

› www.swiss-plastics.ch im neuen Gewand

Und plötzlich ist alles anders ...

Montag, 20. Januar 2014, 15.00 Uhr: Pünktlich zum Start des Symposiums «Swiss Plastics», dem big bang in Luzern, ist die brandneue Website des Branchenverbands von Swiss Plastics online. Die neue Seite ist im Vergleich zur alten wie Tag und Nacht und gleicht der bisherigen in keiner Art und Weise. Es brauchte auch Mut, um das Althergebrachte komplett auf den Kopf zu stellen. Aber es hat sich gelohnt.

Der Start der neuen Website ist ein grosser Erfolg, denn es ist nicht selbstverständlich, dass bei so tiefgreifenden Änderungen praktisch alles auf Anhieb klappt. Das findet auch das Team von Swiss Plastics. Deshalb entschied die Geschäftsleitung, hinter die Kulissen zu schauen und die verantwortlichen Projektleiter Michael Baumgartner, Interne Kommunikation und Event Manager, und Peter Stauffer, Betreuer der Fachgruppen, – also die beiden, die das Projekt an der Basis gestemmt hatten, die sich mit all den Widerwärtigkeiten eines solchen Vorhabens täglich abzumühen hatten – zu Wort kommen zu lassen.

Kurt Röschli, Leiter Marketing und Kommunikation, wollte von Michael Baumgartner wissen, was ihn persönlich während seiner Arbeit so alles berührt und bewegt hatte.

Kurt Röschli: Wie kamen Sie dazu die Seite neu zu designen?

Michael Baumgartner: Unsere Präsidentin, Nationalrätin Doris Fiala, hatte im Jahr 2012/2013 zusammen mit dem Vorstand die Idee, dass sich der Verband sprachübergreifend präsentieren soll – die Westschweiz wurde bis anhin mit dem deutschen Namen «Kunststoff Verband Schweiz» ungenügend einbezogen. Die Ausweitung der Kommunikationsmassnahmen, um sich auf Augenhöhe mit anderen Spitzenverbänden aus der Schweizer Wirtschaft zu messen, ist ebenfalls erklärtes Ziel des Vorstands des Branchenverbands. Die Kunststoffindustrie setzt in der

Schweiz immerhin jährlich 15 Mia. CHF pro Jahr um.

Anlässlich der ausserordentlichen Mitgliederversammlung im Januar 2013 wurde der Namenswechsel des Verbandes hin zu Swiss Plastics einstimmig entschieden. In einer weiteren Vorstandssitzung wurde beschlossen, mit dem Namenswechsel gleichzeitig ein neues Logo sowie ein komplett neues Erscheinungsbild (CD/CI) des Verbandes zu entwickeln.

Wir wussten auch, dass unser Content Management System (CMS = Inhaltsverwaltungssystem) für die Betreuung der Webseite in die Jahre gekommen war. Dies zeigte sich darin, dass diese nicht mehr mit der aktuellen Browsertechnik zu administrieren war.

Von da an war klar, dass mit dem Namens- und Designwechsel auch eine neue Webseite zwingend notwendig wurde. Eine solche Herausforderung lädt ein, sich grundlegende Gedanken zum verwendeten System, der damit verbundenen Technik und dem Layout zu machen.

Haben Sie Vorkenntnisse in der Programmierung von Websites?

Baumgartner: Ich beschäftige mich privat seit ca. 15 Jahren mit der Programmierung von HTML, CSS, Java, sowie Aufsetzen von CMS Systemen. Insbesondere unser neues CMS System Typo 3.

Was war an der alten Seite nicht mehr gut?

Baumgartner: Die alte KVS Seite bestand seit über 10 Jahren. Sie war im Laufe der Jahre unübersichtlich geworden und unterstützte moderne Geräte, wie zum Beispiel Tablets oder Smartphones, nicht. Für die Technik unter der Haube – der sogenannte «Tracer» – wurde der Support vom Hersteller eingestellt.

Was bezwecken Sie mit der neuen Webseite?

Baumgartner: Der neue Name und das neue Design «Swiss Plastics» sollten klar,



Bild: Swiss Plastics

Michael Baumgartner: Mit dem Namens- und Designwechsel wurde auch eine neue Webseite zwingend notwendig.

frisch und modern portiert werden. Ausserdem soll die Webseite auf dem aktuellsten Stand der Technik sein und einen weiterführenden Ausbau der Webseite für die nächsten Jahre sichern. Die Besucher sollen sich möglichst schnell mit der Webseite identifizieren können, um auf unkomplizierte Weise an die benötigten Informationen zu gelangen.

Was sind die Unterschiede zur alten Webseite?

Baumgartner: Die neue Webseite basiert auf einem open Source CMS. Das heisst, die Weiterentwicklung ist nicht von einer einzelnen Firma abhängig. Dieses System lehnt sich an eine weit verbreitete, weltweit operierende «Familie» an. Es ist ein sehr umfangreiches und mächtiges Tool, welches uns für die nächsten Jahre noch viele Ausbauschritte erlaubt.

Was waren Ihre persönlichen Zielsetzungen an die neue Seite?

Baumgartner: Eine Webseite zu erstellen, welche auch noch in 5 Jahren gut funktioniert und skalierbar ist, das heisst, sich au-

tomatisch einem grösseren Bedarf anpasst. Sie soll auf dem neuesten Technologiestand gehalten werden können und klar strukturierbar sein. Kurz, die Realisierung einer benutzerfreundlichen, aber auch vom Design her, schönen und ansprechenden Webseite für den Anwender.

Gab es ein Pflichtenheft für die neue Seite?

Baumgartner: Einen Teil des Pflichtenhefts haben Peter Stauffer und ich aufgrund der vorher genannten Punkte erstellt. Wir haben aber schnell erkannt, dass eine erfolgreiche neue Webseite bedingt, dass wir unsere Hauptbenutzer, die Mitgliederbasis bei der Konzeption miteinbeziehen müssen. Wir hielten Workshops zu einem bunten Mix der Haupttätigkeitsfelder des Verbandes ab. Dies unter Berücksichtigung unserer knappen Ressourcen.

Das neu gebildete Kernteam bestand aus: Andy Müller, Kommunikationsverantwortlicher bei der Ems Chemie AG, als Vertreter der Rohstoffe, Ruedi Speck, Leiter Verkauf bei Netstal-Maschinen AG, als Vertreter der Maschinenhersteller, Barac Bieri, Geschäftsführer Swissplast AG, als Vertreter der Verarbeiter und René Ziswiler, Projektleiter bei der Messe Luzern AG, als Vertreter eines externen Partners. Ausserdem wurden zwei Vertreter des Vorstands schriftlich über unsere Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten. Von CS2 arbeiteten der Geschäftsführer Dani Kalt sowie der Projektleiter Daniel Fuchsli im Kernteam mit. Peter Stauffer und ich übernahmen den Lead von Swiss Plastics, also von der Verbandsseite. Gemeinsam haben wir dann das Pflichtenheft für die neue Seite erarbeitet.

Was war Ihre Motivation, so intensiv über Monate an der neuen Site zu arbeiten?

Baumgartner: Als Projektleiter war ich von Anfang an mit dabei. Meine Passion für die Technik im Hintergrund habe ich eingangs bereits erwähnt. Es galt, die vielen neuen Möglichkeiten der Webseite auszuschöpfen, Fehler noch vor dem Go Live zu beseitigen, Praxiserfahrungen für unser Swiss Plastics Team, welches künftig auch die Webseite mit Inhalten füllt, schnellst möglich zu sammeln, um pünktlich auf den 20. Januar 2014 eine fehlerfreie und akkurate Webseite für alle möglichen Benutzer zu übergeben.

Warum kam man auf CS2 als Webdesignfirma?

Der Systemscheid für Typo 3 wurde bereits vor über fünf Jahren mit der Webseite www.kunststoffberufe.ch gefällt. Bereits da war absehbar, dass irgendwann der Tracer (Hintergrundsoftware) nicht mehr weiter entwickelt wird. Intensiviert wurde unsere Bestrebung mit diesem CMS zu arbeiten durch unser Kursmodul, welches der VKR (Verband für Kunststoff-Rohre und Rohrleitungsteile) einsetzt, um die Anmeldung für die Rohrschweisskurse effizient abzuwickeln. Mit diesem Modul wurde klar, dass wir einen Typo3 Profi für den Ausbau des Eventtools und insbesondere auch für die Neuentwicklung unserer Webseite benötigen. Die CS2 ist in der Schweiz sicherlich eine der grössten und

«Ziel war es, eine benutzerfreundliche und ansprechende Webseite zu realisieren»

erfahrensten Typo 3 Agenturen. Kommt hinzu, dass CS2 Mitarbeiter beschäftigt, welche sehr eng an der Entwicklung des Typo 3 Source Codes (Kerncodes) beteiligt sind. Heute, nach dem Go Live unserer aktuellen Webseite, sind wir mit der Partnerwahl mehr denn je zufrieden.

Was war Ihr positivstes Erlebnis?

Baumgartner: Mein persönliches Highlight erlebte ich mit der pünktlichen on line Schaltung der Webseite. Im Weiteren freute ich mich sehr, über die vorwiegend positiven Feedbacks.

Was war Ihre grösste Herausforderung bei dieser Arbeit?

Baumgartner: Die grösste Herausforderung war die Koordination mit allen Stellen und Schnittstellen aller Partner, welche zum Erfolg des Projektes beigetragen haben.

Was war Ihre grösste Enttäuschung anlässlich dieses Projekts?

Baumgartner: Bis heute gab es zum Glück keine Enttäuschungen!

Was würden Sie einer Person raten, die wie Sie, sich an einen Neustart wagt?

Baumgartner: Viel Zeit einplanen! Im Vorfeld müssen alle Details genau geplant und die Schnittstellen genau definiert werden. Mit dem Fertigstellen der aktuellen Homepage endet die Arbeit allerdings noch lange nicht. Das Abfüllen von Inhalten und die Fehlerbeseitigung beanspruchten zwei Monate intensivster Arbeit. Und das nur in deutscher Sprache.

Wo liegen die Tücken?

Baumgartner: Die genaue Definition von Zeit- bzw. Personal-Management. Im Weiteren die ungenaue detaillierte Planung mit dem technischen Partner vor der Umsetzung (die Definition was will ich, was verstehe ich bzw. was versteht der andere). Wir haben zum Glück nur positive Erfahrungen gemacht!

Abschliessende Frage: Wie geht es nun weiter?

Baumgartner: Es gilt nun die Mehrsprachigkeit sowie viele neue Tools in Angriff zu nehmen und zu entwickeln. Unter anderem wird das Kursmodul für den VKR in Priorität erarbeitet. Andere Verbände, für die wir die Geschäftsstelle bei uns führen, passen sich der neuen Webseite ebenfalls an.

Ein weiterer Ausbauschritt wird eine sogenannte «Closed User Group» beinhalten, also geschützte Bereiche der Webseite, auf die nur berechtigte User Zugang haben. Weiter geplant ist auch eine neue, aktualisierte, intelligente Mitgliederliste und ein Tool für eine einfachere und bessere Produktesuche.

Kontakt

Swiss Plastics
Schachenallee 29C
CH-5000 Aarau
Kurt Röschli
Telefon +41 (0)62 834 00 67
k.roeschli@swiss-plastics.ch
www.swiss-plastics.ch