

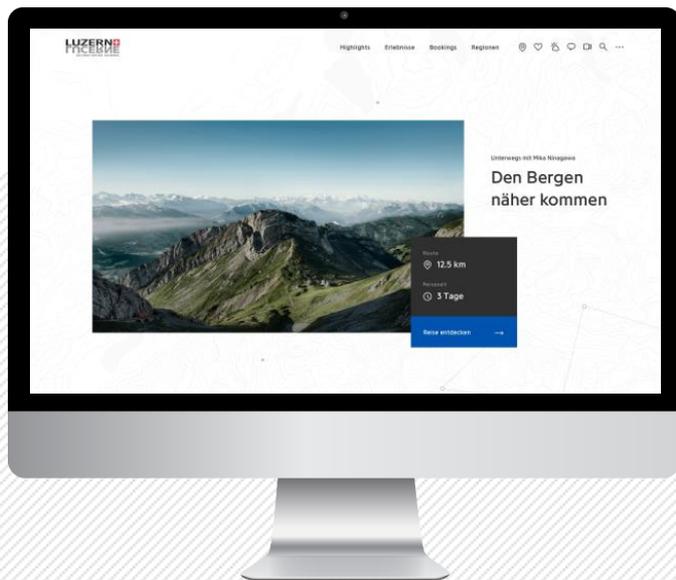
ONLINE-GÄSTEPORTAL

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.



- Nachfolgelösung für Webkooperation mit Schweiz
Tourismus
- Neue Ausrichtung der Marktbearbeitung – von der
Breitenansprache hin zu einem konsequenten Erlebnis-
marketing und einer präziseren Zielgruppenansprache
- Premium-Qualitätsstrategie
- Zusammenarbeit in der Region soll auch im Online-
Bereich intensiviert werden

- Buchbarkeit der Angebote
- Grössere Handlungsmöglichkeit der Partner
- Reduzierung der Kosten



www.luzern.com

Die Website verbindet alle Destinationen der Region Luzern-Vierwaldstättersee zu einem Gesamterlebnis.



Premium-
Qualitätsstrategie



Bündelung der Erlebnisse
der ganzen Region



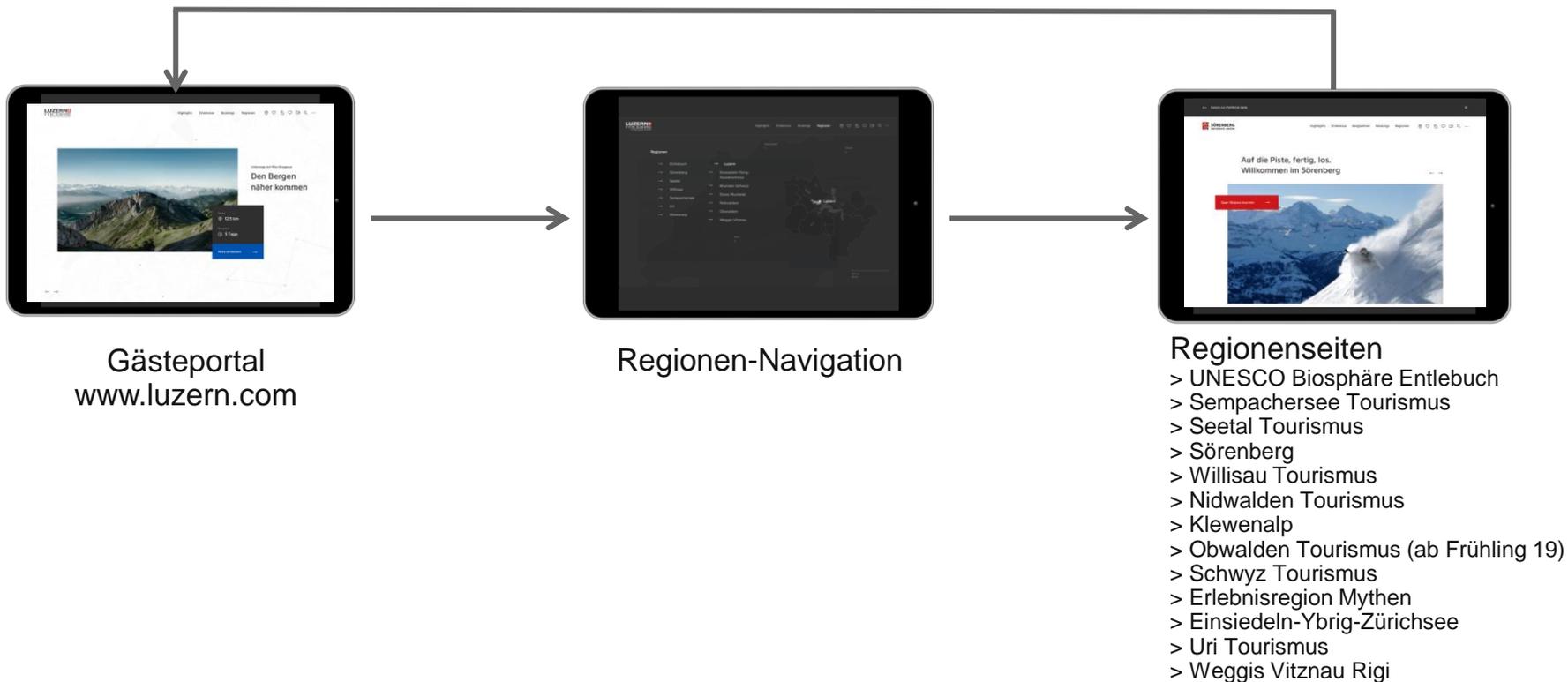
Buchbarkeit der
Angebote



Geschichten erzählen
und inspirieren

ONLINE-GÄSTEPORTAL

Das Konstrukt.



Kosten Online-Gästportal inkl. Online-Shop:
rund CHF 1.1 Mio.

- Anteil LTAG: 600'000.–
- Anteil NRP: 350'000.–
- Anteil Partner: 130'000.–

Start (Oktober 2016)

- Workshops mit allen Regionen mit Bedürfnisanalyse, Inhaltsanalyse und Festlegen grober Seitenarchitektur

Design (Dezember/Januar 2017)

- Agentur-Pitch mit vier Agenturen aus der ganzen Schweiz
- Hinderling Volkart den Zuschlag erteilt

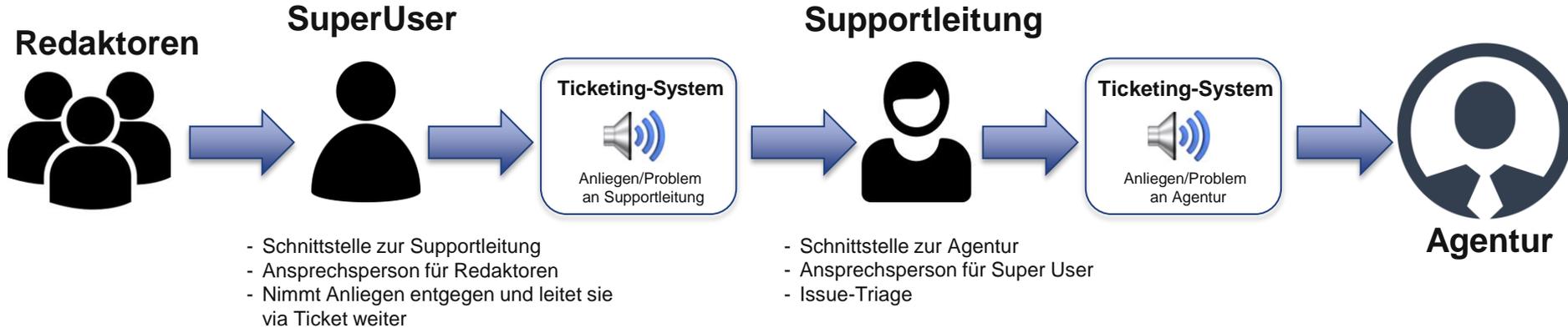
Technische Umsetzung

- Öffentliche Ausschreibung im offenen Verfahren (Dezember 2017)
- 16 Bewerbungen
- Zuschlag an CS2 AG in Sissach erteilt (März 2017)
- Technische Spezifikationen von Mai 2017 bis August 2018

Übergabe CMS an Partner

- Kick-off Schulung (April 2018)
- Inhalt abfüllen (April bis September 2018)

Go-Live am 16. Oktober 2018



Dynamische IT-Projekte versus starrer NRP-
Budgetierung

PERSONELLE HERAUSFORDERUNGEN

Anzahl Ansprechpersonen

>> **Definition eines Super Users**

Know-how der Beteiligten

>> **Schulungen, SEO- & Schreibkurs, Digital Academy**

Personelle Ressourcen

>> **Unterstützung durch gesamtes LTAG-Team**

TECHNISCHE HERAUSFORDERUNGEN

- # Schnittstellen (Guidle, Outdooractive, STNet, Webcams, MeteoBlue etc.)
- # Open Booking als Meta Search für Unterkünfte
- # Online-Shop

INHALTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

- # Content seitens Partner nicht bereit
- # Suchmaschinenoptimierung
- # Schlechtes Bild- und Videomaterial
- # Mangel an Know-how

ERSTES FAZIT

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.



-53.22 % an Besuchern im Vergleich zum Vorjahr

Hauptgrund: Indexierung Suchmaschinen noch nicht abgeschlossen

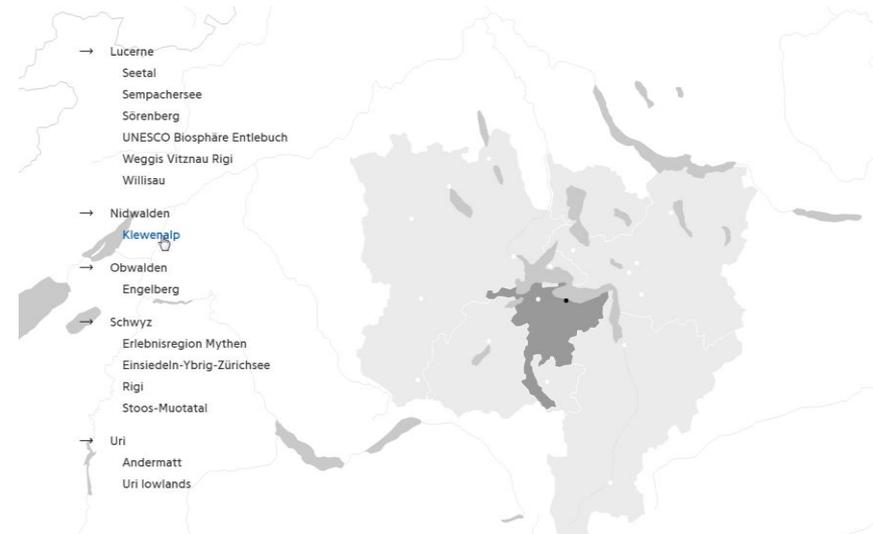
Organic Search	
01.11.2018 - 18.11.2018	16.028 (55,50 %)
01.11.2017 - 18.11.2017	46.870 (78,70 %)

+15.65% Zuwachs an Besuchern via Verweise von Partner-Websites

Bessere Vernetzung der URL's innerhalb des neuen Webauftritts

Referral

01.11.2018 - 18.11.2018	3.230 (11,18 %)
01.11.2017 - 18.11.2017	2.793 (4,69 %)



+128.03% Zuwachs an Besuchern via Sozialer Kanäle

Gezieltere Nutzung Soziale Kanäle für mehr Traffic aufs Gästeportal

Social	
01.11.2018 - 18.11.2018	545 (1,89 %)
01.11.2017 - 18.11.2017	239 (0,40 %)

Im Vergleich zur gleichen Periode 2017

- Längere durchschnittliche Sitzungsdauer um 9.45% (relevantere Inhalte)
- Leicht verbesserte Absprungrate um 0.14%
- Weniger Seiten pro Sitzung um 13.16% (zielgenauere Benutzerführung)

Verhalten		
Absprungrate ?	Seiten/Sitzung ?	Durchschnittl. Sitzungsdauer ?
0,14 %  55,93 % vs. 56,00 %	13,16 %  2,47 vs. 2,85	9,45 %  00:02:19 vs. 00:02:07

- Veranstaltungskalender
- Sehenswürdigkeiten
- Wellness / Spa
- Webcams
- Essen & Trinken
- Führungen & Ausflüge
- Weihnachten in Luzern
- Gästekarte
- Shoppingführer
- Wandern

Gerätekatgorie	Nutzer	Nutzer
	10.478 % des Gesamtwerts: 100,00 % (10.478)	10.478 % des Gesamtwerts: 100,00 % (10.478)
1.  desktop	5.371	51,35 %
2.  mobile	4.099	39,19 %
3.  tablet	990	9,46 %

FRAGEN?

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

