

Neue Corporate-Website für UHU

12.11.2009, 14:15 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Netzbewegung GmbH*



Moderner, klarer, übersichtlicher – so präsentiert sich die weltberühmte Klebstoffmarke nach dem Relaunch durch die Netzbewegung im Internet.

Hinter der Traditionsmarke UHU verbirgt sich viel mehr als der berühmte „UHU DER ALLESKLEBER“. Heute bietet UHU eine Vielzahl von Produkten für die unterschiedlichsten Klebeanwendungen und Zielgruppen an.

„Oberste Priorität beim Relaunch der Website hatte daher eine optimierte Zielgruppenführung zu den jeweils relevanten Interessenbereichen, so Hans-Jürgen Schmeitz, Bereichsdirektor Unternehmenskommunikation / Marketingservices. „Sowohl Erzieherinnen im Kindergarten als auch Heimwerker zuhause sollen so direkt wie möglich zu dem entsprechenden Themenumfeld und dem von ihnen benötigten Sortiment geleitet werden.“ Diese Aufgabe wurde durch große, zielgruppenspezifische Headermotive gelöst, die jede einzelne Zielgruppe bereits auf der Startseite abholen und in die entsprechenden Sub-Bereiche der Website bringen.

Beim Re-Design der Seite wurde auch auf einen userfreundlichen Einsatz der Markenfarbe hoher Wert gelegt. Das kontrastreiche Gelb erscheint im neuen Layout weitaus dezenter als in der Vergangenheit – als Schmuckfarbe rahmt es die klar und übersichtlich gestalteten Screens ein.

Inhaltlich hat sich beim Relaunch ebenfalls einiges getan: So wurden vor allem die Beratungsservices des Klebstoff-Experten weiter ausgebaut. Neben einem komplett überarbeiteten „interaktiven Klebeberater“ werden künftig auch verstärkt Produktvideos zum Einsatz kommen, die teilweise aus der POS-Kommunikation stammen.

In weiteren Ausbaustufen wird die Unternehmens-Website in Englisch angeboten. Darüber hinaus dient die deutschsprachige Version als Vorlage für die diversen Country-Sites, die nach und nach folgen werden. Diese werden sich inhaltlich und gestalterisch an der deutschen Seite orientieren, aber landesspezifische Besonderheiten in den Sortimenten und der Kommunikation widerspiegeln. Diese Multiplikation wird durch die Netzbewegung unterstützt.

Da die neue UHU-Website von der Netzbewegung auf Basis des Open Source-Content Management Systems „Typo3“ realisiert wurde, ist die unkomplizierte Adaption und in der Folge die einfache Pflege der Inhalte durch UHU gegeben.

Netzbewegung betreut UHU seit 2008, nachdem sie sich im Pitch gegen mehrere Mitbewerber durchsetzen konnte.

Zur Webseite von UHU: <http://www.uhu.com>

Portrait

Netzbewegung – Agentur für interaktive Markenerlebniswelten:

Die Internet-Agentur Netzbewegung entwickelt interaktive Anwendungen und Markenerlebnisse, die durch kreative Ideen, hochwertiges Design und zukunftsweisende technische Lösungen begeistern. Sie konnte mit UHU das Markenportfolio weiter ausbauen und betreut inzwischen viele bekannte Marken wie Capri-Sonne, Actimel, Haribo (international), Maoam, FruchtZwerge, Perwoll, Weißer Riese, Babybel, Kiri, Sun Rice, Gubor, Bruder, Femibion, Nasivin, Micky Maus Magazin und Was ist Was.

Das Leistungsportfolio der Agentur umfasst u. a. die Realisierung von interaktiven Marken-Erlebniswelten, Corporate-Websites, Online-Promotions, Online-Games, Communities, E-Shops, Online-Kampagnen, Multimediapräsentationen und Content Management Lösungen.

Die im Jahr 2000 gegründete Agentur beschäftigt heute 32 feste Mitarbeiter und steht im Newmedia Service Ranking bereits auf Platz 100. Für den 9-jährigen Erfolg verantwortlich zeichnen neben Firmengründer Alwin Roppert (Inhaber & Geschäftsführer) vor allem Dietmar Bottler (Geschäftsführer & Leitung Konzeption/Text), Uwe Raabe (Leitung Technik & Programmierung) und Robert Mikuljan (Leitung Art & Design).

News-ID: 370204 • Views: 1147 (Stand: 07.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/370204/Neue-Corporate-Website-fuer-UHU.html>