

# Fallbeispiel

## MEHRWERT DURCH TIEFGANG

Der Internetauftritt der Stihl Gruppe bietet seit über 10 Jahren weit mehr als Informationen über Unternehmen und Produkte

// Webseiten gibt es viele und ein normaler Nutzer ruft die Seite eines Unternehmens höchstens dann auf, wenn er sich konkret über Produkte, das Unternehmen oder Jobangebote informieren möchte. Doch das war der Stihl Gruppe zu wenig. Sie hatte schon Mitte der 90er Jahre die Vision von einer 'Content-Mehrwertstrategie', durch die auch breitere Zielgruppen auf die Unternehmensseite gelockt werden sollten, um Image und Markenbekanntheit weiter auszubauen. Mit stoll & fischbach eBusiness aus Herrenberg fand Stihl einen leistungsfähigen und kreativen Partner für diese Aufgabe.

Die Stihl Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorenbetriebene Geräte für die Forstwirtschaft, Garten- und Landschaftspflege sowie die Bauwirtschaft. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebundenen Fachhandel vertrieben – mit 32 eigenen Vertriebsgesellschaften, mehr als 120 Importeuren und rund 35.000 Fachhändlern in über 160 Ländern. Stihl ist seit 1971 die meistverkaufte Motorsägenmarke weltweit. Das Vertriebsprogramm umfasst auch die Produkte des österreichischen Tochterunternehmens Viking mit Rasenmähern,

Rasentraktoren, Garten-Häckslern sowie Motorhacken. Stihl ist damit eines der führenden Unternehmen der Gartengeräte-Branche.

### // Content-Mehrwertstrategie

Bereits seit über 10 Jahren arbeitet die Online-Agentur SF eBusiness in den Bereichen Internet, Extranet, Intranet, Content Management Systeme, Online-Marketing und Mobile Business mit Stihl zusammen. Momentan sind über 31 Stihl Niederlassungen mit eigenen Websites weltweit online vertreten.

Schon zu Beginn der Zusammenarbeit entstand die Idee, zusätzlich über eine 'Content-Mehrwertstrategie' neben den vielfältigen Produkt- und Unternehmensinformationen weitere interessante Inhalte für die Zielgruppen von Stihl anzubieten, um somit die Attraktivität der Internetanwendungen noch weiter zu erhöhen und den Besuchern einen Anreiz für den regelmäßigen Besuch der Stihl Website zu bieten.

Um dieses Konzept mit Inhalten zu füllen, entschied sich Bernd Schneider, Abteilungsreferent Marketing/E-Business bei Stihl, seine



### INDUSTRIE

BERND SCHNEIDER // ABTEILUNGSREFERENT MARKETING / E-BUSINESS  
ANDREAS STIHL AG & CO. KG  
BADSTRASSE 115 // 71336 WAIBLINGEN  
WWW.STIHL.DE

„Ein ausschlaggebendes Kriterium dafür, warum wir gerne mit SF eBusiness zusammenarbeiten, ist neben der hohen Fachkompetenz der Mitarbeiter auch deren Augenmaß dafür, was jeweils sinnvoll und machbar ist.“

Idee eines Online-Baumlexikons auf die Stihl Website zu bringen. Folgende Themenblöcke wurden bisher eingerichtet und werden kontinuierlich weiter ausgebaut: als zentraler Bestandteil ein Baum- und Gehölzlexikon, kombiniert mit einem Lexikon über Baumkrankheiten und einem interaktiven Pflanzberater, eine Rubrik für Holz & Garten und ein dritter Bereich zum Thema Arbeitstechnik.

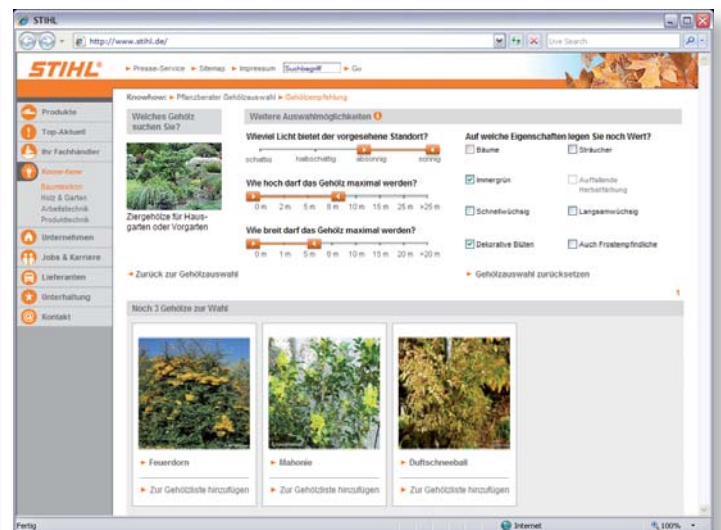
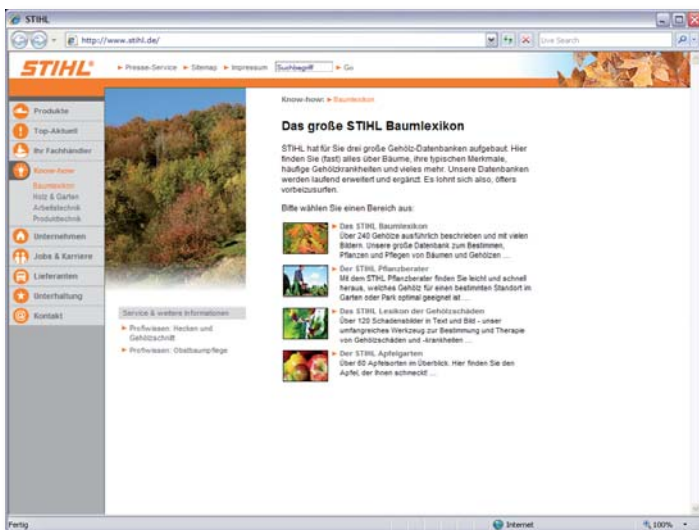
SF eBusiness ist im Rahmen der gesamten Stihl Internetaktivitäten zuständig für:

- Die gemeinsame Konzeption der Webseiten,
- die Recherche und Aufbereitung der Inhalte gemeinsam mit Spezialisten,
- die Entwicklung des Designs,

- die Entwicklung des technischen Konzepts,
- die Programmierung der Anwendung,
- das umfangreiche Testing,
- die Liveschaltung
- und den Betrieb sowie das Hosting der Anwendung.

// BILD UNTEN LINKS: DIE EINSTIEGSSEITE DES BAUMLEXIKONS AUF DER WEBSITE VON STIHL UNTER WWW.STIHL.DE.

// BILD UNTEN: IM PFLANZBERATER KÖNNEN DURCH DIE KOMBINATION VERSCHIEDENER PARAMETER FÜR JEDEN STANDORT GEEIGNETE GEHÖLZE GEFUNDEN WERDEN.



## KOMMUNIKATION

BERNHARD ROTHER // MANAGEMENT PARTNER  
 SF EBUSINESS GMBH  
 KALKOFENSTRASSE 51 // 71083 HERRENBERG  
 FON 0049 (0)7032 932-0 // FAX 0049 (0)7032 932-199  
 E-MAIL: BERNHARD.ROTHER@STOLL-FISCHBACH.COM // WWW.SFEBUSINESS.COM

„Wir arbeiten nun schon seit über 10 Jahren mit Stihl zusammen. Die Zusammenarbeit beruht seit der Erstellung der ersten Website auf einem engen partnerschaftlichen und vertrauensvollen Verhältnis. Stihl sah in uns von Anfang an einen Partner und nicht nur die reine Dienstleistungsagentur, was sich auf die tägliche Zusammenarbeit sehr positiv auswirkt.“

Begleitend führt SF eBusiness auch regelmäßige Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung durch, damit die umfangreichen Inhalte der Stihl Website auch dementsprechend gut im Internet gefunden und gelistet werden.

### // Wichtig: Detaillierte Informationen

Wichtig war es, bei den unterschiedlichen Themen sehr detaillierte und gut recherchierte Informationen anzubieten, die für alle User gleichermaßen nützlich sind, vom Freizeitgärtner bis zum Forstprofi, der einen hohen Informationsanspruch hat. Stihl bringt zu all diesen Bereichen sein umfangreiches Fachwissen ein und zieht in Einzelfällen, beispielsweise für das Bildmaterial, zusätzliche Partner wie Universitäten, Stadtgärtnereien oder auch professionelle Obstbauern heran. Mittlerweile zählt das Baumlexikon zu den meistbesuchten Kapiteln auf den Stihl Webseiten. Aufgrund der guten Erfahrungen und der sehr positiven Resonanz der Nutzer, darunter vor allem Gartenbesitzer, Landschaftsgärtner und kommunale Betriebe, werden die Module ständig weiterentwickelt. „Wir hören mittlerweile selbst von Schulen, dass Lehrer, die im Bio-Unterricht das Thema Bäume behandeln, ihren Schülern das Stihl Baumlexikon konkret zur Recherche empfehlen“, freut sich Bernd Schneider.

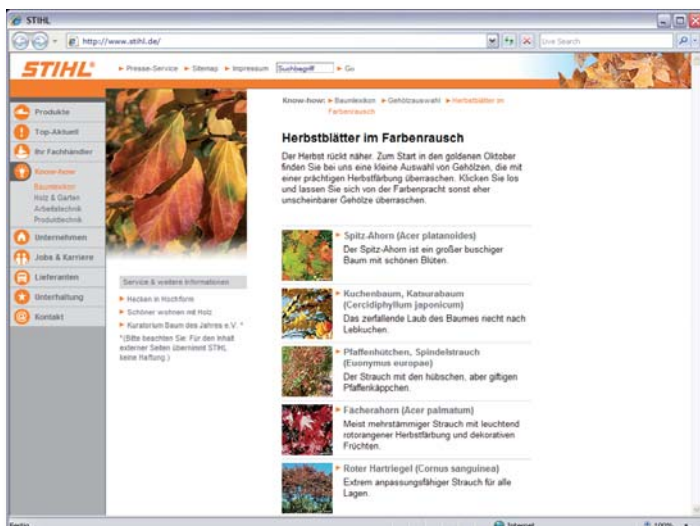
Ein Grund für die Beliebtheit des Onlinelexikons liegt auch darin, dass die Datenbank eine komfortable Suchfunktion besitzt und die einzelnen Bestandteile wie das Baumlexikon, der Pflanzberater oder das Lexikon für Gehölzschäden interaktiv miteinander verknüpft sind und sich somit schnelle und breite Informationen zum gesuchten

Thema zusammenstellen lassen. „Um das zu ermöglichen, war eine sehr komplexe Programmierung nötig. Aber der Aufwand hat sich gelohnt, wenn man sieht, was für detaillierte Verknüpfungen der verschiedensten Suchparameter nun möglich sind. Dadurch und durch die intuitive Menüführung erreichen wir einen sehr hohen Nutzwert für die Besucher der Stihl Webseiten“, freut sich Bernhard Rother, Berater und Projektleiter bei SF eBusiness.

Statistische Auswertungen, die SF eBusiness ebenfalls regelmäßig für Stihl vornimmt, zeigen eindeutig, dass sehr viele User über diese Angebote auf das Stihl Webangebot gelangen. „Dies hängt natürlich auch damit zusammen, dass aufgrund des umfangreichen Inhaltes die Seiten in den Ergebnissen der großen Suchmaschinen sehr gut gelistet werden“, bemerkt Bernhard Rother. Zusätzlich weist Stihl regelmäßig über unterschiedliche PR Maßnahmen wie Kundenmagazine, Presseveröffentlichungen oder Newsletter auf diese Online-Inhalte hin.

### // Steigerung von Image und Bekanntheit

Heute verfügen die Stihl Webseiten über vielfältige Mehrwertangebote und viele Vertriebsgesellschaften von Stihl weltweit haben bereits die Module in der jeweiligen Landessprache auf ihre Websites übernommen. Durch diese Maßnahmen entwickeln sich die Websites immer mehr zu Portalen mit interessanten und sehr tiefgehenden Informationen zum Thema Forst- und Landwirtschaft sowie Garten- und Landschaftspflege. Dadurch steigt das Image der Marke Stihl und das Branding wird weit über die Zielgruppe der Bestandskunden hinaus transportiert. Bernd Schneider: „Verglichen mit den Online-Angeboten unserer direkten Wettbewerber ist Stihl hier Vorreiter und sicherlich der Anbieter, der in diesen Bereichen die umfangreichsten und interessantesten Informationen anbietet. Diese Führungsrolle werden wir pflegen und in Zukunft noch weiter ausbauen, beispielsweise mit einem Pflanzenbestimmungsberater oder auch speziellen Anwendungen für mobile Endgeräte, die es jedem Interessierten erlauben, draußen in der Natur mit unserer Datenbank zu kommunizieren. Dies alles konnten wir jedoch nur mit einem leistungsfähigen Partner realisieren und wir freuen uns auf viele weitere gemeinsame Ideen.“ (ro)



// DIESES BILD ZEIGT EINE SPEZIELLE SEITE ZUM THEMA HERBSTBLÄTTER IM BAUMLEXIKON.