

kernpunkt optimiert®

Optimal

Kundenmagazin der kernpunkt GmbH



APPS

Meistgekauft, meistgeladen, umsatzstärkste

- › *Das App FAQ*
- › *kernpunkt optimiert kernpunkt*
- › *Interview mit der Geschäftsführung*
- › *Relaunch Phantasialand.de*

Branchen-Clipping

iphone X?

Kommt das iPhone 5 doch erst im Herbst auf den Markt, statt wie angekündigt im Sommer? Sieht laut Branchengerüchten ganz so aus. Stattdessen wird uns wohl erst einmal das iPhone 4S erfreuen. Apple-Fans nehmen alles.

Quelle: www.iphone-magazine.de

Zensiert auf Facebook

Henkel hat per Facebook ein neues Design für seine Pril-Flaschen gesucht. Rund 50.000 Designs wurden eingereicht, die Abstimmung über den Gewinner sollte über Facebook stattfinden. Doch da schaltete Henkel sich ein, löschte angeblich auf Facebook Kommentare und beeinflusste die Auswahl. Sehr ungeschickt.

Quelle: www.wuv.de

Facebook disst Google

Facebook beauftragte eine PR-Agentur, negative Artikel über den Suchmaschinenriesen Google zu erstellen und zu platzieren. Thema: Mangelnder Datenschutz. Dass wir nicht lachen.

Quelle: www.zeit.de



> Mehr zum Thema? www.twitter.com/kernpunkt

Kurz notiert

APPLE ODER ANDROID?

Wussten Sie, dass es im März dieses Jahres 333.214 Apps im App Store gab und 206.143 im Android Market? Im App Store sind davon 211.369 Apps kostenpflichtig, 121.845 sind also kostenfrei. Im Android Market gibt es 134.342 Apps gratis und 71.801 kostenpflichtig. Der App Store ist allerdings der am wenigsten gewachsene Store. Stark gewachsen sind der Mac App Store (53%) und der WP7 Store (38%), der Android Market lag bei 16%, der App Store bei 6% Wachstum.



> Quelle: DISTIMO via www.apfelzone.at, US-Markt

Inhalt

> Das App FAQ	4
> kernpunkt optimiert kernpunkt	6
> Interview mit der Geschäftsführung	10
> Relaunch eines Freizeitparks	12

Impressum:

kernpunkt GmbH, Oskar-Jäger-Str. 170, 50825 Köln | Verantwortlich für den Inhalt: Matthias Steinforth | Auflage: 1.400 Stück | Erscheinung: vierteljährlich
Bildmaterial: istockphoto, © arrow © DouDou - fotolia.com, kernpunkt GmbH

www.kernpunkt.de

Vorwort

WAS IST IHRE LIEBLINGS-APP?

Seien Sie ehrlich! Alle Smartphone oder iPad-Besitzer unter Ihnen kennen und nutzen Sie. Wer kein solches Gerät besitzt, hat zumindest schon einmal von ihnen gehört: Apps. Und nun überlegen Sie einmal: Welche App ist Ihnen so richtig ans Herz gewachsen? Vielleicht sind Sie der Informations-Typ, der auf die Bahnankunfts-App setzt, oder auf die Lebensmittelkontrolle-App mit eingebauten Barcode-Scanner namens Barcoo. Eventuell sind Sie der Entertainment-Typ, der sich mit **fliegenden Hamstern und Skateboard-fahrenden Ratten** auseinandersetzt. Oder doch der Wissens-Typ, der dankbar für die Gedächtnistrainer-App oder die Übersetzer-App ist?

Meine Favoriten kommen definitiv aus dem Bereich Social Media. Die **Twitter-App** finde ich richtig gut und ich nutze sie regelmäßig. Ebenso die **Facebook-App**, mit der ich auch unterwegs Networking betreiben kann. Hin und wieder lasse ich mich sogar zu Mini-Spielen hinreißen. Wer die Fifa11-App kennt weiß, wie schnell Fußball auch auf dem iPhone zur Leidenschaft werden kann.

Kurzum: Apps sind die neuen Alltagsbegleiter des 21. Jahrhunderts. Jeden Tag erscheinen neue nützliche, amüsante, sinnfreie oder unterhaltsame Apps. Für Unternehmen ergeben sich **völlig neue Möglichkeiten** der Kommunikations- und Servicepolitik. Sie können ihren Zielgruppen Zusatzangebote unterbreiten, sind ständig präsent und werden als Innovatoren anerkannt. Was Sie als Unternehmensverantwortlicher alles über Apps wissen sollten, haben wir Ihnen auf den folgenden Seiten zusammengestellt.

Neuigkeiten über das Unternehmen kernpunkt haben wir außerdem. **Unsere neuen Strukturen** und was diese für Sie als Kunden bedeuten, stellen wir Ihnen auf den Seiten 6 und 7 vor. Wie in jeder Ausgabe präsentieren wir Ihnen natürlich auch einige unserer neuen Projekte.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und freuen uns wie immer über Ihr Feedback!



> Geschäftsführung Marketing und Vertrieb

DAS APP FAQ

Von Tanja Kiellisch

Apps, Apps, Apps. Wenn eine technische Spielerei zurzeit den Markt überschwemmt, dann ist es die App. Obwohl, handelt es sich wirklich nur um eine Spielerei? Oder ist die App eine Innovation, ohne die wir in wenigen Jahren nicht mehr leben können? Sicher ist: Sie ist unter uns, und da wird sie erst einmal bleiben. Damit Sie wissen, mit wem Sie es zu tun haben, haben wir Ihnen hier die wichtigsten Fragen rund um das Thema App zusammengestellt.

Was bedeutet App?

App ist die Kurzform für das englische Wort Application, auf Deutsch: Anwendung. Es gibt sie für Smartphones, aber auch für den PC und als Internet-Service. Grundsätzlich erweitert sie ein Angebot als nützliche Hilfe, liefert Zusatzinformationen oder dient als Service-Element.

Wo gibt es Apps?

Apps können online heruntergeladen werden. Das funktioniert sehr einfach über das Smartphone. Über einen App Store oder Market können beliebig viele Apps ausgewählt und heruntergeladen werden. Die Software wird automatisch installiert. Voraussetzung ist die Registrierung im Shop, wodurch eine Nutzeridentifizierung via Passwort vorgenommen werden kann und ggf. Bezahlprozesse gesteuert werden.

Welche App-Anbieter gibt es?

Der bekannteste Anbieter ist zurzeit Apple, der über den App Store Apps für das iPhone anbietet. Stark auf dem Vormarsch ist Googles Android Market. Weitere bekannte Plattformen sind der Windows Phone Marketplace, der Ovi Store von Nokia und Samsung Apps.

Wer braucht Apps?

Niemand. Oder jeder. Je nach Betrachtungsweise. Apps sind nützliche Zusatzprogramme, die uns mitteilen, wann die nächste Bahn fährt, wo das Benzin am preiswertesten ist oder über Pinnwand-Einträge auf Facebook informieren. Grundsätzlich profitiert jeder von diesem Service. Tendenziell nutzen vor allem jüngere Menschen, zwischen 14 und 35, Apps regelmäßig.

Aus der Praxis

Die Hela Currywurstliga

Currywurst-Liebhaber freuen sich über iCurrywurst. Die Spiele-App verführt zum schnellen Currywurstessen, denn je schneller die Wurst mit leckerem Ketchup verspeist wird, desto mehr Punkte gibt es. Die Top 10 Spieler erhalten tolle Gewinne rund ums Grillen. Verknüpft ist die App mit Twitter und Facebook, so dass die Nutzer sich auch außerhalb der App mit dem Curryketchup von Hela beschäftigen können.

Zu welchen Themen gibt es Apps?

Die Auswahl von Apps ist nahezu unbegrenzt. Von Mini-Games und Gedächtnistrainern, über Nachrichten-Apps und Bahnauskunft, bis hin zu Location Based Services ist alles vorhanden, was der Mensch braucht oder brauchen möchte.

Taugen kostenpflichtige Apps mehr als kostenlose Apps?

Das hängt vom Nutzeranspruch ab. Oftmals sind kostenlose Apps eine Light-Version der kostenpflichtigen App, die viel mehr Funktionen bietet. App-Nutzer sind jedoch recht kritisch und informieren sich erst einmal lieber kostenlos.

Wie werden Apps gemacht?

Die Konzeption einer App setzt einen Mehrwert voraus, den ein Unternehmen über ein mobiles Angebot kommunizieren kann. Daraufhin werden Inhalte und Funktionen der App festgelegt, ein Design entworfen, sie wird programmiert und getestet. Wichtig sind eine intuitive Bedienung, reduzierte Inhalte und technische Zuverlässigkeit.

Sollen Unternehmen Apps anbieten?

Apps sind innovativ, informativ, serviceorientiert und spannend. Sie bieten einen Mehrwert, werden spielerisch in den Alltag integriert und erfahren eine hohe Akzeptanz beim Anwender. Sofern ein Unternehmen einen mobilen Service bereitstellen kann, der dauerhaft und sinnvoll einsetzbar ist, lautet die Antwort: ja.

Was kostet eine App in der Umsetzung?

Das hängt, wie so oft, vom Umfang ab. Eine App, die Grundfunktionen erfüllt und mit geringem technischem Aufwand umzusetzen ist, wird preislich im unteren fünfstelligen Bereich liegen. Je umfangreicher die Funktionen werden, desto mehr Budget ist zu kalkulieren.

Aus der Praxis

App für die Polizei NRW

Die App der Polizei NRW lässt sich personalisieren und versorgt den Nutzer unterwegs per Push-Funktion mit den tagesaktuellen Pressemeldungen über Verbrechen, Fahndungsauffufen zu gesuchten Straftätern oder vermissten Personen, Informationen über Verkehrsunfälle und Unwetterwarnungen. Die App informiert über aktuelle Geschehnisse und gibt Tipps zur Verkehrssicherheit.

Besonders hilfreich ist der „Polizei-Finder“. Wer persönlich mit der Polizei Kontakt aufnehmen möchte, zum Beispiel um einen Diebstahl zu melden, kann sich mit der GPS-Ortung des Smartphones von seinem Standort aus die nächste durchgehend geöffnete Polizeiwache anzeigen lassen.

Ist es wirklich so schwer, im App-Store gelistet zu werden?

Nein. Wahr ist, dass Apple sehr genau hinschaut, welche Apps freigegeben werden dürfen. Anstößige Inhalte oder eine schlechte Qualität sind Ausschlusskriterien. Zwar bewertet Apple die Apps subjektiv und nach amerikanischen Standards, trotzdem sind fast alle Apps sehr gut zu platzieren.

Wann sollte eine App kostenpflichtig angeboten werden?

Wenn das Potenzial am Markt vorhanden ist. Nutzer zahlen für eine Navigations-App Geld, weil sie wissen, dass sie für ein separates Navigationsgerät dafür ebenfalls zahlen müssten. Eine App ist vielleicht günstiger. Eine App, die Online-Inhalte aufbereitet oder als Service-Angebot des Unternehmens anzusehen ist, sollte kostenfrei angeboten werden.

Wie werde ich Nr. 1 der meist geladenen Apps?

Mit einer sexy App. Mit einer viralen Kampagne. Mit viel Durchhaltevermögen. Apps, die gut gemacht sind und den Nutzern etwas Neues bieten, werden sehr schnell zu gern gesehenen Alltagsbegleitern.

KERNPUNKT OPTIMIERT KERNPUNKT

„Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.“ Dieser Satz des Unternehmers Henry Ford trifft genau unseren Anspruch an das Unternehmen kernpunkt. Wir wollen uns stetig verändern, um immer besser zu werden. Um unseren Service für Sie noch individueller und umfassender zu gestalten, haben wir einen eigenen Bereich geschaffen: die Kundenbetreuung. Waren es vorher einzelne Berater oder Projektleiter, die je nach Anfrage mit Ihnen gemeinsam neue Strategien für Ihre Online-Projekte erdachten, kümmern sich heute zentrale Ansprechpartner um Sie. Im Folgenden lernen Sie unsere Bereiche näher kennen.

> Beratung

Kundenbetreuung

Am Anfang eines Projekts steht immer die Beratung. Ob strategische, konzeptionelle oder technische Beratung: Für jede Anfrage haben wir die richtige Option. Bevor Sie mit uns in die Konzeptionsphase gehen, berät Sie unsere Kundenbetreuung über Ihre Möglichkeiten. Sie nennen Ihre Ziele und Anforderungen, Ihr Kundenberater kümmert sich um die weiteren Schritte.

Konzeption

Berater, Konzepter, Software- und Informationsarchitekten setzen ihr ganzes Instrumentarium kreativer Ideen ein, um neue innovative Wege für Sie einzuschlagen. Dazu loten sie die technischen und gestalterischen Möglichkeiten Ihres Online-Projekts aus. Gemeinsam mit Ihnen steuert die Konzeption eine umfassende Planungsphase, die Grundlage für jedes erfolgreiche Webprojekt ist.

> Kreation

Design und Redaktion

Etwas für das Herz und etwas für den Verstand. In der Kreation werden Webauftritte erlebbar, erhalten Emotionen einen Rahmen und werden Inhalte zu Informationen. Unsere Designer und Redakteure geben Ihrem Webprojekt Gesicht und Namen und füllen es mit wertvollem sowie suchmaschinenoptimiertem Content. Vom Designkonzept bis hin zur Erstellung von redaktionellen Richtlinien achten wir zudem darauf, Ihnen das Handwerkzeug mitzugeben, mit dem Sie auch in Zukunft für einen einheitlichen und auffindbaren Webauftritt sorgen können.

> Realisierung

Projektleitung und Umsetzung

Ist Ihr Online-Projekt konzipiert und geplant, kümmern sich engagierte Projektleiter um die fachgerechte und zeitnahe Umsetzung. Sie sind Ihr Ansprechpartner für ein konkretes Projekt, geben Ihnen Statusrückmeldungen und sorgen für einen reibungslosen Ablauf. Ein Team von spezialisierten Entwicklern realisiert Ihr Online-Projekt technisch. Jeder Entwickler besitzt bestimmte Programm- und Produktkompetenzen. Für jedes Projekt wird ein neues Entwicklerteam mit genau den Fachkompetenzen zusammengestellt, das Ihre Anforderungen perfekt umsetzt.

DIE NEUE KUNDENBETREUUNG: WIR KÜMMERN UNS!

Unsere Kundenbetreuung wird von engagierten Mitarbeitern geführt, die alles dafür tun, um Ihr Online-Projekt zu einem vollen Erfolg zu machen. Hier stellen wir Ihnen Ihre Ansprechpartner vor, die sich jederzeit über einen Anruf oder eine E-Mail von Ihnen freuen und offen für ein persönliches Gespräch sind.



Service Level Agreement

SERVICE SCHWARZ AUF WEISS:

Wenn Sie mit uns gemeinsam Ihr Online-Projekt realisieren, können Sie sich auf uns verlassen. Das geben wir Ihnen schriftlich. Wir sorgen dafür, dass Sie **rund um die Uhr** genau die Support-Leistungen erhalten, die Sie mit uns vereinbart haben. Mit unserem Service Level Agreement garantieren wir Ihnen ein einfaches Ticketsystem, schnelle Reaktionszeiten, zuverlässige Entwicklungsserver und eine laufende Dokumentation. Darüber hinaus können Sie sich für **Zusatzleistungen** entscheiden, mit denen Sie die spezifischen Ansprüche Ihres Projekts individuell abdecken.

Sie können zwischen den **drei Leistungsstufen Basic, Gold und Platin** wählen, die jeweils einen unterschiedlichen Supportumfang aufweisen. Nähere Informationen über unser Service Level Agreement, sowie Einzelheiten zu den Leistungspaketen erhalten Sie auf unserer Website unter www.kernpunkt.de/sla.

Polizei NRW: Neue Website, mobile Website und mobile App

Gemeinsam mobil. Polizei NRW. Unter diesem Motto führt die Polizei NRW ihre neue Website, ihren mobilen Internetauftritt und eine mobile App ein. Die App lässt sich personalisieren und versorgt den Nutzer unterwegs per Push-Funktion mit den tagesaktuellen Pressemeldungen über Verbrechen, Fahndungsaufrufen zu gesuchten Straftätern oder vermissten Personen, Informationen über Verkehrsunfälle und Unwetterwarnungen. Sie informiert über aktuelle Geschehnisse und gibt Tipps zur Verkehrssicherheit. Mit der neu gestalteten Seite www.polizei.nrw.de sind alle Informationen und Serviceangebote überall und jederzeit zugänglich. Die Seite ist barrierearm gestaltet und bietet unter anderem Videos in deutscher Gebärdensprache. Die Darstellung der Website ist für Smartphones und Tablets optimiert.



› Mehr über die Polizei NRW unter www.kernpunkt.de/presse.

Felix Böttcher: Nutzerzentrierte Website für den Druckwalzenhersteller

Der professionelle Partner für gummierte Walzen und Rollen in der Druckbranche sowie Verpackungsindustrie, die Felix Böttcher GmbH, ist jetzt online ganz vorne mit dabei: Die neue Unternehmens-Website www.boettcher.de ist modern und übersichtlich, bietet eine einfache Navigation und ein völlig überarbeitetes Design. Die Website verfolgt einen stark nutzerzentrierten Ansatz: Schon auf der Startseite findet der Besucher unterschiedliche Möglichkeiten, die gesuchten Informationen mit wenigen Mausklicks zu erreichen. Die beliebtesten Themen sind prominent über Icons platziert.



› Mehr über die Felix Böttcher GmbH unter www.kernpunkt.de/presse.

Köln Bonn Airport: Neues Intranet

Der Köln Bonn Airport konzipierte gemeinsam mit kernpunkt ein neues Intranet. Es soll das bestehende Intranet ablösen und so für eine bessere Vernetzung der Mitarbeiter untereinander sorgen. Weitere Ziele sind eine verstärkte Vermittlung von Wissen und Information, die Bereitstellung eines umfangreichen Service-Angebots sowie die Schaffung von Unterhaltungswerten. Das neue Intranet wird für die Mitarbeiter des Köln Bonn Airport eine weitere Möglichkeit der Kommunikation und Informationsbeschaffung sein. Spielerische Elemente sorgen für ein hohes emotionales Involvement.



Köln Bonn Airport

› Mehr über den Köln Bonn Airport unter www.kernpunkt.de/referenzen.

Das A und O der Online-Redaktion

Marlies Löntje surft gerne im Web. Sie ist eine Online-Shopperin, die sich vorab gerne über Produkte informiert, bevor sie diese kauft. Sie recherchiert sowohl auf Webseiten als auch auf Social Media Plattformen. Dabei achtet sie auf ausführliche Produktbeschreibungen, schaut sich Fotos und Videos an und liest sich Bewertungen durch. Marlies denkt sich, wenn es um ein Produkt herum viele Informationen zu entdecken gibt, muss es eine gewisse Relevanz und Qualität haben. Für den Produkthanbieter heißt das, so viele Informationen zur Verfügung zu stellen, wie es nur geht.

Online-Redaktion in allen Facetten

Unternehmen sollten bei der Gestaltung ihres Online-Auftritts sehr genau auf die textuelle Gestaltung achten. Vom ersten Willkommensgruß bis zum letzten Ansprechpartner müssen alle Informationen nutzerfreundlich und informativ, dabei kurz und knapp vermittelt werden. Der Online-Leser will es zwar genau wissen, hat aber grundsätzlich nur wenig Zeit. Unternehmens- und Produktbeschreibungen müssen daher klar formuliert sein. Zudem sollten alle Texte suchmaschinenoptimiert sein.

Neben der Website gilt es auch Microsites, Landing-Pages, Newsletter oder Social-Media-Auftritte auf Herz und Nieren zu prüfen. Jeder Kanal beansprucht eine eigene Textgestaltung und Tonalität. Natürlich sollten diese alle miteinander verzahnt und im Rahmen der Corporate Language platziert sein.

Online-Redaktion bei kernpunkt

Damit Marlies Löntje oder die vielen anderen potenziellen Interessenten und Kunden auf Ihr Angebot aufmerksam werden, analysieren und optimieren wir gerne Ihre Website. Von der ersten Redaktionsberatung, über eine Redaktionsempfehlung bis hin zur Erstellung von suchmaschinenoptimiertem Content, von Redaktionsleitfäden, Style Guides oder Social Media Guidelines sind Sie bei uns an der richtigen Adresse.

kernpunkt.de/kompetenzen/online-redaktion

Sascha Scholz

Telefon: +49 221 - 569 576-412

E-Mail: s.scholz@kernpunkt.de

Alter: 28



Spitzname: Habe ich keinen

Familie: In Planung.

Ausbildung: Studium der Medienwirtschaft (Diplom) an der Hochschule Fresenius.

Aufgabe bei kernpunkt: Konzeption und Beratung.

Mein Team: ... ist großartig. Es besteht aus Jan Eickmann, Yvonne Schroerschwarz und Christian Wenzel.

Darum arbeite ich bei kernpunkt: Ich kann mich in unterschiedlichste Projekte einbringen, konzeptionell frei arbeiten und stetig weiterentwickeln.

Mein Tag bei kernpunkt beginnt um: Acht Uhr.

Meine persönliche Herausforderung: ... ist es kunden- und agenturseitig mit meiner Arbeit Mehrwerte zu schaffen.

Ich kann gar nicht: Gut mit wenig Schlaf auskommen.

Mein Traum: Schließt meine Familie, Freunde und Bekannten mit ein.

Meine große Liebe: Versüßt mir das Leben.

Mein Leben ohne kernpunkt: Findet im Kreise von Familie und Freunden statt. Zusätzlich finde ich meinen persönlichen Ausgleich im Sport.

Wenn ich keinen Kaffee bekomme, dann: ... hole ich mir selbst welchen.

Mein Internet-Geheimtipp: www.chilloutzone.to

„WAS BRINGEN NEUE STRUKTUREN BEI KERNPUNKT, HERR STEINFORTH UND HERR BIELA?“

Der Mai macht bekanntlich alles neu. So auch bei kernpunkt, wo neue Strukturen Einzug halten, um zukünftig einen noch umfangreicheren Service für unsere Kunden leisten zu können. Die Geschäftsführer Matthias Steinforth und Simon Biela berichten über Brainstorming, Mut zur Innovation und den Willen zur Perfektion.

Optimal: Neue Strukturen bei kernpunkt. Was ist Ihrer Meinung nach die gravierendste Veränderung?

Matthias Steinforth: Der Kunde steht bei uns noch stärker im Mittelpunkt. Wir haben mit der Kundenbetreuung eine neue eigene Abteilung gegründet, die nur ein Ziel verfolgt: Jeden Kunden dauerhaft und allumfassend zu betreuen. Wo sich vorher einzelne Projektleiter um die Kundenanfragen kümmerten, wird es in Kürze zentrale Ansprechpartner bei uns geben. Sie betreuen den Kunden von Anfang an, begleiten ihn durch alle Online-Projekte bei uns hindurch und entwickeln Strategien.

Simon Biela: Für den Kunden gar nicht so sichtbar, für uns aber enorm wichtig, ist die interne Umstrukturierung der Entwicklungs-Teams. Für jedes Projekt wird es künftig immer wieder neu formierte Teams geben, die sich aus den Spezialisten für die einzelnen Themenbereiche der Kundenprojekte zusammensetzen.

O: Was bedeutet das für den Kunden?

SB: Für ihn ändert sich nichts. Nach wie vor arbeitet er mit Fachexperten zusammen, die sein Projekt bis ins Detail durchplanen. Wir intern aber haben neue Möglichkeiten, die Teams individuell zusammenzustellen. Zudem können wir die Mitarbeiter noch spezieller schulen.

O: Wieso verändern Sie zu diesem Zeitpunkt Strukturen und Abläufe?

MS: Die Branche verändert sich jeden Tag, und auch wir als Internetagentur müssen mit dem Zeitgeist gehen. Unsere Projekte werden immer umfangreicher. Viele unserer Kunden sind uns schon einige Jahre treu, und wir möchten, dass dies auch weiterhin der Fall ist. Wir haben gemerkt, dass eine Umstrukturierung viele Vorteile für unsere Kunden, aber auch für uns hat.

SB: Wir verändern uns relativ oft, schaffen neue Abläufe, optimieren unser Projektmanagement, führen neue Technologien

ein und probieren vieles aus. Die jetzige Umstrukturierung ist letztlich nur eine logische Konsequenz aus den letzten Jahren. Wir perfektionieren unseren Arbeitsalltag.

O: Woran orientieren Sie sich, wenn Sie Neues ausprobieren? Wenn Sie jedem Trend der Branche folgen würden, wären Sie wahrscheinlich nur noch mit Umstrukturierungen beschäftigt, oder?

MS: Wir verfolgen natürlich eine langjährige Strategie, die wir hier und da modifizieren. Uns ist wichtig, im hektischen Unternehmensalltag zwischendurch einmal durchzuatmen, einen Status Quo zu definieren und das Unternehmen kernpunkt auch durchaus kritisch zu betrachten.

SB: Vor allem hinterfragen wir uns permanent.

MS: Genau. Wir sind ja nie zufrieden (lacht). Was sich sehr positiv auswirkt. Da kann so ein Brainstorming, das sich ursprünglich mit dem Thema Projektmanagement auseinandersetzen sollte, auf einmal zur Renovierung des Besprechungsraums führen. Und umgekehrt. Vielleicht sollte man uns das Flipchart entziehen.

SB: Nein! Mein wichtigstes Instrument hier!

MS: Im Ernst: Wir schauen, wohin die Trends gehen. Dann gleichen wir diese mit unserer Strategie und unseren Ansprüchen ab. Letztlich entsteht ein neuer Pfad, den wir ausbauen können. Oder enden lassen können, wenn er nicht zielführend ist.

O: Wie wird sich kernpunkt in den nächsten Jahren entwickeln?

SB: Die Kristallkugelfrage. Auf jeden Fall werden wir weiter wachsen.

MS: Wachsen und weitere Kompetenzen auf- und ausbauen. Besonders in den Bereichen Content-Management, Online-Marketing und Online-Redaktion wird es in den nächsten Jahren gravierende Neuerungen und Fortschritte geben. Auch der mobile Markt wird immer spannender. Schon jetzt bekommen wir verstärkt Anfragen, die sich auf Apps, mobile Webseiten und Location Based Services beziehen. Die Unternehmen modernisieren ihr Marketing und verlagern die Kommunikation zunehmend auf den Online-Bereich.

SB: Es wird sicherlich weitere Fachkräfte bei uns geben, die sich mit diesen Themen intensiv auseinandersetzen.

O: Gibt es auch räumliche Veränderungen?

SB: Erst einmal nicht. Wir fühlen uns wohl auf dem Vulkan- gelände in Ehrenfeld. Die beiden Etagen, die wir belegen, reichen so weit aus.

MS: Aber wir bauen bestimmt noch weiter aus. Gerade erst haben wir wieder einen neuen Büroraum geschaffen, außerdem erweitern wir den Besprechungsraum um eine Meeting-Zone. Uns fällt bestimmt noch mehr ein.

O: Vielen Dank für das Gespräch!

Simon Biela ist als Geschäftsführer für die Bereiche Projekte und Finanzen zuständig. Als Teamleiter verantwortet er die gesamte Projektplanung und -umsetzung, koordiniert dabei die einzelnen Teams und steuert das Qualitätsmanagement. Er verwaltet die Finanzen, das Personalwesen sowie alle weiteren internen Prozesse der kernpunkt GmbH.

Matthias Steinforth verantwortet als Geschäftsführer die Bereiche Marketing und Vertrieb. Dabei kümmert er sich um deren strategische Ausrichtung, definiert die Corporate Identity von kernpunkt und repräsentiert das Unternehmen in allen seinen Facetten. Als Ansprechpartner für die Konzeption, Kreation und Realisierung von Online-Projekten betreut er bestehende Kunden bei der detaillierten Umsetzung ihrer Vorstellungen und informiert Interessenten über ihre Möglichkeiten.



Lebendiger, emotionaler, individueller: Neuer Internetauftritt für das Phantasialand in Brühl

Die Verantwortlichen des Phantasialands Brühl entschieden sich im Herbst 2010, die bestehende Website grundlegend zu überarbeiten. Denn die phantasievollen Attraktionen, die Hotelangebote und die abwechslungsreichen Shows sollten noch besser zur Geltung kommen.

Die alte Website entsprach nicht mehr den neuen Kommunikationszielen des Freizeitparks. Im Vordergrund stehen die ideale Ansprache der Zielgruppen, die optimale Darstellung der Produkte sowie der Anspruch, neue Maßstäbe im Bereich Web zu setzen. Es fehlte das gewisse Etwas. Ein neues Konzept musste her.

Im Mittelpunkt steht der Nutzer

Um festzustellen, welche Nutzergruppen sich regelmäßig auf phantasialand.de aufhalten, und welche Erwartungen Sie an das Webangebot haben, wurde eine Online-Befragung durchgeführt. Es kristallisierten sich sieben unterschiedliche Nutzergruppen heraus, die in ihren Erwartungen an das Online-Angebot einige Schnittmengen hatten. Der Besucher sollte ein Angebot erhalten, das genau auf seine Ansprüche zugeschnitten ist. Deshalb wurde mit Hilfe von Personas ein Personalisierungskonzept erstellt, das den Nutzer in den Mittelpunkt stellt.

Neue Funktionen und Einbindung von Social Media

Um die Interaktivität von phantasialand.de zu fördern, wurde die Integration von Social Media Kanälen vorgenommen. Mit der sogenannten Fan-Box sollte die aktive Einbindung der äußerst engagierten und meinungsstarken Nutzer auf der Website gefördert werden. Die Fan-Box ermöglicht es, Meinungen, Vorschläge aber auch Bilder, Videos und Kommentare zu bestimmten Attraktionen und Shows zu veröffentlichen.

Erlebnisplaner sorgt für individuellen Freizeitspaß

Der Erlebnisplaner sollte es dem Nutzer ermöglichen, Attraktionen und Shows zu merken und so einen individuellen Tagesplan für seinen Besuch im Phantasialand zu erstellen. Der Planer sollte immer bei der Darstellung von Attraktionen verfügbar sein. Der Nutzer kann seinem Tagesplan dann per Mausclick Attraktionen hinzufügen. Die Reihenfolge kann er



manuell verändern oder sich vom Erlebnisplaner einen optimierten Vorschlag unter Einbezug der Gehwege erstellen lassen. Auf Basis der ausgewählten Attraktionen sollte der Erlebnisplaner weitere Attraktionen und Shows empfehlen, die in das Profil des Nutzers passen.

Phantasiewelten online erleben

Das Phantasialand sollte online noch stärker als Erlebniswelt empfunden werden. Die bestehende Seite wurde von den Besuchern zwar sehr gut als Informationsquelle genutzt, die phantastischen Eindrücke des Parks jedoch sollten optimaler transportiert werden. Deshalb werden nun Videos eingesetzt, deren Darstellung bei Klick über Light-Boxen erfolgt, die den Rest der Seite ausblenden. Großflächige Bilder vor allem im Header-Bereich unterstützen das Erlebnis Phantasialand und lassen die Besucher in phantasievolle Welten eintauchen. Für Abwechslung sorgen sogenannte Slider-Elemente, die ein eigenständiges Durchblättern der Bilder ermöglicht.

Phantasialand.de heute

Nach etwa einem halben Jahr Konzeption und Entwicklungszeit startete phantasialand.de Mitte Mai neu durch. Die Website hat sich grundlegend verändert, wirkt sympathischer und spricht die Nutzer auf einzigartige Weise an.

› Die ausführliche Case Study lesen Sie unter kernpunkt.de/referenzen/phantasialand