

Frischer Wind bei basicbio.de

08.05.2009, 10:52 | Freizeit, Buntes, Vermischtes

Pressemitteilung von: *Serviceplan Brand PR*
Presseagentur: *Serviceplan BrandPR*



Website der basic AG

Echtes Vertrauen: Kunden werben für basic

Sympathisch und innovativ: Bio-Supermarktkette geht neue Wege im Internet

München, 7. Mai 2009 – Wer zufrieden ist, sagt es gerne weiter. Und wer besonders glücklich ist, erzählt es sogar der ganzen Welt. So wie jetzt auf der neuen Webseite der basic AG. Unter basicbio.de verraten ab sofort die Kunden der Bio-Supermarktkette, was sie an deren ökologischen Produkten so schätzen – und führen die Online-Surfer durch das breite Sortiment von basic.

Eine Videonavigation mit menschlichen Testimonials ist „State of the Art“ für moderne Webseiten. Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen sind es bei basic aber keine Models oder Schauspieler: Alle Videotestimonials sind tatsächlich basic-Kunden. Dass sie sich so für basic engagieren, zeigt, wie sehr die Verbraucher die Produkte und Philosophie von basic schätzen.

Die Verbrauchermeinung zählt

Ob Produkte, Marken oder Märkte – in jeder Kategorie der neuen basic-Webseite sprechen Kunden über ihre Erfahrungen mit den biologisch und nachhaltig produzierten Lebensmitteln aus den 24 deutschen basic-Supermärkten. Umgekehrt vertraute die basic AG bei der Konzeption von www.basicbio.de auf die Meinung der Verbraucher. In die Neugestaltung der Webseite flossen zahlreiche Anregungen und Wünsche von basic-Kunden ein. Die kamen ungewöhnlich zahlreich: Rund 70 Prozent aller Abonnenten des basic-Newsletters gaben Feedback zur Neugestaltung der

Webseite - eine sensationell hohe Beteiligung bei einer Online-Befragung.

Nachhaltig auf Erfolgskurs

Der Start der überarbeiteten Webseite ist der erste Schritt der neuen Internet-Strategie bei basic. Zur zweiten Ausbaustufe gehören unter anderem ein Blog zu allen Themen rund um Bio-Lebensmittel, weitergehende Kooperationen mit führenden, ökologisch aktiven Web 2.0-Netzwerken wie Utopia und New Ethics sowie ein Online-Shop.

Konzeptionell und gestalterisch umgesetzt wurde die Webseite durch die Werbeagentur Süden auf Basis des freien Content-Management-Systems Typo 3 und Adobe Flash.

Portrait

Über die basic AG

Die 1997 in München gegründete, nicht börsennotierte basic AG steht für gesunde Bio-Lebensmittel, die unter ethischen und sozialen Gesichtspunkten erzeugt und vermarktet werden. Die basic AG betreibt in 14 deutschen Städten 24 Bio-Supermärkte. 2006 wurde die österreichische Tochter „basic Austria Bio für alle GmbH“ gegründet, die jeweils eine Filiale in Salzburg und Wien unterhält. Die Frische-Supermärkte der basic AG bieten ein Vollsortiment mit rund 8000 Produkten darunter mehr als 200 besonders preisgünstige Artikel der Eigenmarke basic. Bis auf wenige Ausnahmen stammen alle Waren aus kontrolliert ökologischem Anbau und erfüllen mindestens den EU-Öko-Standard. Bevorzugt werden Produkte von Anbauverbänden, wie Bioland, Naturland und Demeter ins Sortiment aufgenommen und Erzeugnisse regionaler Produzenten, deren Standorte nicht weiter als 150 Kilometer von der jeweiligen Filiale entfernt liegen dürfen. Großzügige Bedientheken für Fleisch, Wurst, Käse und Backwaren sowie begehbare Kühllhäuser für Obst und Gemüse gehören zu den Standards. Im Jahr 2008 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von etwa 93 Millionen Euro. Vorstand der Aktiengesellschaft ist seit August 2008 Joachim Kreuzburg, Aufsichtsratsvorsitzender ist Frank Dieter Maier.

News-ID: 308602 • Views: 137 (Stand: 22.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/308602/Frischer-Wind-bei-basicbio-de.html>