

PRESSE-INFORMATION

Neue A.Vogel Homepage: Ideenhaus führt drei Unternehmensbereiche unter einem Markendach zusammen

München/Roggwil: Die in über 30 Ländern weltweit tätige Bioforce AG mit ihrer Marke A.Vogel (pflanzliche Heilmittel, natürliche Lebensmittel und „Gesundheits“-Verlag) ist ab sofort mit ihrer neuen Website im Internet präsent (www.avogel.ch), die erstmals alle drei Unternehmensbereiche unter einem Markendach zusammenführt. Die Ideenhaus Kommunikationsagentur, München, spezialisiert auf die kommunikative Übersetzung von Markenstrategien, hat nach der Gestaltung des kompletten Markendesigns nun auch das e-branding (Inhalt und Design) durchgeführt. Es wurde ein Basiskonzept geschaffen, das sukzessive von allen Ländern übernommen wird.

Nach der Einführung des neuen Markendesigns (ebenfalls Ideenhaus) im Jahr 2003, wurde nun der Internetauftritt nicht nur optisch den neuen Gestaltungsvorgaben angepasst. Eine grundlegende Neukonzeption wurde notwendig, da die drei bislang im Internet separat auftretenden Geschäftsbereiche Pharma, Food und Information (Verlag für „Gesundheitstitel“ und Zeitschrift „A.Vogel Gesundheits-Nachrichten“) zusammengeführt werden sollten. Die Herausforderung lag darin, diese überaus umfangreichen Informationen und Fakten für den User strukturiert darzustellen und einen einfachen Zugang zu immer aktuellen Inhalten zu schaffen.

Das Ideenhaus verzichtete deshalb auf überdimensionierte, Zeit raubende Animationen und setzt auf eine klar verständliche und schnelle Navigation. Darüber hinaus bietet ein aufwändiges Redaktionssystem eine echte Problemlösung: der Kunde kann neue Themen ganz einfach selbst einpflegen und die Homepage somit immer auf dem aktuellsten Stand halten.

Das übergeordnete Ziel für Ideenhaus Creative Director Julian Schäfer und sein Team war die Steigerung der Attraktivität der Marke A.Vogel durch die Schaffung



einer Internetpräsenz, die die Markenkernwerte widerspiegelt und diese erlebbar macht. So wird dem charismatischen Unternehmensgründer Alfred Vogel eine eigene Rubrik gewidmet. Hier ist Wissenswertes um die Person, seine Forschungsreisen und Anekdoten über Begegnungen mit Patienten zu finden. Audioeinspielungen mit Auszügen aus seinen Vorträgen beleben die Texte und verleihen Authentizität. Dem User werden vielfältige Informationen mit „Story Telling“-Potenzial, also Geschichten zum weiter erzählen, geliefert.

Anleitung zur Selbsthilfe ist ein elementarer Bestandteil des A.Vogel Markenkerns und er zieht sich wie ein roter Faden durch alle Ebenen der Website. Kernstück ist hierbei ein umfassendes Angebot an Suchfunktionen. Website-Besucher können nach Linderung von Beschwerden suchen, Informationen zu bestimmten Heilmitteln finden oder Heilpflanzenlexika in Deutsch und Latein konsultieren. Selbst bei den Sortimentsbeschreibungen gibt es bei jedem Produkt Empfehlungen und generelle Gesundheitstipps. Die Beratungsrubrik liefert Rat und Hilfe zu allen Fragen der Gesundheit allgemein, zur Pflanzenheilkunde, Ernährung und zur Homöopathie – in Foren, in Suchmaschinen und telefonisch bei ausgewählten Experten.

Was ist sonst auf www.avogel.ch zu finden:

Ausführliche und übersichtlich gestaltete Produktinformationen, unterschiedliche Wege der Beratung zu verschiedenen Symptomen und Krankheitsbildern, Bezugsquellen für die A.Vogel Produkte sowie einen Link zu dem ebenfalls zum Unternehmen gehörenden Verlag, der seit 1929 die 11 x jährlich erscheinende Zeitschrift „A.Vogel Gesundheits-Nachrichten“ herausgibt. Für die Mitglieder des A.Vogel Fanclubs wird ein bequemer Zugang direkt auf der Startseite angeboten. www.avogel.ch ist seit dieser Woche im Netz, die Töchter und Partnergesellschaften in über 30 Ländern weltweit werden das vom Ideenhaus konzipierte Basiskonzept übernehmen und lediglich lokale Besonderheiten adaptieren. Die Einführung in Deutschland ist im Laufe des nächsten Jahres geplant.

21. September 2005

PRESSEKONTAKT:

PR-Büro Heinhöfer, Birgit Heinhöfer

Lindengasse 3, 90419 Nürnberg, Tel. 0911/ 300 349-0

info@pr-heinhoefer.de

