

PRESSE-INFORMATION

25. Mai 2022

Relaunch der Schleswig-Holstein-Tourismus-Website *sh-tourismus.de*:

Mobile First, Content im Fokus, nutzerfreundliche Funktionalität

Kiel. Internetseiten sind gegenwärtig zentraler Bestandteil der Kommunikation, gerade auch in der Tourismusbranche. Umso wichtiger ist es, dieses Schaufenster zum Gast attraktiv zu halten. Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein hat den Überarbeitungsprozess der drei eigenen Websites, sh-tourismus, sh-convention und sh-business, im letzten Jahr gestartet.

Erfolgreich relaunched werden konnten jetzt die ersten zwei Websites, die zentrale Website zum Reisenden (*sh-tourismus.de*), sowie die Website für die Tagungsbranche (*sh-convention.de*).

„Wir haben mit dem Relaunch zwei wesentliche Strategien verfolgt. Da ist zum einen die Umsetzung einer klaren Mobile-First-Strategie und zum anderen die Fokussierung auf unseren umfangreichen Content, der den Inspirationscharakter des virtuellen Angebotes herausarbeitet“, erläutert Barbara Heinbockel, Leiterin Digitales Management der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein. „Intern war es zudem das Ziel, die Internetseite webtechnologisch auf den neusten Stand zu heben und Verknüpfungen zu weiteren Systemen wie der touristischen Landesdatenbank zu optimieren“, so Heinbockel.

Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein, betont: „Der Relaunch der landesweiten Tourismuswebsite ist ein Meilenstein für unsere digitale Kommunikation Richtung Urlaubsgast und Tagungsplaner. Wir haben jetzt eine neue zukunftsfähige digitale Visitenkarte und sind für die weiteren Anforderungen gut aufgestellt.“

Inspiration und Information für Schleswig-Holstein-Gäste und -Interessierte

Aus der Customer-Journey ist eine Website heute nicht mehr wegzudenken. 24/7 sind Videos, Fotos und Artikel über das Reise- und Tagungsland Schleswig-Holstein abrufbar.

Und das ist neu:

- **Mobile-First:** Der Auftritt ist für die Nutzung mobiler Endgeräte optimiert.
- **Content im Fokus:** Das Konzept betont den Content, das bedeutet, Beiträge werden so nicht nur statisch an einer Stelle ausgespielt, sondern finden sich integriert auch auf Unterseiten wieder. So wird das Surfen auf den SH-Tourismus-Seiten bunter und erlebnisreicher. Der User hat vermehrt unterschiedliche Content-Kontakte. Das fördert

die Langlebigkeit des Contents und stärkt den Inspirationscharakter des gesamten Internetauftritts.

- **Georeferenzierte Querverweisung:** Ein besonderer Meilenstein konnte mit der integrierten Kartenfunktion erreicht werden. Unter nahezu jeder Seite finden die Nutzerinnen und Nutzer Geo-Informationen, die ihnen weiterführende Informationen anbieten. Markierungen in den Karten werden mit Content verknüpft. Gleichzeitig wird Content aus den unterschiedlichen Unterseiten neu kombiniert und ausgespielt. Es ist also nicht mehr immer notwendig, über das Menü zu navigieren, da jetzt potenziell interessanter Inhalt automatisch angezeigt wird.
- **Userführung:** Die Userführung wurde komplett erneuert. Die Hauptnavigationen sind: Urlaub in Schleswig-Holstein, Regionen und Städte, Landschaften, Aktivitäten, Kultur, Regionales, Schleswig-Holstein für ..., Tagen in Schleswig-Holstein. Alle acht Navigationspunkte verfügen entsprechend der Themen über weitere Unterseiten.
- **Bewegtbild und Fotos:** Bilder und Videos aus den verschiedenen Kampagnen der TA.SH, z.B. der aktuellen „echt nordiSH“-Kampagne, wurden weiter in den Fokus gerückt.
- **Suchfunktion:** Die neue Suchfunktion ist eine, die ihren Namen verdient.
- **Optischer Relaunch:** Die neue Website hat sich auch optisch verändert. Sie setzte das Landesdesign der Dachmarke „Schleswig-Holstein. Der echte Norden“ für den Tourismus um.
- **Tagungsportal:** Die Website sh-convention.de, die sich an Verbände, Firmen und Veranstaltungsagenturen richtet, wurde in den Auftritt sh-tourismus.de integriert.
- **Sprachen:** Inhalte sind auf Englisch und Dänisch verfügbar. Ziel ist es, dies weiter auszubauen.

Zur Umsetzung

Der Relaunch wurde mit dem Redaktionssystem TYPO3 realisiert. Es bestehen Verknüpfungen mit weiteren Systemen. Die touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein, in der Daten zu POIs (Points of Interest) und Veranstaltungen landesweit vorgehalten werden, wurde in das Redaktionssystem ebenso integriert wie die landesweite Medienverwaltung (DAM-System) pixx.io. Als technischer Partner hat die Digitalagentur PHORAX aus Hamburg den Relaunch sehr professionell begleitet und umgesetzt.

Weiteres Vorgehen

Der nächste große Schritt wird der Relaunch der dritten Website, sh-business.de, sein, die sich an die Tourismusbranche und die Medien wendet. Sie wird ebenso wie die Tagungswebsite Teil des Gesamtauftritts werden. Damit wird das Ziel einer integrierten Kommunikation über alle Kanäle und Inhalte weiter gestärkt.