



Verdener Keks- und Waffelfabrik Hans Freitag GmbH & Co. KG
Postfach 13 09 · D-27263 Verden (Aller)

Verdener Keks- und Waffelfabrik
Hans Freitag GmbH & Co. KG

Siemensstraße 11
D-27263 Verden (Aller)
Telefon (0 42 31) 91 49 0
Telefax (0 42 31) 30 54 und (0 42 31) 91 49 15

info@hans-freitag.de
www.hans-freitag.de
www.keksblog.com

USt-IdNr. DE811561938
ILN 40 02652 000007

Handelsregister Walsrode HRA 120949

Komplementärin: Hans Freitag GmbH, Verden
Handelsregister Walsrode HRB 121587

Geschäftsführer: Anita Freitag-Meyer, Hans Freitag

PRESSEINFORMATION

Keine Angst vorm Bloggen – von 0 auf 100 mit Authentizität zum erfolgreichen Unternehmensblog

Viele Unternehmen und Konzerne machen trotz Web 2.0 noch große Augen bei Blogs, Facebook & Co. Sie stehen am Rand der Internetarena und schauen gebannt zu, was drinnen passiert. Nur wenige größere Unternehmen haben den erfolgreichen Schritt in die Blogosphäre geschafft. Hier dominieren noch immer die Kleinunternehmer und Mittelständler. Eine die es geschafft hat, ist Anita Freitag-Meyer Geschäftsführerin der Verdener Keks- und Waffelfabrik Hans Freitag. Ihr Keksblog – das knusprigste Blog der Welt – wurde sogar bereits mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation als „Bestes Unternehmensblog des Jahres“ ausgezeichnet.

Während viele Unternehmer das Projekt Corporate-Blog „totplanen“, indem sie auf jede Eventualität vorbereitet sein wollen und einen detailreichen Redaktionsplan erstellen, entschied sich Anita Freitag-Meyer für ihre sogenannte „Clint-Eastwood-Strategie“: Einfach drauf losstiefeln und machen. Der Erfolg gibt ihr Recht. Denn: Authentische Typen bloggen erfolgreicher. Es sind kleine Geschichten und manchmal bissige Kommentare, die zum Lesen anregen, sowie überspitzte Meinungen und eine typische Schreibe, die Nutzer zu Stammlesern machen. Am besten funktioniert das mit einem klaren Themen-Profil.

Anita Freitag-Meyer wollte ein Unternehmensblog, um ihre Begeisterung für ihr Unternehmen einem breiten Publikum zu präsentieren. Gemeinsam mit ihrer Mitarbeiterin Linda Grohe engagierte sie einen Social Media Experten, der den beiden in zwei Tagen die Grundbegriffe des Bloggens beibrachte. Seitdem führen die beiden das Keksblog eigenständig. Besonders wichtig ist der Unternehmerin dabei der ständige Dialog mit den Verbrauchern. „Neben unserer Funktion als starker Handelsmarkenlieferant backen wir Kekse für den Endverbraucher. Ich möchte wissen, wie unsere Produkte bei ihm ankommen. Und das erfährt man am besten durch direkte Kommunikation“, so Anita Freitag-Meyer. Ihr Rat: „Man



sollte auf jeden Fall mit Herzblut an die Sache herangehen. So ein Blog kann auch ziemlich zeitaufwendig sein, darüber sollte man sich vorher klar werden. Denn lieber kein Blog als ein halbherziger Versuch, der niemanden zufriedenstellt, weder das Unternehmen noch die Kunden.“

Zudem sollte man sich auch nicht völlig unvorbereitet in diese Aufgabe stürzen. Jeder Unternehmer sollte sich zuvor überlegen, was das Ziel seiner Aktion sein soll. Man braucht nicht zwingend einen Redaktionsplan, aber man sollte wissen, worüber man die Blog-Leser informieren möchte. „Meine persönliche Reihenfolge ist dabei kommunizieren, zuhören, verstehen und daraus lernen. Das Verkaufen kommt erst danach. Ein Blog, der die Umsatzzahlen in den Mittelpunkt rückt, der findet beim Endverbraucher keinen großen Anklang.“

Unser Keksblog wird drei und bekommt einen neuen Look

05.03.2014 - KATEGORIEN: Allgemein

Hallo liebe Keksblogfreunde!

Nun sind Linda und ich hier schon drei Jahre mit dem Keksblog unterwegs! Wahnsinn, wie die Zeit vergeht. Ich erinnere mich noch gut an die ersten Schritte im Web 2.0 und unsere Unbedarftheit, um nicht zu sagen "komplette Ahnungslosigkeit", was die Social Networks angeht. Wir engagierten damals den **Social Media-Fachmann Thomas Knüwer**, der uns in einem zweitägigen Workshop die Grundbegriffe des Bloggens und der anderen Plattformen wie **Facebook, Twitter** und **Youtube** beibrachte. Am Ende dieser zwei Tage drückte er uns eine Minikamera in die Hand und gab uns 30 Minuten Zeit, um unseren ersten Youtube-Clip zu drehen. Das Ergebnis könnt ihr hier nochmal sehen:

[Weiterlesen ...](#)

5. MÄRZ 2014 **AUTOR** Anita Freitag-Meyer **KOMMENTARE** 12 KOMMENTARE

SHARE [Facebook](#) [Twitter](#) [tellen](#) [XING](#)

[... Ähne Anita!](#)

AKTUELLE BEITRÄGE

- Kreative vor – wir brauchen ein knackiges Team-Shirt
- Unser Keksblog wird drei und bekommt einen neuen Look
- Vorhang auf!
- Heute ist Valentinstag! ...
- Ein schneller, spannender und warmer Januar- breaking news

KATEGORIEN

ARCHIV

LINKS

SIE FINDEN UNS AUCH HIER

- [hf www.hans-freitag.de](http://www.hans-freitag.de)
- www.hans-freitag-shop.de
- www.lkies.com

AUTOREN
ANITA FREITAG-MEYER
LINDA GROHE

KONTAKT
GÄSTEBUCH
KONTAKTDATEN
KONTAKTFORMULAR

INTERN
BETRIEBSVEREINBARUNG
MITARBEITER-GÄSTEBUCH

DATENSCHUTZ | IMPRESSUM



Die Leser freuen sich über soviel Leidenschaft und Engagement einer Firmeninhaberin. Mittlerweile ist die Verdener Keks- und Waffelfabrik auch dazu übergegangen, die Endverbraucher in Entscheidungen mit einzubeziehen. Ob eine neue Kekssorte oder das Design der Verpackung, über das Blog kann jeder der möchte mitentscheiden. Und das macht für Anita Freitag-Meyer ein gutes Blog aus. „Wir möchten dem Kunden ein Gesicht zur Marke präsentieren und zeigen, dass wir als mittelständisches Unternehmen den Kunden als Teil des Ganzen wahrnehmen.“

Damit nicht nur die Geschäftsführerin Lob oder Kritik von Kunden bekommt, werden viele Feedbacks der Endverbraucher an die 350 Mitarbeiter weitergegeben. Ehrlichkeit und Transparenz sind hierbei für die Unternehmerin besonders wichtig.

Das Keksblog feiert in diesem Jahr seinen dritten Geburtstag mit einem Facelift – das Blog ist nun vor allem emotionaler was dem Thema Keks gerecht wird. Auch ist es übersichtlicher gestaltet und bietet den Lesern direkte Verlinkungen auf die weiteren Internetpräsenzen des Unternehmens und den Online-Shop. Die Reaktionen der Blogleser auf die überarbeitete Struktur sind dabei durchweg positiv und kleine Verbesserungsvorschläge der Leser zum Design wurden in Hans Freitag-Manier innerhalb weniger Stunden aufgenommen und direkt umgesetzt. Das Keksblog ist nicht nur aufgrund der Inhalte sehr beliebt, es spiegelt nun auch optisch die Leidenschaft zum Keks wieder ebenso wie die Bodenständigkeit und zugleich die Modernität der Firma.

Auch in Zukunft will Anita Freitag-Meyer bloggen und ihre „Clint-Eastwood-Strategie“ weiterverfolgen. Die neun wichtigsten Punkte davon sind:

1. Jetzt starten

2. Blog und Website verschmelzen

Die Besucher eines Corporate Blogs sollen bei Interesse an den Produkten oder Dienstleistungen mit wenigen Klicks zu den Produktseiten, in den Shop oder zu einem Kontaktformular gelangen. Niemand möchte lange nach Informationen suchen müssen.



3. Thema finden

Ein Tipp für weniger bekannte Marken oder neue Firmen: Starten Sie keinen typischen Corporate Blog über Ihre Firma, sondern einen Themen-Blog, der zu Ihrer Marke oder Dienstleistung passt. Damit haben Sie eine größere Chance, sich als Experte zu etablieren und können neue Leser auch über themenverwandte Suchanfragen bei Google auf Ihren Blog ziehen. Natürlich sollten Sie für Ihr Thema auch genügend Ideen zu Blogbeiträgen haben.

4. Leidenschaft und Authentizität

Ohne Leidenschaft für die Möglichkeiten des Web lässt sich ein gutes Blog nicht dauerhaft betreiben. Den Zeitaufwand sollte man hierbei auch nicht unterschätzen. Besonders wichtig ist es, authentisch zu sein und nicht nur ehrlich wirken zu wollen. Durch ein Blog bezieht man die User mit in das Unternehmen ein, und muss sich auch auf Kritik gefasst machen. Aber genau das führt dazu, dass fehlerhafte Aspekte verbessert werden können. Der Dialog mit den Lesern muss dabei offen gestaltet sein.

5. Die Brille wechseln

Wichtig für einen guten Corporate Blog ist weniger, was die Unternehmer sagen wollen, sondern was die Leser und potenziellen Kunden lesen möchten. Setzen Sie die Lese(r)brille auf und vermeiden Sie eine Innensicht! Durch die Reaktionen der Leser erfahren sie innerhalb kürzester Zeit, ob Sie auf dem richtigen Weg sind.

6. Ein Corporate-Blog darf "menscheln"

Ein Blog ist kein starres und unveränderliches Dokument! Es lebt von der Interaktion und dem Dialog zwischen Blogger und Bloglesern. Dabei sollte es auf keinen Fall steif und ernst zugehen, vor allem die Zwanglosigkeit der Kommunikation mit Unternehmern macht ein Blog so interessant für die Leser.



7. Interaktion mit den Lesern erzielen

Kommen Sie mit Ihren Lesern ins Gespräch. Stellen Sie ihnen Fragen am Ende von Blogbeiträgen, z.B. zu ihrer Erfahrung oder Meinung. Interaktion erreichen Sie oft nur, wenn Sie dazu auffordern. Kleine Sache – große Wirkung: jeder Kommentar verdient auch eine persönliche Erwiderung. Auch wenn er keine Frage enthält, bedanken Sie sich freundlich für den Kommentar oder die sinnvolle Ergänzung zu Ihrem Beitrag.

8. Die richtige Form der Kommunikation finden

Vor allem für Unternehmer aus fachspezifischen Bereichen ist dieser Punkt schwer umzusetzen. Aber lange, verschachtelte Sätze voller Fachtermini werden auf wenig Interesse bei den Lesern stoßen. Kurz und prägnant muss ein Blogartikel sein.

9. Geduld für Wachstum mitbringen

Corporate Blogs etablieren sich nicht über Nacht, sondern eher mittel- bis langfristig. Die Leserschaft wächst zwar langsam, aber stetig.

+++ Die Verdener Keks- und Waffelfabrik Hans Freitag GmbH & Co. KG ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Verden. Seit Generationen ist Hans Freitag das Synonym für Keks- und Waffelmischungen. Vor 66 Jahren gegründet, ist das Unternehmen ein in dritter Generation geführter Familienbetrieb, der sowohl als Private-Label-Produzent für den Handel Produkte entwickelt und herstellt als auch die eigene Herstellermarke „hf“ vermarktet. Der Süßgebäck-Produzent ist ein modernes Traditionsunternehmen, das für Qualität und Vielfalt steht. Weitere Informationen rund um die Verdener Keks- und Waffelfabrik Hans Freitag GmbH & Co. KG unter <http://www.hans-freitag.de>. +++

+++ Pressekontakt | 4PR Consulting GmbH | Frau Katharina Hoffmann | Telefon 02132 969000 | Telefax 02132 9681247 |
Katharina.Hoffmann@4prconsulting.de | www.4prconsulting.de +++