

Veyhl

Interview mit MAGMA Brand Design

MAGMA Brand Design launchte kürzlich den Web-Auftritt des Büromöbelkomponenten Herstellers Veyhl. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet und stellt vorwiegend Metallkomponenten für den Wohn- und Büromöbelbereich her. Die Produktpalette reicht von einfachen Beschlägen bis hin zu kompletten Untergestellen für höhenverstellbare Tische. Neben der Möbelbranche zählen auch andere Geschäftsfelder wie Ladenbau, Maschinenbau oder die Automobilzulieferindustrie zum Kundenkreis. Und genau das spiegelt nun auch der neue Internetauftritt wieder, der durch Reduziertheit und Homogenität brilliert, eben genau so wie die Produkte, die Veyhl produziert.



Können Sie uns die Marke Veyhl, die sicher nur in Fachkreisen bekannt ist, etwas näher vorstellen?

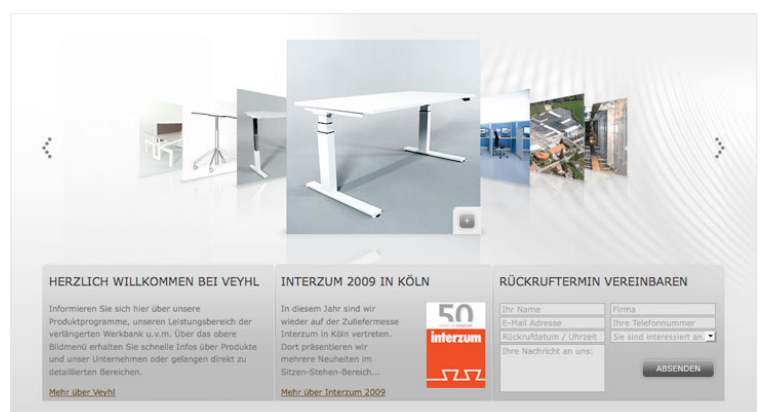
Veyhl ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz im Schwarzwald, das in höchster Qualität Komponenten, Baugruppen und komplexe Systeme für die internationale Büromöbelindustrie entwickelt und produziert. Die Entwicklung und Konstruktion sowie die modernen Fertigungslinien von Veyhl stehen auch als verlängerte Werkbank für Lösungen in der Metallbe- und -verarbeitung zur Verfügung.

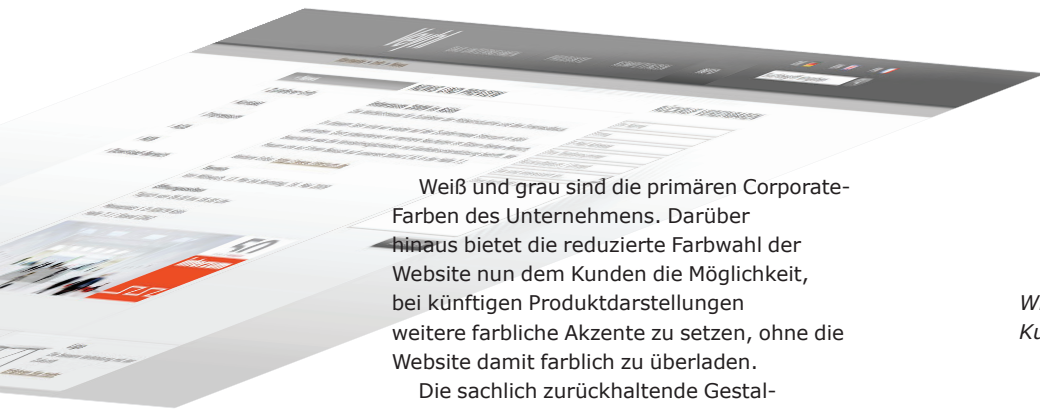
Warum war ein Relaunch notwendig? Was war – im Vergleich zur alten Web-Präsenz – verbesserungswürdig?

Die alte Website entsprach sowohl gestalterisch als auch technisch nicht dem, was das Unternehmen tatsächlich leistet und an Qualität zu bieten hat. Die Anwendbarkeit der alten Seite war unpraktisch. Darüber hinaus musste sie um einige Funktionalitäten, vor allem im Bereich der Produktdarstellungen, erweitert werden.

Die Website ist in ihrer Farbwahl mit verschiedenen Grautönen sehr reduziert gehalten. Sind das die Corporate Colors von Veyhl oder gab es einen anderen Grund dafür?

Jede Tätigkeit des Unternehmens hat mit Metall zu tun. Die Farbwahl spiegelt dieses wider. Zudem steht sie für Sachlichkeit, Genauigkeit und Intelligenz.





Weiß und grau sind die primären Corporate-Farben des Unternehmens. Darüber hinaus bietet die reduzierte Farbwahl der Website nun dem Kunden die Möglichkeit, bei künftigen Produktdarstellungen weitere farbliche Akzente zu setzen, ohne die Website damit farblich zu überladen.

Die sachlich zurückhaltende Gestaltung der Website kommt auch dem Anspruch des Unternehmens nach, eine Informationsplattform für Stamm- und auch potentiellen Kunden zu bieten, welche die Kernkompetenzen am besten transportieren kann. Die Herausforderung bestand auch darin eine Website zu gestalten, die nicht suggeriert, die Produkte seien 1:1 direkt zu beziehen, sondern dass Veyhl für die Büromöbelindustrie einen Zulieferer darstellt und lediglich Lösungen anbietet, welche den technischen Anforderungen der Kunden gerecht werden.

Können Sie das Navigationskonzept etwas näher vorstellen? Wie arbeiten Sie mit nur vier Hauptnavigationspunkten? Unter Produkten ist es beispielsweise schon vor dem Klick auf den Produktnamen möglich, das Produkt auf einem Foto zu betrachten, was den Nutzer schon vor dem Eintauschen in die Website über das Produkt informiert. Woher kam diese Idee und wie wird sie angenommen?

Nach genauer Prüfung konnte ein großer Teil der Navigationsstruktur von der alten Seite übernommen werden. Sie wurde in der Logik vereinfacht und in Teilbereichen neu strukturiert. Wichtige und bereits erlernte Navigationspunkte wurden beibehalten. Relevant für den Kunden und uns war, dass jeder Navigationspunkt von jeder Seite aus erreichbar sein soll. Die Idee, schon im Drop-down mit Produktbildern zu arbeiten, entstand zunächst, weil wir selbst Schwierigkeiten hatten, die Produktbezeichnungen dem richtigen Produkt zuzuordnen. Somit wird dem Anwender der Einstieg zum gesuchten Produkt wesentlich erleichtert und er erhält schon auf der ersten Hierarchie-Ebene einen Einblick

in alle Produkte. Technisch war die Umsetzung der Navigation durchaus eine Herausforderung, da auf der Startseite darunter noch eine Flash-Anwendung liegt.

Wie kam es zur Zusammenarbeit mit dem Kunden und wie lief diese ab?

Die Zusammenarbeit kam über eine persönliche Empfehlung zustande und wurde vom firmeneigenen Designer initiiert und während der Entwicklung unterstützt.

Wie ist die generelle Rückmeldung zur Website, zum Beispiel durch Kunden von Veyhl?

Kunden von Veyhl schätzen die Aufgeräumtheit und Übersichtlichkeit der Website, dass einfach vor und zurück navigiert werden kann und dass alle Produkte leicht einsehbar sind. Der neue Bereich »Kompetenzen« wird besonders gut wahrgenommen, weil genau erklärt wird, was Veyhl leistet. Auch der neu angelegte Bereich für den Einkauf verbessert das Zusammenspiel potentieller Zulieferer und Unternehmen, da sich Interessenten vorab genau informieren können, welche Einkaufsphilosophie und welche Teile benötigt werden. Bisher ging das nur über persönlichen Kontakt, jetzt bietet die Website alle wichtigen Tools für diese potentiellen Zulieferer.

Interview: Nadine Roßa
Satz: Christoph Knoth

