



MEDIENMITTEILUNG

Moderner, emotionaler, farbiger. Per Klick auf die Vorhangquaste zum neuen Webauftritt.

Interlaken, 03.06.2011 (IB) – „Wer etwas bewegen möchte, braucht auch Mut zur Veränderung“ – so fasst Beat R. Sigg, seit Mai 2010 verantwortlich für die Geschäftsleitung der Victoria-Jungfrau Collection, gerne das Credo für die neue Ära der Fünfsternegruppe zusammen. Intern sind bereits zahlreiche Veränderungen vorgenommen worden; jetzt präsentiert die Collection sich auch online in neuem Gewand: Der neue Webauftritt, der heute offiziell anlässlich der Generalversammlung in Interlaken gelauncht wird, ist deutlich moderner, durch gross aufgezogene Bildmotive emotionaler und farbiger als die bisherige Präsenz. Per Klick auf eine symbolische Vorhangquaste wird die alte Seite vom User zur Seite gezogen und öffnet den Blick auf das neue Layout. "Diese sogenannte Splash-Site ist ein Hingucker für die ersten Tage nach dem Launch", so Christopher Cox, VP Sales & Marketing. "Anschliessend gelangen die User ganz normal direkt auf die Homepage". Hauptziel der neuen Website sei eine weitere deutliche Erhöhung der Online-Buchungen, die in den letzten Jahren bereits stark zugenommen haben.

Gemeinsam mit E-Marketing Managerin Natalie Kirkoroglu, den Direktoren aller vier Hotels sowie der Internetagentur Maxomedia aus Bern hat Christopher Cox den neuen Webauftritt während der vergangenen Monate intensiv geplant. Grosses Ziel war es, den Häusern eine individuelle Präsentation zu verleihen - beispielsweise hat jedes Haus neu eine eigene Farbe, die auch in anderen Werbemitteln aufgenommen wird - und gleichzeitig durch eine identische, einfache Navigation die Zusammengehörigkeit zu signalisieren. Für die neue Visitenkarte im Netz wurden in allen vier Hotels in Luzern, Bern, Interlaken und Zürich Fotoshootings realisiert, deren Ergebnis emotionalere und personalisiertere Bilder sind. "Wir haben bewusst mit ganz unterschiedlichen Modells von jung bis erfahren gearbeitet, um eine Identifikationsmöglichkeit für den User zu schaffen und den Gesamteindruck weniger statisch erscheinen zu lassen", so Christopher Cox. Auch bei der Hauptnavigation war es das Ziel der Victoria-Jungfrau Collection, die Emotionen der Gäste anzusprechen. Statt Allgemeinposten wie "Übernachten", "Restaurants" oder "Spa" sind "Träumen", "Geniessen" und "Entspannen" die Stichwörter, die den Betrachter zum Übernachtungs-, Kulinarik- oder Wellnessangebot führen.

www.victoria-jungfrau-collection.ch

Medienkontakt: Ina Bauspiess, Director of Communications
VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION
Telefon +41 (0)44 259 82 26, i.bauspiess@vjc.ch