



Last Minute in Hochform mit Weblication®



ÜBER L'TUR

Als unangefochtener europäischer Marktführer für Last Minute-Reisen erzielte L'TUR 2007 mit 784.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 365 Millionen Euro. Die TUI AG ist an L'TUR mit 46 Prozent und die Thomas Cook AG mit zehn Prozent beteiligt; Karlheinz Kögel, Gründer und Vorsitzender des Aufsichtsrates, hält 44 Prozent. Die Last Minute-Reisen mit Abflügen in den nächsten vier Wochen sind bis wenige Stunden vor Start buchbar – und bis zu 50 Prozent günstiger als im Reisekatalog. Täglich gibt es mehr als eine Million Angebote von rund 10.000 Hotels und 130 Fluggesellschaften – wie etwa Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. L'TUR ist exklusiver Last-Minute-Partner des neuen Bonusprogramms Deutschland-Card. Den Kunden bieten sich gleich mehrere Wege zur Buchung ihrer Ferienreise: direkt in einem der 165 Shops in sechs Ländern, via Internet auf www.ltur.de oder über die Beratungs- und Buchungshotline unter 01805/21 21 21.

- europäischer Marktführer im Segment Last-Minute-Reisen
- 784.000 Kunden im Jahr 2007
- Bis zu 2 Millionen Angebote täglich!
- Partner im Bonusprogramm Deutschland-Card
- Multi-Channel-Company: Reisebuchung telefonisch, online oder vor Ort in einem der 165 Shops in sechs Ländern

DIE AUFGABENSTELLUNG

Um den im Reisebereich tätigen Journalisten kontinuierlich alle notwendigen Unternehmensdaten und -informationen zu L'TUR inklusive passendem Bildmaterial übersichtlich und tagesaktuell zur Verfügung stellen zu können, fiel der Entschluss zum umfassenden Relaunch des eigenen Internet-Presseportals unter www.ltur-presse.de. Gewünscht war, den drei Mitarbeiterinnen der Presseabteilung, die für die Pflege der Internetseite sorgen, eine Lösung zur Verfügung zu stellen, die sich leicht handhaben und aktualisieren lässt, so dass sie künftig schneller und unkomplizierter Presseartikel einstellen können. Dies wie auch die gestiegenen Anforderungen des Presseportals auf grafischer Seite wie auch bei der Pflege der Webinhalte konnte die zuvor genutzte CMS-Lösung als eigenentwickelte Anwendung nicht länger abbilden. Darüber hinaus sollten die – größtenteils journalistischen – Besucher der Internetseite die Möglichkeit haben, bereits auf der Startseite alle Neuigkeiten und Änderungen sofort zu erkennen sowie komfortabel auf Text- und Bildmaterial zuzugreifen.

- umfassender Relaunch des bestehenden Presseportals
- leichte Handhabbarkeit und unkomplizierte Pflege
- komfortabler Informationszugang für Journalisten
- unterschiedliche Versionen für D/A/CH



DIE CONTENT-MANAGEMENT-SOFTWARE

Den initiierten Anbieter-Pitch auf der Grundlage eines Anforderungsheftes von L'TUR konnte Scholl Communications mit seiner flexiblen, bedienerfreundlichen und skalierbaren CMS-Software Weblication nicht zuletzt aufgrund der GRID-Technologie für sich entscheiden: Als leistungsfähiges Framework ermöglicht sie ein schnelles Prototyping und ebenso eine zügige Implementierung. Außerdem lassen sich darüber zusätzliche Funktionen mit relativ wenig Aufwand zeitnah dazuprogrammieren und die künftigen User innerhalb kurzer Zeit schulen. Weiteres Plus ist das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis. Daneben bietet Weblication eine einfache und unkomplizierte Verwaltung von Webseiten sowie höchste Zukunftssicherheit durch die Nutzung der W3C- und Web-2.0-Standards.

- Lösung Weblication® CMS
- flexible, bedienerfreundliche und skalierbare CMS Entscheidungsprozess
- schnelles Prototyping und kurze Implementierungszeiten
- sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis



- Projektumsetzung innerhalb von nur 6 Wochen
- Redakteurinnen arbeiten bereits nach 1 Tag Schulung selbstständig
- transparentes und komfortables Management
- vollautomatische Festlegung von Erscheinungsdatum
- Möglichkeit der selbstständigen Erweiterung von Kategorien

- übersichtlicher Aufbau
- aktuelle Texte auf einen Blick – ältere Texte im Archiv
- semantische Verknüpfung von Text und Bild
- Bilderpool mit druckfertigen Bildern



DIE PROJEKTUMSETZUNG

Innerhalb von nur sechs Wochen hat das Team von Scholl Communications nach den Designvorgaben der Werbeagentur von L'TUR das Projekt umgesetzt. Auch die Schulung der Redakteurinnen während eines Workshops gestaltete sich unkompliziert: Nach nur einem Tag praxisnaher Anleitung konnten die künftigen User schon eigenständig mit dem System arbeiten und beispielsweise Teile der zuvor bestehenden Seite auf die neue Seite migrieren. Die besondere Herausforderung im Projekt lag in der Verknüpfung der lokalen Varianten für Deutschland, Österreich und die Schweiz, um die Presseartikel spezifisch veröffentlichen zu können. So gibt es exklusive Presseartikel für die österreichische, schweizerische oder deutsche Seite, aber auch solche Texte, die nur auf zwei der Landesseiten veröffentlicht werden – komplexe Vorgänge, die die verantwortlichen Redakteurinnen einfach, transparent und komfortabel mithilfe von Weblication managen können. Gleichzeitig ermöglichen es verschiedene Optionen, die Wertigkeit der Artikel zu wählen, ob sie beispielsweise als Top-Aufmacher direkt auf der Startseite oder als „normale“ Mitteilung auftauchen, und ihr Erscheinungsdatum vorab vollautomatisiert festzulegen. Ist ein Artikel auf der Startseite nicht mehr aufzufinden, kann der Webseiten-Besucher in die Gesamtübersicht wechseln, die nach verschiedenen Themen – Reisewelten, unternehmensabhängige Meldungen usw. – und auch Jahren kategorisiert ist. Diese Kategorien wiederum können die Redakteurinnen bei Bedarf ebenfalls selbstständig erweitern und bearbeiten.

DAS ERGEBNIS

Heute bietet sich den Besuchern der Webseite ein übersichtlicher Aufbau mit einer Gesamtübersicht aller Artikel, die nach verschiedenen Themen kategorisiert sind und auch den Zugriff auf ältere Texte erlauben. Sie profitieren dabei von der semantischen Verknüpfung: Alle Presseartikel sind mit den passenden Bilddateien verlinkt und Metadaten etwa zu Beschreibung, Verschlagwortung sowie Bildgröße hinterlegt, so dass ein komfortabler Download möglich wird. Den Hintergrund hierfür bildet ein mit umfangreichen Informationen ausgestatteter Bilderpool, über den Journalisten komplett druckfertige Bilder erhalten, die sie sofort im Rahmen der Veröffentlichung eines Artikels verwenden können. Besonderes Plus: Jedem Bild sind alle Presstexte zugeordnet, die Bezug darauf nehmen, so dass sich die Recherche für die Redakteure stark vereinfacht.

„Die Arbeit mit Weblication gestaltet sich so einfach und komfortabel, dass wir das komplette Handling der Prozesse zeitnah managen können. Wir sind so in der Lage, das Presseportal stets aktuell zu halten und die Besucher kontinuierlich mit neuesten Informationen und einem äußerst bedienerfreundlichen Bildarchiv zu versorgen – absolut empfehlenswert!“

Tanja Dauth, Leitung PR bei L'TUR

DAS PROJEKT IM ÜBERBLICK

Kunde	L'TUR
Projekt	Relaunch des Presseportals www.ltur-presse.de
Anzahl Redakteure	3
Eingesetzte Software	Weblication® CMS mit GRID-Technologie
Implementierungsaufwand	6 Wochen
Weiterer Ausbau	Erstellung französischsprachige Seite

SCHOLL COMMUNICATIONS AG
ELSÄSSER STR. 74
77694 KEHL
DEUTSCHLAND

TEL: 0 78 51 / 89 99 99 - 0
FAX: 0 78 51 / 89 99 99 - 99
EMAIL: INFO@SCHOLL.DE

WWW.SCHOLL.DE
WWW.WEBLICATION.DE