

Devise: Mobile First

Die Holding Graz unterzog ihre Website einem Relaunch. Neue Features sollen das mobile Nutzererlebnis verbessern.

GRAZ. Moderneres Design, neue Funktionen und smarte Assistenten: Die Holding Graz launchte vor Kurzem ihre neue Website, die das Surf-Erlebnis der User verbessern soll.

„Unsere Analysen haben gezeigt, dass knapp 70 Prozent aller Nutzer schon bislang die Holding-Website über ihr Smartphone aufgerufen haben“, so der Marketingleiter der Holding Graz, Richard Peer. Deswegen verfolgte man mit dem Relaunch die Devise „Mobile First“ und konzipierte die Webseite anhand der Bedürfnisse von Tablet- und Mobile-Usern.

Nutzererlebnis im Fokus

Der Startschuss für die Website-Erneuerung fiel bereits im Vorjahr. Nach einem umfangreichen Vergabeverfahren hat sich die Grazer Agentur moodley gegen fünf weitere Bewerber durchgesetzt.

„Das Layout und System der ehemaligen Website war reif für ein grundlegendes Redesign, um die Marke Holding Graz und die umfassenden Inhalte und Services zeitgemäß zu transportieren“, erklärt Thiemo Gillissen, Partner & Managing Director der Agentur. In Zusammenarbeit mit dem Marketing-Team der Holding sei in einem intensiven Design-Thinking-Prozess ein „vielseitig einsetzbares und flexibles Designsystem“ definiert, gestaltet und dann umgesetzt worden.

Im Zentrum der Überlegungen seien Erwartungen und Bedürfnisse der Grazer gestanden, wie es aus einer Presseaussendung heißt. Man habe diesen einen einfachen und schnellen Zugang zu Informationen rund um das Serviceangebot der Hol-



© Holding Graz/Foto Fischer

Relaunch

Richard Peer (Marketingleiter), Andrea Gütersberger (Lt. Sponsoring, Sales & Brandmanagement; beide: Holding Graz) und Thiemo Gillissen (Partner & Managing Director moodley interactive).

ding ermöglichen und somit das Nutzererlebnis sicherstellen wollen. Laut Richard Peer würden User nun „auf schnelle und einfache Art Dienstleistungen und Services der Holding Graz“ finden oder buchen können.

Smarter Alltagsbegleiter

Digitale Services, vereinfachte Suchfunktionen und ein neuer Ticketshop sollen die Website zu einem „smarten Alltagsbegleiter“ machen.

Eines der Herzstücke des Neuauftritts sei der digitale Assistent. Dieser solle Usern mit dem integrierten Chatbot Antworten zu allen Fragen rund um das Thema Mobilität – egal ob Routenplanung, Abfahrzeiten oder Ticketkaufmöglichkeiten – liefern. Zudem soll der Bereich „Freizeit“ maßgeschneiderte Angebote für einzelne User bieten. Weiters sei das gesamte Ticket-

angebot der Holding Graz – von den Linien, über die Freizeit bis hin zum GrazGutschein – für die User auf einer Übersichtsseite gebündelt worden.

Ein wichtiger Kernpunkt in puncto Service sei überdies das Anbieten von Informationen in englischer Sprache gewesen. So wollte man vor allem für das Citymanagement, das auch internationale Kunden anspricht, eine Verbesserung erzielen. Im Zuge des Relaunchs wurde daher für jede Seite eine englische Version angefertigt.

Es sei „im Zuge des Website-Relaunchs gelungen, für die Grazer ein digitales Angebot zu schaffen, das alle Bereiche und Beteiligungen der Holding Graz – von den Linien, über die Freizeit und Innenstadt bis hin zu Infrastruktur und Energie – umfasst“, resümiert Richard Peer. (red)

70%

Mobile Nutzung

Die im Zuge des Relaunchs durchgeführten Analysen zeigen, dass sieben von zehn Nutzern mit einem mobilen Endgerät auf die Website zugreifen.