilch.de](http://www.sachsenmilch.de) kommen die Mitarbeiter verschiedenster Bereiche in kurzen Filmen zu Wort und geben Einblicke in den Arbeitsalltag einer der größten Molkereien Europas.

Jedes Video-Porträt wird mit Sachsenmilch-Produkten oder weiterführenden Informationen zum Unternehmen verknüpft.

Lidl

## Geld-zurück-Garantie ohne Wenn und Aber!

Wie führt man Kunden an neue Produkte heran? Indem man sie probieren lässt. Geld-zurück-Garantie-Aktionen sind da ein beliebtes Mittel, um Konsumenten zum „risikolosen“ Probieren neuer Produkte zu animieren. In der Regel muss man nur den Kassensbon einsenden und vielleicht eine Begründung abgeben, warum einem das Produkt nicht gefällt und man erhält den Kaufpreis erstattet.

Bei Lidl funktioniert das noch viel unbürokratischer, wie aus einem aktuellen Kundenmagazin „Lidl lohnt sich“ hervorgeht. Dort informiert der Discounter über seine umfassende Geld-zurück-Garantie – mit folgender Formulierung: „Wenn Sie mit dem Kauf eines Lebensmittels unzufrieden sind, können Sie, egal aus welchem Grund, die Ware zeitlich unbegrenzt und ohne Vorlage des Kassensbons zurückgeben.“ Die Fußnote ist zwar in ihrer 8-Punkt Schrift nicht sehr auffällig, aber für den aufmerksamen Leser problemlos wahrzunehmen. Außerdem weist Lidl auch unter [www.lidl.de](http://www.lidl.de) auf diesen sicherlich sehr außergewöhnlichen Kundenservice hin.

**Zeitlich unbegrenzt, ohne Angabe von Gründen und sogar ohne Kassensbon: Discounter Lidl gewährt seinen Kunden bei seinen Lebensmitteln eine umfassende Geld-zurück-Garantie.**

Heiderbeck

## Inspirierender Käse-Katalog



Das neue Erscheinungsbild der Heiderbeck GmbH am neuen Standort in Olching hat auch seinen Niederschlag im neuen Katalog gefunden. Übersichtlich und nach Ländern sortiert, informieren und inspirieren die Inhalte. Geblieben ist der Anspruch, stets die Ware im Blick zu haben. Dazu zählen Produktneuheiten, Entdeckungsreisen in neue Regionen Europas, traditionelle Herstellungsverfahren, innovative „Käsemacher“ und artgerechte Tierhaltung. Hier werden zeitgemäße und nachhaltige Trends aufgespürt sowie sich verändernde Essgewohnheiten sowie internationale Einflüsse auf den Markt.

Egal, ob Käsetheke oder SB-Kühlregal, der Katalog gibt professionelle Einblicke in Frische, Genuss und Qualität und ist für jeden, der mit Käse oder feinköstlichen Produkten handelt, unverzichtbar. Als qualifizierter deutscher Käsefachvermarkter verfügt die Heiderbeck GmbH zudem über ein umfangreiches und hochklassiges Käsesortiment.

Auf der Heiderbeck-Käsebörse, die in diesem Jahr vom 12. – 14. September am alten Standort in Puchheim stattfindet, ist der Katalog kostenfrei erhältlich. Wer sich vorher informieren möchte, kann den Katalog über [info@heiderbeck.com](mailto:info@heiderbeck.com) bestellen.

ANZEIGE

**anuga** [www.anuga.de](http://www.anuga.de)  
**TASTE THE FUTURE**

**10 TRADE SHOWS IN ONE**

Jetzt Eintrittskarte online kaufen und bis zu 44% sparen: [www.anuga.de/tickets](http://www.anuga.de/tickets)

**Anuga Dairy**  
Für Sie frisch eingetroffen: Milchprodukte aus aller Welt.

Die Fachmesse Anuga Dairy ist die internationale Leitmesse und das Trendbarometer für die Milch- und Molkereiwirtschaft. Erleben Sie gemeinsam mit den Top-Entscheidern die Innovationen und Entwicklungen der Branche.

Köln, 10.–14.10.2015

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1, 50679 Köln, Deutschland  
Telefon +49 1806 002 200, Telefax +49 221 821-991010  
[anuga@visitor.koelnmesse.de](mailto:anuga@visitor.koelnmesse.de)  
(0,20 Euro/Anruf aus dem dt. Festnetz; max. 0,60 Euro/Anruf aus dem Mobilfunknetz)

koelnmesse