

Über uns.

Seit 1936 sind wir in der Schweiz zu Hause. Über 80% unserer Getränke produzieren wir lokal: in Brütisellen und Vals. Zudem beziehen wir 95% aller Inhaltsstoffe von Schweizer Lieferanten.

Wir beschäftigen über 900 Mitarbeitende und sichern schweizweit über 16'500 Jobs. So generieren unsere Lieferanten, Vertriebspartner und wir eine Wertschöpfung von rund 1,2 Milliarden Schweizer Franken. Wir sind bestrebt, der bevorzugte Lieferant für unsere Kunden zu sein, und setzen Programme um, mittels derer wir über 50 000 Kunden unterstützen, die unsere Produkte an Konsumenten verkaufen.

Das geht auch anders...

Inspirieren Sie durch eine, durch Ihre Geschichte:

Erzählen Sie, wohin Sie reisten, wie, wann, warum Ihnen die Idee kam, aus der schlussendlich die Marke entstand. Wie der Entstehungsprozess Ihres Produktes war, welche Geschichte hinter Ihren Services steckt. Ihre Marke wird dadurch menschlicher, das Produkt bekommt einen Rahmen und mehr Bedeutung. Gute Geschichten bleiben hängen und werden weitererzählt.

Inspirieren Sie durch Persönlichkeit:

Wenn Sie nicht Mainstream sind, müssen Sie sich auch nicht so präsentieren. Sehen Sie sich oder Ihre Marke frech und vorlaut, dann schreiben Sie so. Am Ende müssen Sie authentisch rüberkommen. Wählen Sie eine Unternehmenssprache, die zu Ihnen passt, überraschen Sie mit spannenden Überschriften und auffälligen Bildern.

Inspirieren Sie durch Menschlichkeit:

Schreiben Sie einen Text, der von einem Menschen und nicht von einem Roboter stammt. Das schafft Vertrauen, Sie wirken authentischer und man nimmt Sie als offen und locker wahr.

Lassen Sie Kunden zu Wort kommen:

Mund zu Mund Propaganda ist immer noch das, worauf Sie am meisten vertrauen, nicht? Lassen Sie auf Ihrer Seite doch Kunden zu Wort kommen. Unparteiisch, realistisch und authentisch. Setzen Sie Kundenstimmen direkt unter Ihre Biografie, schaffen Sie eine gute Balance zwischen persönlichen und unternehmerischen Leistungen.

Verlieren Sie sich nicht im Businessjargon:

Ihre Webseitenbesucher wollen verstehen, was sie lesen. Darum, vermeiden Sie Business-Jargon so weit möglich. Ihr Angebot muss klar und gut leserlich rüberkommen, so dass Otto Normalverbraucher versteht, was gemeint ist. Schreiben Sie kurze, ausdrucksstarke Sätze um komplexe Sachverhalte zu erklären.

Ein paar Beispiele:

<https://www.google.ch/intl/de/about/>

<https://de.onpage.org/about/company/>

<http://chichestermusicacademy.com/about-us/>

<https://www.blinos.at/ueber-uns/die-idee/>