

# tsitrone relaucht den Webauftritt von Inter Caravaning

KISS – KEEP IT SIMPLE AND STUPID oder REDUCE TO THE MAX. Der neue Internetauftritt der InterCaravaning folgt den aktuellen Webtrends und ermöglicht dem Besucher einen leichten Zugriff auf umfangreiche und komplexe Informationen mit vielen Mehrwerten. Hinter dem Namen InterCaravaning verbergen sich 40 Premiumhändler, die sich vor 10 Jahren als Europas größte Fachhandelskette für Reisemobile und Caravans zusammengeschlossen haben.

Der Relaunch trägt die professionelle Handschrift der Kreativen, Designer, Programmierer und Ingenieure von tsitrone, der Werbe- und Kommunikationsagentur aus dem Kölner Süden.

„Einen Internetauftritt ins „Blaue“ hinein zu entwickeln, kann sich ein Unternehmen heute nicht mehr leisten. Marketingausgaben müssen nachweislich profitabel sein!“, so Geschäftsführer Rolf Schmidt. „Die meisten Unternehmen besitzen bereits einen Internetauftritt. Nicht selten ist es sogar der Zweite oder Dritte. Und zu diesen Auftritten hat jedes Unternehmen auch entsprechende Statistiken. Nur werden diese wertvollen Informationen meist nicht konsequent ausgewertet und die nötigen Konsequenzen aus den Analysen gezogen. Das Potential der eigenen Website liegt brach. Und genau hier setzten unsere Experten bei tsitrone an!“

Die alte Website der InterCaravaning ist von den Online-Profis im Voraus vollständig analysiert und auf den Kopf gestellt worden. Es wurden Fragen beantwortet: Welche Angebot nutzten die Besucher auf der Website? Wie bewegt sich der Besucher auf der Website? Findet er die Informationen, die wir möchten, dass er sie findet? Wie hoch ist die Besuchertreue? Kommen die Besucher wieder? Wer nimmt wann wie Kontakt mit dem Unternehmen auf?

Auf Grundlage dieser Ergebnisse wurde der Relaunch konzipiert. Jede Seite wurde dabei auf Herz und Nieren geprüft: Sind die Informationen für den Besucher wichtig? Welche Informationen wünscht der Besucher darüber hinaus? Wohin gehen die meisten Besucher danach? Durch diese Fokussierung auf die Schwerpunkte und die benutzerfreundliche Usability wirkt die Seite aufgeräumt, strukturiert und bietet Besuchern genau das, was Sie suchen und dem Betreiber genau das was er will.

Wie bei einem Sportwagen, steckt das eigentliche technische KNOW-HOW unter der Motorhaube. Beispielsweise wird durch „geolocating“ sichergestellt, dass der Besucher die aktuellen Informationen aus seiner Region erhält. Bis dato wurden dem Besucher alle Informationen der InterCaravaning angezeigt. Jetzt sieht er z.B. die Veranstaltungen und Angebote, die er auch wirklich in seiner Nähe findet.

Patrick Mader, Geschäftsführer der InterCaravaning: „ [...] mit dem Relaunch unseres Online-Auftritts [www.intercaravaning.de](http://www.intercaravaning.de) haben wir 3 Fliegen mit einer Klappe geschlagen. 1. Die alten Inhalte aufgeräumt und Platz für Neues geschaffen 2. Die Information nach vorne gestellt, die für unsere Kunden auch wirklich relevant sind. Es hat uns nach der Analyse doch überrascht, welche Bereiche und Informationen unserer Website die Kunden wirklich genutzt haben und welche wir nur dachten, dass sie interessieren. 3. Nun haben wir nicht nur eine optisch und inhaltlich gelungene Website, sondern vor allem findet sich der User auf der Seite schnell zurecht und bekommt das, was er sucht [...].“

Auch nach dem „Going Live“ sichert tsitrone mit seinem eigens für den Mittelstand entwickelten „WEBCARE Aktiv Service“ vom Kunden getätigte Investitionen und hält die Website technisch, inhaltlich und auch unter Useability- und Webtrend-Gesichtspunkten aktuell.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.tsitrone.de](http://www.tsitrone.de)