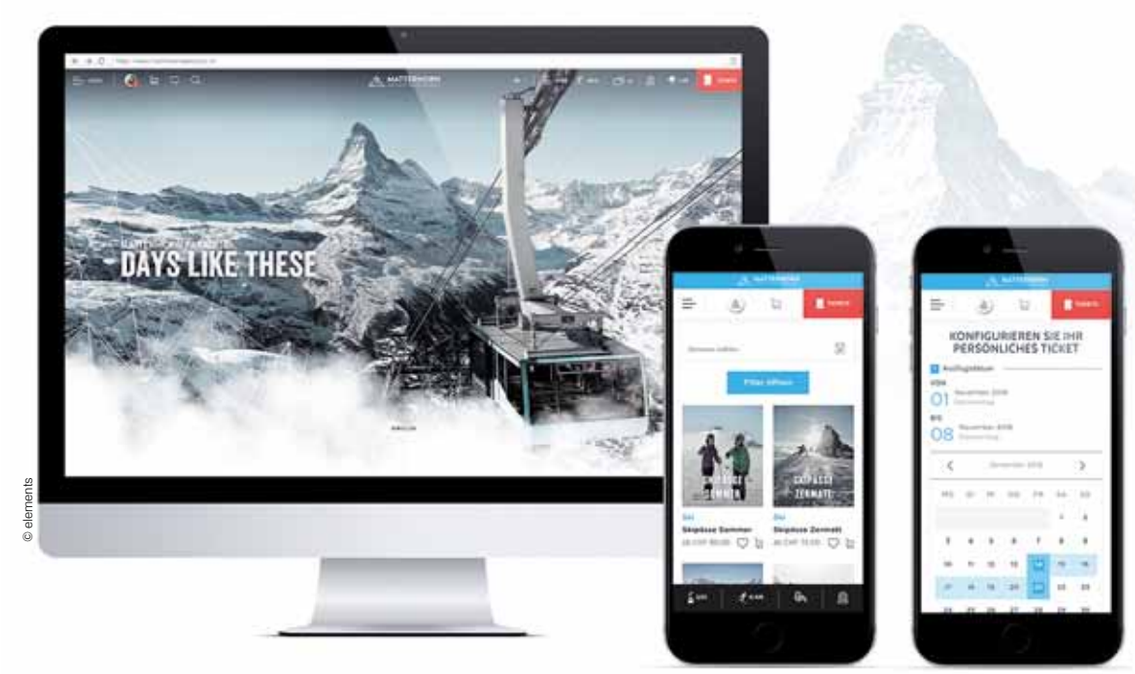


© elements

Spielt alle StückIn

elements entwickelt für das größte Seilbahnunternehmen der Schweiz eine Website mit einfachem Bestellprozess.

BERN. Pünktlich ging die neue Website der Zermatt Bergbahnen AG, entwickelt von der Digitalagentur elements, im Oktober online – ein Portal, das sich ganz nach den Bedürfnissen der Gäste richtet: schnell, einfach, mobil und personalisiert. Leistungen können so direkt aus dem Inhalt heraus gebucht werden und holen die User an der richtigen Stelle ab.

Sämtliche buchbaren Angebote wie Skipässe, Ausflugstickets, Erlebnisangebote oder auch Merchandising-Produkte können in nur einem Kaufprozess erworben werden. Umgesetzt wurde hierfür ein Multiwarenkorb, der komplexe Produktsortimente verknüpft. Über 800 verschiedene Ticketmöglichkeiten werden auf www.matterhornparadise.ch ausgegeben. Die besondere Herausforderung daran sind die dynamischen – veränderlichen – Ticketpreise. Berücksichtigt werden auch verschiedene Saisonzeiten sowie flexibel aufschaltbare Online-Rabattaktionen. Die tagesaktuelle Rate kann über den Preiskalkulator abgefragt werden.

Auch multidimensionale Abfragen wurden gelöst – etwa, dass Halbtagespässe nur am Nachmittag angezeigt und gekauft oder Tickets für Kinder nur in Kombination mit Bergbahn-Tickets für Erwachsene bestellt werden können. Aber auch bei Urlaubsangeboten wie Pistenbully-Fahren, Gondeldinner, First Track-Skifahren u.v.m. müssen variable Daten wie Datum und Teilnehmerkontingent abgeglichen werden. Drei Versandarten stehen zur Verfügung: Aufladung einer bestehenden KeyCard, print@home, Abholung an der Kassa oder an einem der zwölf Ticketautomaten in Zermatt.

Multidimensional
Webinhalte, Design und buchbare Angebote sind aufeinander abgestimmt und verschmelzen zu einer Einheit.

„Reduzierter Zeitaufwand"
Die neue Website soll die Emotionen, die Zermatt bietet, widerspiegeln und die User Experience in den Vordergrund rücken. Auch im Backend werden alle Informationen und Angebote zentral dargestellt. Patrick Edelmayr, Geschäftsführer von elements: „Die Zentralisierung und einfache Abwicklung ist für User wie auch für Anbieter von immer größerer Relevanz. Das Stichwort heißt reduzierter Zeitaufwand."

So haben zum Beispiel Hotelpartner die Möglichkeit, Tickets oder Erlebnisse für die Gäste an der Rezeption auszustellen. Ebenso können spezielle B2B-Aktionen für Pauschalen abgebildet werden – für B2C und B2B. *(elk)*

Eventlocation Design Center

EU-Minister und Werbe-Cäsaren trafen sich in Linz.

LINZ. Über 900 Gäste aus der Kreativwirtschaft fanden sich Ende November bei der Caesar-Verleihung im Design Center ein. Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WKOÖ hatte die besten kreativen Arbeiten des Landes gekürt.

Das Design Center Linz ist als moderne und multifunktionale Location beliebter Austragungsort für Veranstaltungen aller Art, Kongresse, Publikums- und Fachmessen, Galas, Präsentationen, Events und Tagungen. Im Zuge des EU-Ratsvorsitzes fand im September auch die informelle Tagung der Energieminister im Design Center statt. „Es punktet nicht nur mit einer zeitlosen Architektur, sondern vor allem mit modernster Veranstaltungstechnik", so der Geschäftsführende Direktor Thomas Ziegler. *(red)*



© Jens Weber, München

Lichtdesign und Säulenfreiheit schaffen enorme Gestaltungsmöglichkeiten.