

So klappt Verständigung: Der Bauernverband geht mit zeit, neuer Website und optimiertem Online-Shop in die Kommunikationsoffensive



Website & Shop



Search Engine
Optimierung

Der Schweizer Bauernverband SBV ist die Dachorganisation der Landwirtschaft. Als Kopf von 25 kantonalen Berufsorganisationen und diversen Fachverbänden vertritt er nicht nur die Anliegen der Schweizer Landwirtschaftsbetriebe, sondern fungiert auch als wichtiges Sprachrohr und als Vermittler unterschiedlicher Interessen. Ausserdem gehören Treuhand, Statistik, Bildung, Arbeitskräfte oder Qualitätsprogramme für die Schweizer Landwirtschaft zu den Wirkungsbereichen des Verbands. Mit landwirtschaft.ch pflegt der Schweizer Bauernverband eine eigene Website für die Basiskommunikation, die sich an Konsument:innen richtet.

Ausgangslage

Um den Bedürfnissen dieser Zielgruppe weiterhin gerecht zu werden und ein allgemeines Verständnis für die Schweizer Landwirtschaft und die Arbeit der Bäuerinnen und Bauern zu schaffen, musste die dafür konzipierte Website erneuert werden. Im Fokus der neuen Website sollen Informationen, die die Beziehung zwischen Stadt und Land fördern und mehr Bewusstsein und Vertrauen für die Schweizer Landwirtschaft schaffen, stehen. Nebst der Unterstützung dieser übergeordneten Kommunikationsziele soll die neue Website insbesondere die wichtigen Zielgruppen der 20- bis 29-Jährigen urbanen Bevölkerung sowie der Familien mit Kindern (Stadt und Land) gezielt ansprechen und abholen.

In einem mehrstufigen Auswahlverfahren wurde die Agentur **zeit GmbH** mit dem Relaunch der Website beauftragt.

Ziele

- Durch einen neuen Webauftritt die Hauptzielgruppe «Endkonsument:innen» noch fokussierter abholen.
- User Experience optimieren: Weniger notwendige Klicks und intuitive Navigation
- Neuer Look and Feel im Editorial-Stil

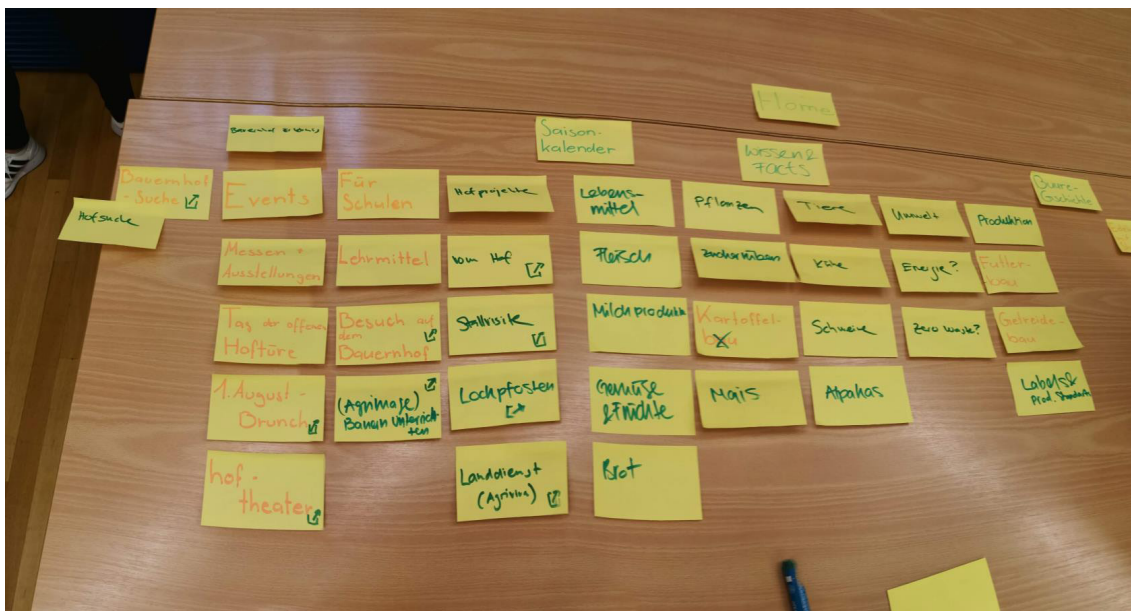
Umsetzung

Am Anfang des Projekts stand die Erarbeitung des neuen Designs. Zentral waren dabei nicht nur ein attraktives Erscheinungsbild, sondern insbesondere eine übersichtlichere und gebündelte Informationsarchitektur. Damit haben wir einen wesentlichen Beitrag zu einer intuitiven User Experience geleistet und eine solide Grundlage für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und künftige SEO-Massnahmen gelegt.

Die Website haben wir mithilfe des Open Source CMS WordPress umgesetzt. Dieses ermöglicht ein flexibles Design sowie von der Agentur unabhängige Anpassungen und das selbstständige Bearbeiten der Inhalte durch den Schweizer Bauernverband. **zeit GmbH** hat die einzelnen Seitenelemente zwar gestaltet und programmiert, die Inhalte wurden aber direkt von den Verantwortlichen des Schweizer Bauernverbandes abgefüllt. Auch die Pflege der Website-Inhalte ist ganz in der Hand des Bauernverbandes.

Und so sind wir dabei vorgegangen:

In einem Workshop mit den Verantwortlichen von landwirtschaft.ch haben wir die bestehende Informationsarchitektur der Website mit der im Voraus erarbeiteten SEO-Keyword-Recherche abgeglichen und dabei jedes einzelne Element auf den Prüfstand gestellt. Darauf basierend haben wir schliesslich einen übersichtlicheren und insbesondere auch die SEO-Kriterien berücksichtigenden Vorschlag für eine neue Hierarchie erarbeitet. Wer immer was auch immer auf der Website sucht: Er oder sie soll die Information, das Angebot oder die Dienstleistung mit wenigen Klicks rasch finden.



Erweiterte SEO-Massnahmen

Damit eine Website in den Suchmaschinen gut rankt, sind natürlich einige weitere Faktoren zentral. Deswegen haben wir die Verantwortlichen des Bauernverbands auch bei der Erstellung von suchmaschinenoptimierten Texten unterstützt: in Form einer Schulung mit allen involvierten Website-Texterinnen und -textern. So wurde die gesamte Seite speziell hinsichtlich verschiedener SEO-Kriterien optimiert.

Selbstverständlich haben wir die SEO-Aspekte von Beginn der Konzeptionsphase, während des gesamten Entwicklungsprozesses bis hin zum Go-live berücksichtigt und entsprechend umgesetzt:

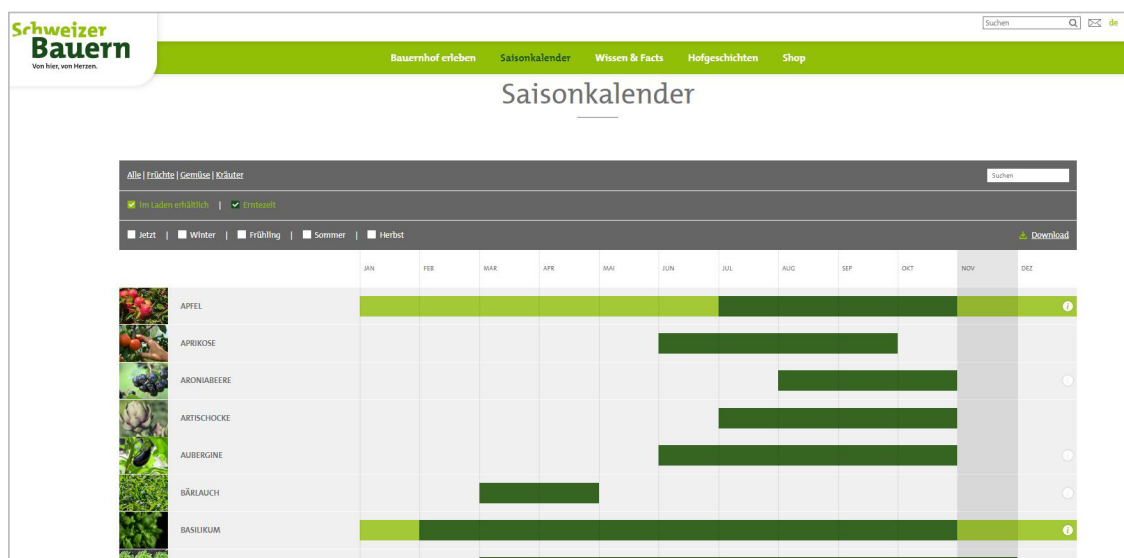
- Personen, die in den Suchmaschinen nach spezifischen Landwirtschaftsthemen suchen, sollen direkt auf die Website gebracht werden.
- Mithilfe des Mobile-first-Ansatzes werden die Inhalte zudem für ein noch breiteres Publikum zugänglich und nahbar gemacht. Für jenes nämlich, das zum Beispiel unterwegs auf dem Smartphone nach entsprechenden Informationen sucht.

Besonderes

Folgende Merkmale bzw. Features zeichnen die neue Website aus.

1. Saisonkalender

Wer wissen möchte, welche Obst-, Gemüse- und Kräutersorten in der Schweiz wann Saison haben, kann dies dank des auf der Website integrierten Saisonkalenders ganz einfach herausfinden. Den Saisonkalender findet man auf der Website in der Hauptnavigation und bietet Filterfunktionen nach den Hauptkategorien «Alle», «Gemüse», «Früchte» und «Kräuter» sowie nach Saison an. Er kann auch heruntergeladen werden.



2. Landwirtschaft virtuell erleben

Mit dem neuen Layout, den hochwertigen, emotionalen Bildern und den aussagekräftigen Texten sollen die Userinnen und Usern die Schweizer Landwirtschaft virtuell erleben können. Sie erhalten vertiefte Einblicke in die Welt der Bauern und Bäuerinnen und ihrer Höfe. Zudem können sich die Besucherinnen und Besucher dank in Happen aufbereiteten Facts neues Wissen aneignen, das sie wiederum gezielt zu den für sie relevanten Website-Inhalten führt. Auf allen Seiten wird auf den Saisonkalender oder die Bauernhofsuche aufmerksam gemacht.

3. Mehrsprachigkeit

Die Website ist viersprachig (Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch) verfügbar.

Überarbeitung des Bauernverband-Shops: Eine Anlaufstelle für viele Bedürfnisse

Der Shop des Bauernverbands ist schon länger zentraler Bestandteil der Kommunikation. Die erhältlichen Produkte sind dabei sehr vielseitig und richten sich sowohl an Bäuerinnen und Bauern – z.B. Infotafeln für den Betrieb – als auch an Lehrpersonen – z.B. Unterrichtsmaterial – oder an Privatpersonen – z.B. Postkarten oder Alltagsgegenstände im Edelweiss-Look. Auch wenn wohl das eine oder andere Produkt für alle Zielgruppen von Interesse sein könnte, unterscheiden sich die Bedürfnisse doch grundsätzlich. Und genau dies ist das Kernelement des überarbeiteten Shops: Egal wer was sucht, er oder sie soll dies möglichst rasch und mit möglichst wenigen Klicks finden.



Optimierung der Informationsarchitektur

Auch in diesem Fall lautete die von zeit ausgearbeitete und umgesetzte Lösung: Überarbeitung der Informationsarchitektur. Dazu haben wir den Webshop in zielgruppenspezifische Kategorien unterteilt. Für jede gibt es eine direkt an die Interessensgruppen gerichtete, unabhängige Landingpage, damit diese entsprechend ihrer Bedürfnisse direkt abgeholt werden.


Zusätzlich hilft die verbesserte Filterfunktion, die in jeder Kategorie genutzt werden kann. So lassen sich Informationsbroschüren o.ä. für Schulen nach Zyklus filtern.

Besonderes


Bei der Überarbeitung haben wir für den Landwirtschafts-Shop ausserdem folgende Features eingebaut:

- Ein vereinfachter Prozess für wiederkehrende Bestellungen via Produktenummer
- Ein Konfigurator für individuelle Edelweiss-Kleidung und Aluminiumtafeln für den Betrieb
- Die optische Anpassung ans Corporate Design der Hauptseite landwirtschaft.ch
- Die Umsetzung des Webshops mit dem WordPress-Shopsystem WooCommerce, sodass die Verantwortlichen des Bauernverbands den Shop jederzeit selbstständig und unabhängig bewirtschaften können


- Konsumenten
- Schulen
- Verbände
- Tafeln**
- Themenwege**
- Plakate**
- Broschüren**
- Schulmaterial**
- Edelweissartikel**
- Bekleidung
 - Gestalten
 - Standard
- Eventmaterial Deko
- Geschenke
- Verpackungsmaterial



Farbstifte
Farbstiftetui mit 6 Farbstiften gelb, kurze Stifte
de | fr
CHF 0.00
[Auswählen](#)



Kapuzen Sweatjacke
Hakro Unisex Kapuzen-Sweatjacke Premium
Ab CHF 70.00
[Selber gestalten](#)



Damen Trägershirt
Hakro Damen-Tank-Top Classic
Ab CHF 26.00
[Selber gestalten](#)




Damen Trägershirt

Artikelnummer: 100020
CHF 26.00
inkl. 7.7% MwSt.


Farbe


Grösse


Produkt

+

Druck Vorne

+

Druck Hinten

Grösstabelle (PDF) 

Menge 1 + -

Optimierung der Informationsarchitektur

Auch in diesem Fall lautete die von zeit ausgearbeitete und umgesetzte Lösung: Überarbeitung der Informationsarchitektur. Dazu haben wir den Webshop in zielgruppenspezifische Kategorien unterteilt. Für jede gibt es eine direkt an die Interessensgruppen gerichtete, unabhängige Landingpage, damit diese entsprechend ihrer Bedürfnisse direkt abgeholt werden.

Zusätzlich hilft die verbesserte Filterfunktion, die in jeder Kategorie genutzt werden kann. So lassen sich Informationsbroschüren o.ä. für Schulen nach Zyklus filtern.

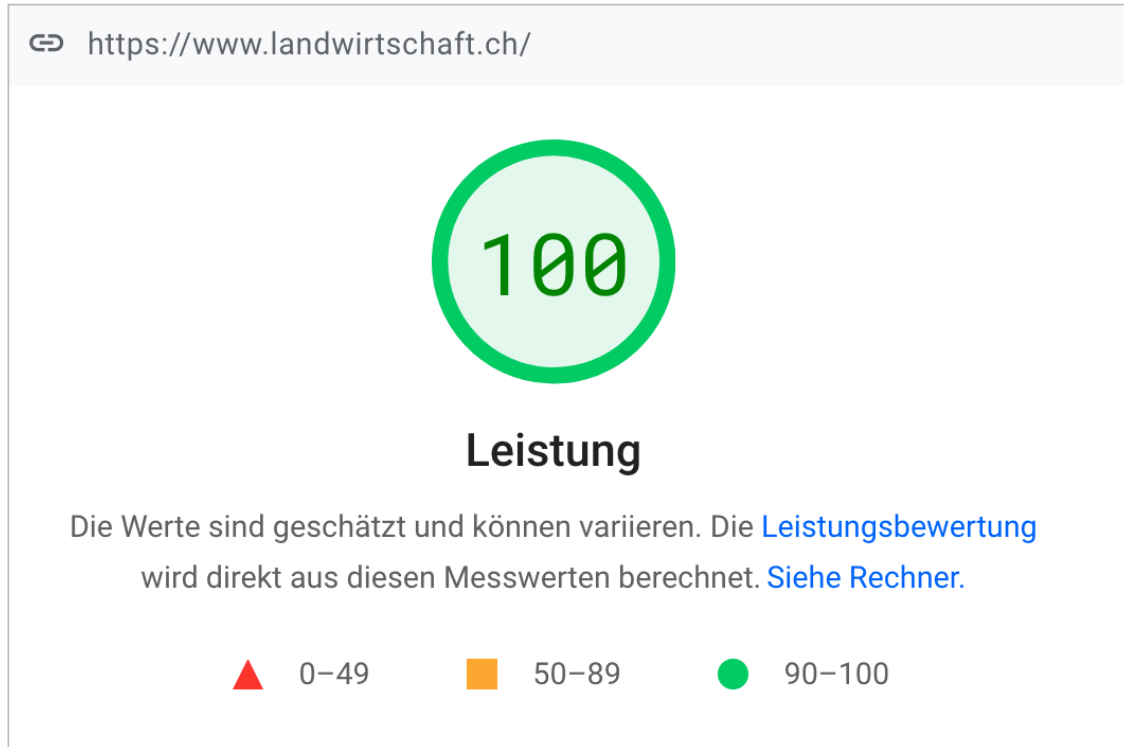
Resultate

Das Konzept ging voll und ganz auf. Mit Abstand am meisten Personen kommen über die organische Suche auf die Seite. Das bedeutet, dass die getroffenen SEO-Massnahmen fruchten und dass die Userinnen und User auf der Website das zu finden scheinen, wonach sie gesucht haben. Die Website-Besucherinnen und -Besucher kommen aus allen Kantonen der Schweiz, und der allgemeine Traffic auf die Website steigt kontinuierlich an. Besonders beliebt sind der Saisonkalender sowie die Informationsseite über den Tag der offenen Hoftüren (Bauernhof erleben).

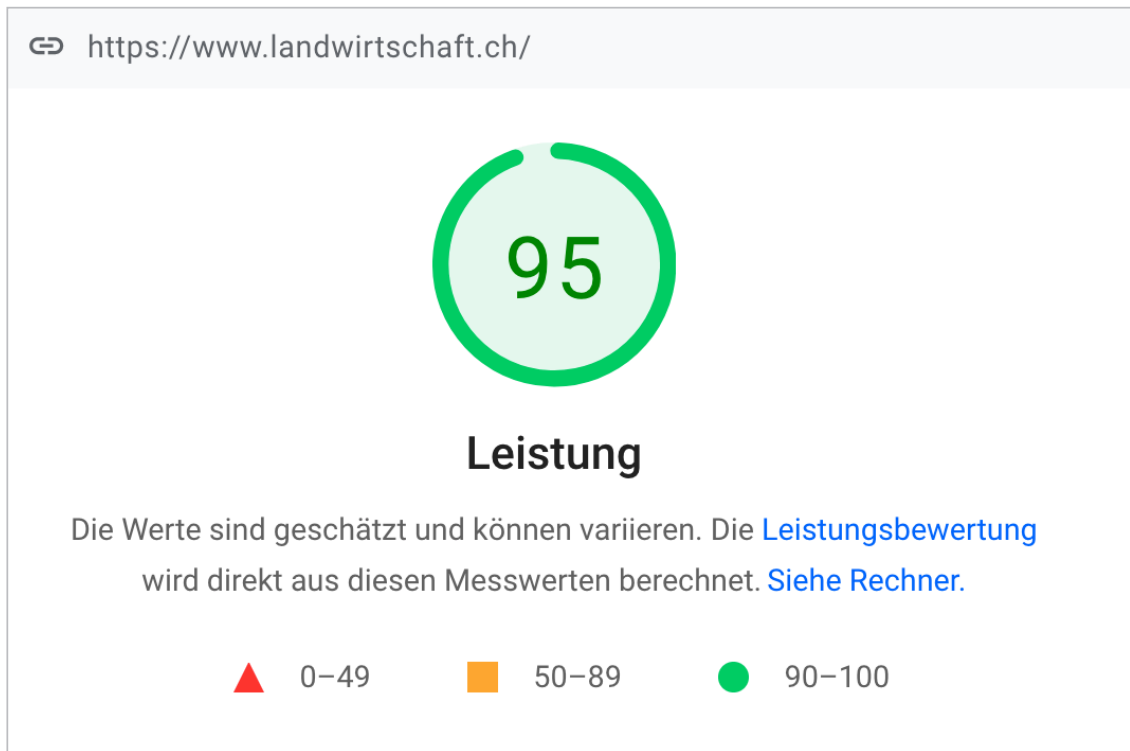
Hervorragender Pagespeed

Ein wichtiges Kriterium sowohl aus SEO-Perspektive, in Sachen Core Web Vitals als auch aus Sicht der User Experience (UX) ist der Page Speed. Ob und wie schnell eine Seite lädt, entscheidet in vielen Fällen, ob die Userinnen und User schliesslich überhaupt auf der Seite landen oder ob sie vorher abspringen.

Mit der Desktop-Version bringt es landwirtschaft.ch auf einen Pagespeed von 100 Punkten (höchstmöglicher Wert), bei Mobile ist er immerhin bei sagenhaften 95 Punkten.



Screenshot Pagespeed Desktop



Screenshot Pagespeed Mobile

Die Programmierung eines individuellen WordPress Theme durch zeit lohnt sich also nicht nur optisch, sondern auch in Bezug auf die Performance (Ladezeit der Website).

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen
Managing Partner

+41 44 240 15 07

andrea.iltgen@zeit.ch

www.zeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing-Angebot

- Suchmaschinen-Werbung (SEA)
- SEA-Kampagnen Audit / Check
- Online Werbung & Mediaplanung
- Viral-Marketing
- Werbung bei Streamingdiensten
- Marketing-Automation
- E-Mail- & Newsletter-Marketing

Social-Media-Marketing-Angebot

- Social-Media-Beratung
- Social Media Check / Audit
- Social-Media-Strategie-Workshop
- Social Media Krisentraining & Simulation
- Content Marketing & Production
- Online Videos & Viral Video Seeding
- Community Management 24/7
- Corporate Blog Marketing
- Online-PR
- Inbound Marketing
- Social Network-Marketing
- Facebook Marketing
- Influencer Marketing

Workshop Influencer Marketing Websites & Apps-Angebot

- Websites
- WordPress Websites
- Online-Shops
- Landingpages
- Microsites
- Web Analyse mit Google Analytics
- Usability Testing
- Conversion Tracking
- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Link-Building
- Online-Reputation-Management
- Apps
- Chatbots und Social Bots
- Online-Games

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Kreativ-Workshops
- Workshop Kreativ-Technik
- Content Ideen für Social Media
- Ideen für Online-Werbekampagnen
- Content-Werkstatt
- Online Recruiting
- Online Stellen-Inserate

Kontakt

Herausgeber

xeit GmbH
Limmatstrasse 291
8005 Zürich

E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch

www.linkedin.com/company/xeit-gmbh
www.instagram.com/xeitgmbh
www.facebook.com/xeitgmbh

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch nur auszugsweise, nur mit Genehmigung der xeit GmbH.

WWW.XEIT.CH