

07.04.2017 - 07:06 Uhr

Ticketfrog.ch ist der «Master of Swiss Web 2017»



Zürich (ots) -

Zum 17. Mal wurden in Zürich die 'Best of Swiss Web Awards' verliehen. Im mit rund 800 Gästen total ausverkauften Kongresshaus in Zürich wurden in elf Fachkategorien die besten Digitalprojekte und der 'Master of Swiss Web 2017' gekürt. Diesen Titel als bestes Webprojekt des Jahres gewann «Ticketfrog.ch». Der Ehrenpreis wurde dieses Jahr den zwei Gründern von doodle.com, Michael Näf und Paul E. Sevinç, verliehen. Der zum dritten Mal vergebene Unternehmenspreis 'Swiss Digital Transformation Award' wurde dieses Jahr in zwei Kategorien vergeben. Swisstopo, vom Bundesamt für Landestopografie, holte die höchste Auszeichnung in der Kategorie «Kleine und mittlere Organisationen». In der Kategorie «Grossunternehmen» sicherte sich die Sunrise Communications AG die Goldmedaille.

Der Online-Dienst «Ticketfrog» gewinnt den Titel "Master of Swiss Web 2017" und ist somit der verdiente Gesamtsieger der 17. Best of Swiss Web Award Night. Die von Ticketfrog beauftragten und von der Mysign AG umgesetzte Entwicklung überzeugte sowohl viele der insgesamt 110 Fachjury-Mitglieder, wie auch die Leser des Netztickers und dazu noch das Publikum der gestrigen Award-Night. Neben dem Master gewann Ticketfrog.ch auch Gold in der Kategorie Innovation.

//Ticketfrog.ch

Ticket Frog ist eine neue, innovative Lösung im Web. Die Finanzierung der komplexen Ticket-Plattform erfolgt allein über Werbung (Coupons) und nicht über Gebühren für den Eventveranstalter oder den Ticket-Käufer. Die gesamte Abwicklung ist dabei auffallend unkompliziert: Vom Planen eines Events, inklusive der Erstellung eines Saal-Plans, über das Publizieren und Verkaufen von Ticketangeboten, dem Erstellen von Statistiken, der Zahlungsabwicklung, bis hin zur Einlasskontrolle per QR Code Scanning in einer speziellen App: all das geschieht intuitiv und ohne Umwege.

//Elf Gold-Bojen, 24 Silber- und 44 Bronze-Auszeichnungen im Zürcher Kongresshaus

Von den insgesamt 389 eingereichten Projekten schafften es 83 auf die Shortlist, woraus schliesslich die 110-köpfige Expertenjury 11 Gold-, 24 Silber- sowie 44 Bronze-Gewinner ermittelten. Alle diese Projekte erhielten an der Award-Night im Zürcher Kongresshaus die entsprechenden Preise sowie die lobende Anerkennung von Laudatoren und den Jurypräsidenten. Die Award Night fand vorerst zum letzten Mal im Kongresshaus statt, da dieses ab dem kommenden Jahr umgebaut wird. Die neue Location wird demnächst kommuniziert. Soviel sei bereits verraten: Die Best of Swiss Web Award Night wird auch weiterhin in Zürich stattfinden.

Gold in der Kategorie Innovation geht an das Projekt, das heute zum Master of Swiss Web erkoren wurde: Der Online-Dienst Ticketfrog.

In der Kategorie Technology gewann Sunrise. Mobile First - Relaunch die Goldmedaille. Der Begriff "Relaunch" der Sunrise Site trifft allerdings, aus Sicht der Jury, den Sachverhalt nicht. Zu überzeugend sei die vollständige Neuauflage der Weblösung. Qualitativ hochstehendes Handwerk, sehr grosser Funktionsumfang, gelungener Technologiemix und beeindruckende Durchgängigkeit über Plattformgrenzen hinweg zeichneten diese Lösung aus.

Freitag - Neo heisst der Goldgewinner in der Kategorie Creation. Die Konzeption der neuen E-Commerce & Content Plattform entspricht den angepassten Prozesse im Betrieb, welche aufgrund von Einzelstücke hohe Anforderungen stellen. Das Projekt ist das Herz der FREITAG Welt und zeigt wie man eine Marke mit Stories und Emotionen zum Leben erweckt, ohne den kommerziellen Aspekt zu verlieren.

Mit der Digitalisierung seines Clubs stärkt Ex Libris sein Kundenbindungsprogramm und gewinnt Gold in der Kategorie Business - und vor allem: neue, zahlende Mitglieder. Diese profitieren von einer vollständig digitalen Verwaltung ihrer Rabatt-Bons via Browser oder App. Die Bons können sowohl in digitalen Warenkörben als auch an den Kassen der Filialen eingelöst werden. Bei automatisierten Cross-Channel-Services ist Ex Libris heute das Mass der Dinge.

Der Website Relaunch der Raiffaisen gewinnt Gold in der Kategorie Marketing: Eine vorbildlich geführte Universalbanken-Site für unterschiedliche Protagonisten mit konsequenten Konversionspfaden. Durch die Breadcrumbs weiss der Benutzer auch immer, wo er sich befindet: von der Usability her top. Auch unter dem Gesichtspunkt crossmediale, digitale Lösung ist der Banken-Auftritt rundum überzeugend gelöst; der Benutzer wird meistens zur einer beratenden Kontaktperson geleitet.

Im immer komplexer werdenden Umfeld des digitalen Marketings, muss bestehendes Wissen mit Innovation vereint werden. Dies ist der Helsana mit ihrer Multistep-Kampagne namens «Gesunder Mix» klar gelungen. Durch die mehrstufige Kampagne, konnten herausragende Konversionsraten erzielt und die Werbeausgaben optimiert werden. Die potentiellen Kunden wurden über einen raffinierten Sales-Funnel immer näher an die Marke und den Abschluss herangeführt und dabei über das eigene Interesse gesteuert. Im Bereich Digital Performance Campaigns - IAB ergibt das Gold.

Gold in der Kategorie Digital Branding Campaigns - IAB: Die "Aktion Dorftelefon" von der Marke Graubünden vermittelt einfach und überraschend die idyllische Ruhe eines Graubündner Bergdorfes. Dass die Dorfgemeinschaft von Tschlin die Aktion persönlich umgesetzt hat, macht den besonderen Charme der Kampagne aus. Per Webcam konnten die Teilnehmer verfolgen mit wem sie telefonieren, das Kampagnenversprechen wurde so schon während des Wettbewerbs bewiesen und erlebt. Das hat nicht nur die Jury überzeugt. 1,5 Millionen Views auf Youtube und ein grosses Medienecho sprechen für sich.

In der Kategorie Usability: Mammot - Neuer weltweiter Webauftritt und B2C-Online-Shop. Schöne Bildwelt, gute Navigation und kluge Möglichkeiten zu Filtern: das zeichnet diese Seite aus. Verschiedene Zugänge zu den Inhalten erlaubt aus unterschiedlichen Blickwinkeln das Angebot zu durchsuchen. Auch wenn in der Kombinatorik nicht ganz alles stimmt, so kann doch schnell ein passendes Produkt gefunden werden.

Mobile Seiten sollen für unterwegs und an die jeweilige Situation eines Nutzers optimiert sein. Die diesjährige Goldmedaillen-Gewinnerin in der Kategorie Mobile Web unterstützt orts- und zeitbezogen auf eindrucksvolle Weise. Es lädt schnell, auch bei langsamer 2G-Verbindung wie sie in den Bergen vorkommt. Die Suche listet jeweils viele Resultate der riesigen Datenbank auf, kann aber in Zukunft sicher noch prägnanter werden.

Der Relaunch von Bike-to-Work ist auf verschiedensten Geräten einfach zu benutzen und ideal kombinierbar mit der App. Durch Gamification-Elemente werden die NutzerInnen noch intensiver dazu angespornt, Kilometer zu radeln. Die Kampagne unterstützt Unternehmen auf spielerische Weise darin, Gesundheit, nachhaltiges Mobilitätsverhalten und Teamgeist ihrer Mitarbeitenden zu fördern. Das gibt Gold in Kategorie Public Affairs.

Destinations-Werbung ist eine schwierige Disziplin. Wie schafft man es, dass sich User freiwillig mit bestimmten Orten und Sehenswürdigkeiten beschäftigen? Gold in der Kategorie Video geht an Pokémon Go - THE REVENGE. Den Machern ist es gelungen, der Welt ein cooles, frische Basel jenseits aller Klischees zu zeigen. Und dazu auch

noch gleich die schönsten Orte der Stadt Rhein.

//Ehrenpreis 2017 für die Gründer von doodle.com - Dr. Markus Oswald hielt Laudatio

Das Ehrenpreis-Komitee von 'Best of Swiss Web' vergibt den diesjährigen Ehrenpreis an Michael Näf und Dr. Paul E. Sevinç, den zwei Gründern von doodle.com. Mit der Gründung, der Weiterentwicklung und dem organisatorischen Ausbau des weltweit genutzten Terminfindungsinstruments Doodle haben sie einen unternehmerischen Meilenstein in der Schweiz gesetzt - einen, den man weltweit kennt. Die Laudatio hält Dr. Markus Oswald, Geschäftsführer Innovationsstiftung der Schwyzer Kantonalbank - und vor allem der erste Unterstützer und Investor sowie langjähriger Verwaltungsrat bei Doodle.

//Zwei Mal Swiss Digital Transformation Award: Die Gewinner sind Swisstopo und die Sunrise Communication AG

Mit dem «Swiss Digital Transformation Award» wurden gestern - innerhalb der Award-Night von «Best of Swiss Web» - zum dritten Mal jene Unternehmen ausgezeichnet, die in den vergangenen Monaten besondere Fortschritte in der digitalen Reife gemacht haben. Zum ersten Mal wurden hierbei zwei Kategorien unterschieden und prämiert: Die Kategorie «kleine und mittlere Organisationen» und die Kategorie «Grossbetriebe». Zehn von rund 400 Unternehmen reichte es dann auf die Shortlist, wovon zwei den Siegerpreis in ihrer jeweiligen Kategorie erhielten:

Gold in der Kategorie «Kleine und mittlere Organisationen»: Swisstopo, Bunderamt für Landestopografie - Auf einer professionellen strategischen Grundlage hat das Bundesamt für Landestopografie mit klarer Zielorientierung die digitale Maturität der Organisation «Digital» konsequent auf- und ausgebaut.

Gold in der Kategorie «Grossunternehmen»: Sunrise Communications AG: Sunrise geht die Herausforderung der Digitalisierung sehr breit und konsequent an. Die verschiedenen Ebenen Vision, Strategie und handlungsorientierte Roadmaps sind sehr gut aufeinander abgestimmt.

Basis für die Ermittlung der Gewinner waren zum einen die Selbstdекlaration der insgesamt rund 400 teilnehmenden Unternehmen am «Digital Maturity Check», dem von der Uni St. Gallen und einer Expertengruppe entwickelten Reifegradmodell; andererseits die mehrstufige vertiefte Analyse einer Experten-Jury.

Die Gesamtliste aller Gold-, Silber- und Bronze-Gewinner findet sich auf unserer Website: <http://bosw.ch/de/hall-of-fame/bestever/>

(Hinweise an die Redaktion)

Hochauflösende Fotos von der Award Night 2017 stehen Ihnen ab dem 7. April 2017, 9:00 Uhr unter folgendem Link zum Download und Druck zur Verfügung: <https://www.flickr.com/gp/20696196@N08/KKKi18>

Kontakt:

Best of Swiss Web GmbH
www.bestofswissweb.ch

Martin J. Matt, mjm.cc AG
Email presse@bestofswissweb.ch
Telefon +41 61 312 45 81

Medieninhalte



Master of Swiss Web 2017: Ticketfrog / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100056998 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Best of Swiss Web/Eduard Meltzer"