



CASE STUDY Weihenstephan

Neukonzeption eines Online-Markenauftritts



Der Stammsitz bei Freising verkörpert über 1000 Jahre Tradition und Erfahrung.



Sorgfalt und modernste Produktionsanlagen sichern die Qualität.



Premium-Qualität für Milchprodukte ist der Anspruch der Marke Weihenstephan.

Die Molkerei Weihenstephan baut auf eine 1000-jährige Tradition im bayerischen Freising auf. Ihr Stammhaus ist Sinnbild für eine starke Standortmarke. Mit seiner 1000-jährigen Tradition steht der Name Weihenstephan heute nicht nur für die älteste Molkerei der Welt, sondern auch für Genuss und Spitzenqualität auf höchstem Niveau. Damit hat sich Weihenstephan im Premiumsegment der Molkereiprodukte positioniert.

Zusammenarbeit mit wbpr: seit Juli 2008

Ausgangssituation

Der Charakter des Internet-Auftritts von Weihenstephan, der sich zwischen Corporate Website, Business-to-Consumer-Portal und Externet-Funktion bewegte, war zunächst nicht eindeutig. Die Website transportierte die Marke Weihenstephan nur unzureichend und emotionale sowie unterhaltsame Elemente fehlten vollständig. Eine zielgruppengerechte Kommunikation der Marke fand nicht statt.

Die Aufgabe für wbpr bestand darin, Funktion, Struktur & Charakter der Website neu zu definieren und dabei die Traditionsmarke Weihenstephan und ihre Geschichte in den Mittelpunkt zu rücken.

Vorgehen

In nur einem Monat wurde der Online-Markenauftritt der Molkerei Weihenstephan grafisch, strukturell und inhaltlich überarbeitet. Um die Marke Weihenstephan für den User erlebbar zu machen, erarbeitete wbpr verschiedene Bausteine:

► Mehr Platz für die Marke

Das Stammhaus von Weihenstephan rückt in den Mittelpunkt des Konzepts. Die großflächige Grafik, eine klare Navigation und eine aufgeräumte Struktur bieten der Marke genügend Raum, ihre Werte zu transportieren. Das villenartige Stammhaus ist auf der Startseite prominent platziert und auch auf den Folgeseiten ist es der zentrale Blickfang. Auf diese Weise vermittelt es dem User den Traditions- und Premium-Anspruch von Weihenstephan.

► Mehr Marken-Themen

Die neue Seitenstruktur erlaubt es, mehr aktuelle Themen auf der Startseite zu platzieren. Die drei Schaufenster ermöglichen optisch wertige Teaser als Kanäle für das Themenmanagement.

► Mehr erlebbare Marke

Eine ansprechende grafische Gestaltung macht die Marke Weihenstephan erlebbar: Durch die idyllische und gepflegte Ausstrahlung werden die Markenwerte Tradition und Sorgfalt für den User greifbar. Dieser Ansatz wird auch auf den neu geschaffenen Magazinseiten umgesetzt: Großflächige, emotional besetzte und hochwertige Fotos bilden nun den themenbezogenen Hintergrund der Magazininhalte und Rezepte. Dadurch wird die Marke konkretisiert und mit Sinneseindrücken und Emotionen verknüpft.

Ergebnis

Qualitativ

- Die einfache Navigation und eine aufgeräumte Unternehmenspräsentation führen den User schnell zu den relevanten Informationen.
- Die Seite transportiert sowohl die Markenwerte als auch viele wertige Zusatzinformationen.
- Das dynamische Themenmanagement unterstreicht die Aktualität des Auftritts.

Quantitativ (innerhalb von 3 Monaten)

- Die Nutzer befassen sich vermehrt und intensiver mit dem Angebot:
 - Anstieg der Userzahlen um 18 Prozent
 - Anstieg der abgerufenen Seiten um 33 Prozent
 - Anstieg der Seiten pro User um 13 Prozent
- Die Inhalte sind interessanter für die Nutzer:
 - Die Absprungrate konnte um 31 Prozent gesenkt werden.
 - Die Verweildauer auf den Seiten stieg um 36 Prozent.



Die Startseite setzt das Stammhaus in Szene.



Navigation und Inhalte wurden neu strukturiert.



Das Genuss-Erlebnis wird mit prominent aufgemachten Rezeptseiten visibel.



Die Marke erhält Raum im hochwertigen Magazin-Teil.

Kontakt

- www.wbpr.de
- muenchen@wbpr.de
- tel: +49 [0] 89 / 99 59 06-0