

## Digitale Strategie und Website-Relaunch für die Vorarlberger Kraftwerke AG

## Marketing & Neue Medien

### Das Projekt im Überblick

**Projektlaufzeit:** 04.08.2014 - 26.06.2015

**Kundenanforderung:** Analyse und strategische Neuausrichtung der Website.

**Lösung:** Entwicklung einer digitalen Strategie inklusive der gestalterischen und technischen Umsetzung des Frontends.

### Die Kundenanforderung: Analyse und strategische Neuausrichtung der Website

Eine Internetpräsenz ist Informationskanal, digitaler Markenbotschafter und Vertriebsinstrument zugleich und dient als zentraler Ausgangspunkt aller Aktivitäten im digitalen Raum. Hinsichtlich dieser Anforderungen sollte auch die Website der Vorarlberger Kraftwerke AG (VKW) optimiert werden. **Potentiale** lagen vor allem in den Bereichen Navigations- und Informationsarchitektur, Marken- und Imagekommunikation, Vertriebsorientierung und Produktpräsentation, Kundenbindung sowie der Zuleitung und Integration von Servicebereichen.

Die VKW plante daher die Ausarbeitung einer **digitalen Strategie** für die Neukonzeption ihrer Internetpräsenz. Ziel dabei war, unter Einbeziehung der Nutzererwartungen, eine **optimale User Experience** zu erreichen.

Das im Rahmen eines Initialworkshops vorgestellte Vorgehensmodell mit ganzheitlichem Ansatz für die strategische Ausrichtung der Website überzeugte die VKW von der Zusammenarbeit mit der hsag.

### Die Leistungen: Digitale Strategie

Mit ihrem Leistungsangebot zur strategischen Positionierung in den digitalen Kanälen reagiert die hsag auf die zunehmende Bedeutung des Internets für Energieversorgungsunternehmen. Digitale Produkte, Kommunikations- und Vertriebskampagnen oder der Kundendialog im Netz bieten Unternehmen neue Chancen, ihre Produkte, Leistungen oder Marken zu positionieren. Häufig fehlt jedoch die gezielte Ausrichtung der einzelnen Maßnahmen auf die Unternehmens- und/oder Marketing-Strategie, sodass wichtige Potenziale ungenutzt bleiben.

Zur optimalen Ausrichtung digitaler Geschäftsmodelle bietet die hsag daher ein umfassendes Leistungspaket an. Dabei erfolgt nach einer Analyse der Ausgangslage, Zielgruppen und Wettbewerber die Ausarbeitung eines Strategiekonzepts in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber. Operative Tätigkeiten, wie die Umsetzung von Marketingmaßnahmen oder auch ein kompletter Website-Relaunch können ebenfalls von der hsag übernommen werden.

### Vorarlberger Kraftwerke AG (VKW)

Die Vorarlberger Kraftwerke AG ist im österreichischen Bundesland Vorarlberg ansässig und mit ca. 170.000 Kunden der größte Stromanbieter der Region. Seit 01. Januar 2001 stehen die traditionsreichen Vorarlberger Energieunternehmen Vorarlberger Illwerke AG und Vorarlberger Kraftwerke AG unter dem Dach von illwerke vkw als weiterhin eigenständige Unternehmen unter gemeinsamer Leitung. Gemeinsam setzen beide Unternehmen auf sauberen Strom aus Wasserkraft, Sonnenenergie und Biomasse.

Zentrale Anlaufstelle für alle Kunden der VKW im Internet ist die Webseite [www.vkw.at](http://www.vkw.at) sowie für das Westallgäu [www.vkw.de](http://www.vkw.de). Neben Privatkunden können sich hier auch Geschäfts- und Großkunden über das Unternehmen und deren Produkte und Dienstleistungen informieren und verschiedenen Online-Services nutzen.

[www.vkw.at](http://www.vkw.at) | [www.vkw.de](http://www.vkw.de)

## Digitale Strategie und Website-Relaunch für die Vorarlberger Kraftwerke AG

## Marketing & Neue Medien

### Entwicklung einer ganzheitlichen und integrierten Gesamtstrategie

Eine individuelle digitale Strategie leitet sich immer aus den übergeordneten Geschäftszielen ab. Zur Entwicklung einer ganzheitlichen und integrierten Strategie für die VKW wurde daher zunächst eine umfangreiche Analyse der Nutzerbedürfnisse, des Ist-Zustands der VKW-Online-Welt und des Wettbewerbes durchgeführt. Ebenfalls betrachtet wurden aktuelle Trends. Danach folgte die Ausarbeitung eines Markenleitbilds für den digitalen Raum. Auf Basis dieser umfassenden Entscheidungsgrundlage erfolgte anschließend die Entwicklung eines Zielbilds der zukünftigen VKW-Online-Strategie im Kontext des Website-Relaunch.

### Kundenzufriedenheit durch eine positive User Experience

Ein zentraler Aspekt der digitalen Strategie für die VKW war die intensive Einbeziehung der Nutzerbedürfnisse. Neben einer umfassenden Analyse der Zielgruppen wurden dazu User Journeys<sup>1</sup> entwickelt. Diese umfassten die Identifikation, Abbildung und Optimierung verschiedener Anwendungsfälle sowie die Abbildung aller Berührungspunkte eines Kunden, die zu den Funktionen im VKW-Kundenportal hinführten. Mithilfe von Usability-Tests, Umfragen und Prototyping (User Centered Design<sup>2</sup>) konnte anschließend ein Lösungsansatz für eine optimale Userführung entwickelt werden. Durch diesen nutzerzentrierten Ansatz erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, den Nutzer bei der Erfüllung seiner Ziele bestmöglich zu unterstützen und Frust oder Informationsmangel zu vermeiden.

### Technische Umsetzung des Frontends

Neben der Ausarbeitung der Strategie für den Website-Relaunch war auch die Umsetzung auch ein Teil der Beauftragung. Dabei galt es, die Website mit modernen, performanten und standardisierten Webtechnologien umzusetzen. Diesen Part übernahm die hsag in Zusammenarbeit mit weiteren Dienstleistern des Kunden.

### Die Erfolge der Zusammenarbeit im Überblick

- Erstellung umfassender Analysen der Ausgangssituation, Zielgruppen und Wettbewerber
- Entwicklung eines digitalen Markenleitbilds
- Konzeption der strategischen Ausrichtung für den Website-Relaunch
- Einbeziehung von Nutzererwartungen durch Usability-Tests, Umfragen und Prototyping
- Transfer der digitalen Strategie in die inhaltliche, gestalterische und technische Umsetzung (Website-Relaunch)

*„Die Betreuung durch die hsag und die Zusammenarbeit im gesamten Projektverlauf hat bestens geklappt.“*

*Die hsag hat mit der Ist-Analyse und Strategieentwicklung einen sehr wichtigen Beitrag für uns erbracht.*

*Die Qualität der Ergebnisse übertraf unsere Erwartungen.“*

**Oliver Huber**

Unternehmensentwicklung/  
Kommunikation



© 2015 hsag Heidelberg Services AG

1) User Journey (zu dt. Reise des Kunden) bezeichnet alle Berührungspunkte eines Konsumenten mit einer Marke, Produkt oder Leistung, bevor er sich für einen Kauf entscheidet.

2) User Centered Design beschreibt die benutzerorientierte Gestaltung eines Produkts um eine verbesserte Nutzbarkeit und ein hohes Nutzenerlebnis zu erreichen.