

AM | START

DAS NEW MEDIA MAGAZIN DER CS2 AG



#28 2022
SOMMER
CHF 4.90



JAHRE CS2

PAGE SPEED HYVÄ DATENSCHUTZ

#28

INHALT



JAHRE
CS2

03 25 Jahre Jubiläum
04 Zeitreise
08 Wettbewerb

10 Page Speed
12 Social Media Trends
13 Das neue Datenschutzgesetz der Schweiz
14 Agentur-Wechsel
15 Hyvä Themes in Anwendung für Muff Haushalt
16 Schenker Storen
17 santésuisse
18 HSG Square
19 Jellypipe

Hyvä Themes Seite 15

Jellypipe Seite 19

HSG Square Seite 18



Silberhochzeit

Seit 25 Jahren sind wir zusammen unterwegs! Unglaublich, wie die Zeit vergeht. Die Ausgabe hat für uns eine ganz besondere Bedeutung. Wir gewähren Ihnen Einblicke ins Archiv und verraten einige Insider aus unserem Team. Wir feiern nicht nur uns selber, sondern auch die Partnerschaft mit Ihnen – mit unseren zahlreichen langjährigen Kunden und denen, die hoffentlich neu hinzukommen. Selbstverständlich finden Sie auch in dieser Ausgabe viel aktuelles Know-how, das Ihnen den Alltag im digitalen Dschungel erleichtert.

Wir wünschen eine anregende Lektüre!

Dani Kalt, Andreas Gunzenhauser
und das ganze CS2 Team



Es darf gefeiert werden!

Im Jubiläumsjahr möchten wir Sie teilhaben lassen an den vielen «snippets» und spannenden Stories aus 25 Jahren Firmengeschichte.
www.cs2.ch/25-jahre



IMPRESSUM

Herausgeberin:
CS2 AG
Gerbgässlein 1, 4450 Sissach

Telefon: +41 61 333 22 22
Website: www.CS2.ch
Twitter: @cs2switzerland

Redaktion: Stephan Graf
Grafik und Layout:
Joël Veuve

Gedruckt in der Schweiz bei
Brogli Druck, Gipf-Oberfrick
Auflage: 5000 Ex.



JAHRE JUBILÄUM

ZEITREISE

In 25 Jahren haben unsere Bildschirme einiges von der Geschichte des Internets gesehen! :)

25 JAHRE JUBILÄUM

CS2 AMI START 1997-2022

untitled.jpg

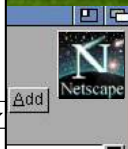


Classic Mac OS

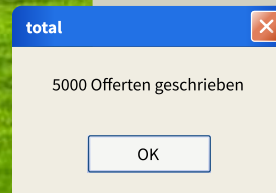
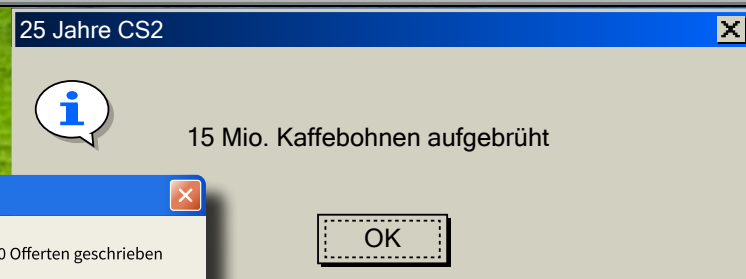
INTERNET



PARTY



erste offizielle Google Website, 1997



WindowsXP



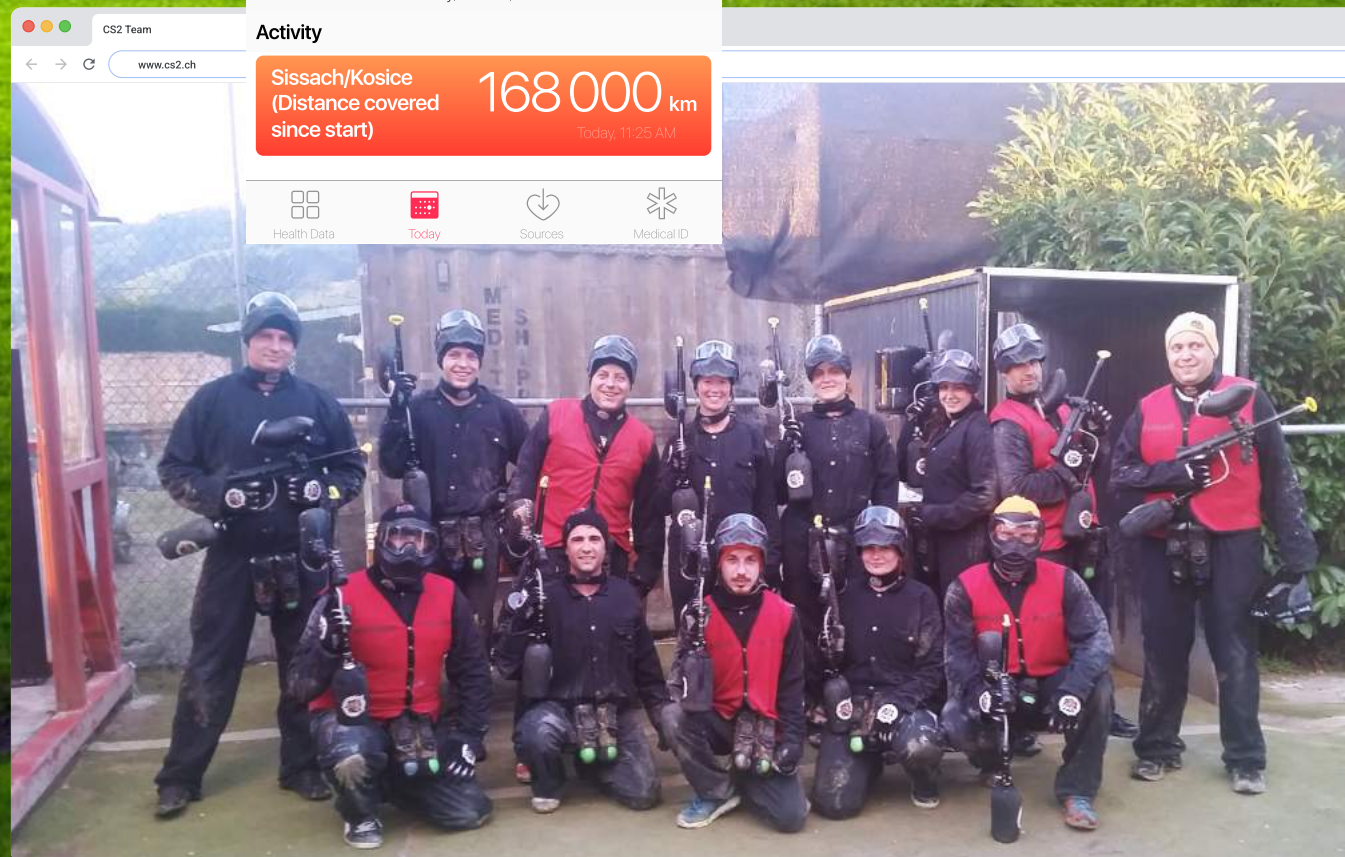
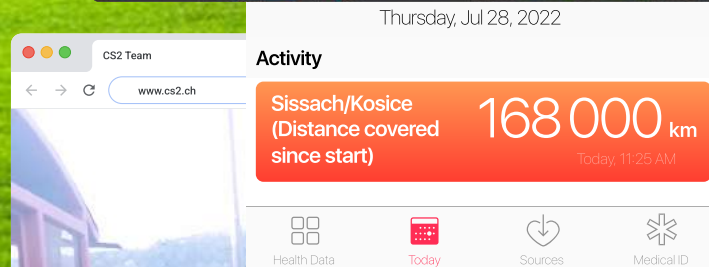
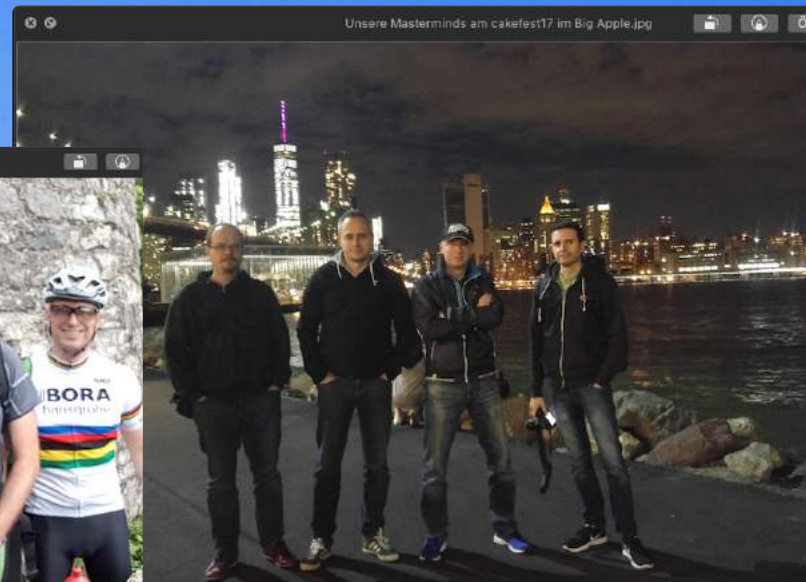
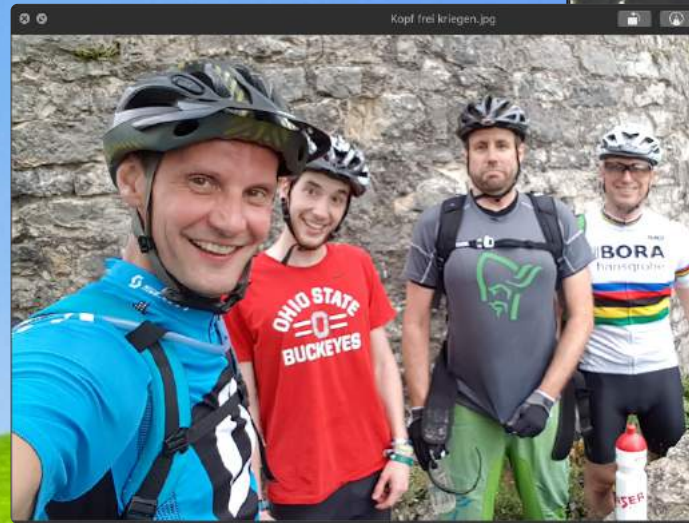
Internet Explorer



DVD

Windows 98

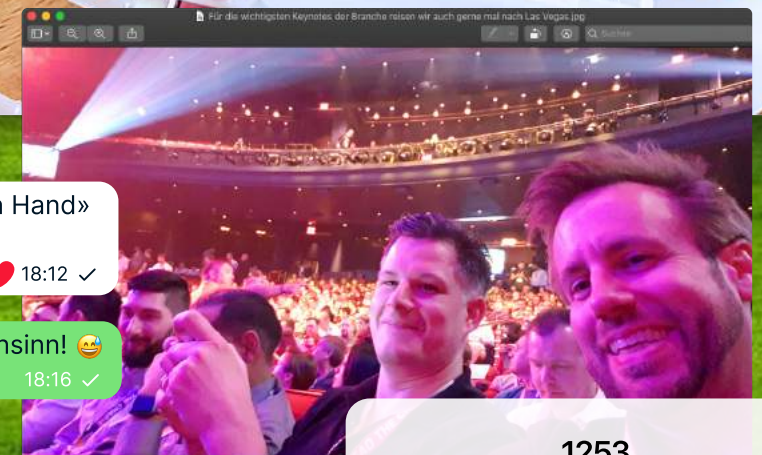




🤖 250 Mio. Codezeilen «von Hand» programmiert <?php

❤️ 18:12 ✓

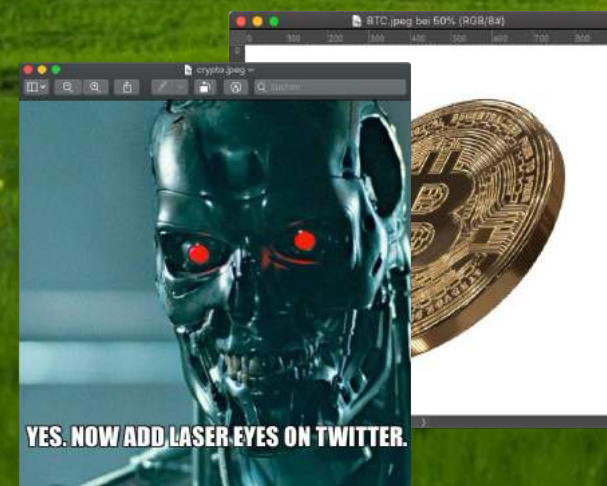
Wahnsinn! 🤪
18:16 ✓



1253

Weblösungen live
gestellt

OK



more:





Gewinne!

Lerne unser Team besser kennen,
finde heraus was oder wer zu
welcher Person gehört, und gewinne!
www.cs2.ch/ansprechpersonen



START



Thomas



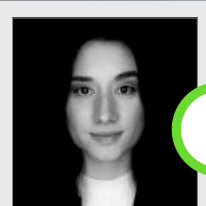
Jenny



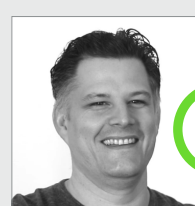
Jennifer



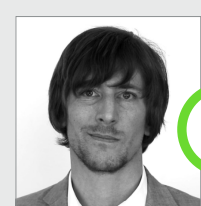
Fabienne



Simona



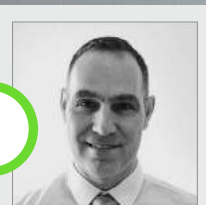
André



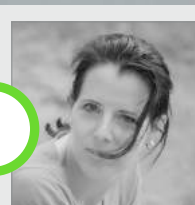
Andreas



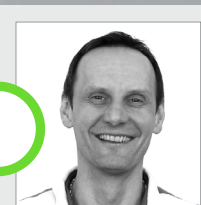
Virginia



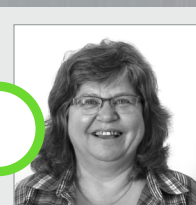
Florian



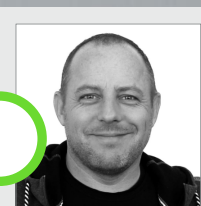
Claudia



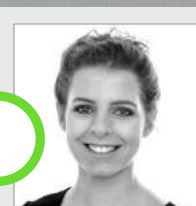
Marcel



Daisy



Dani



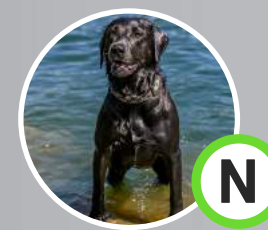
Tanja

Lösungswort:

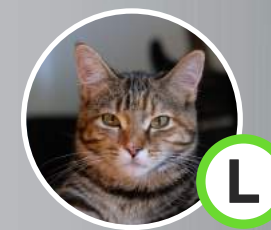
per E-Mail an: wettbewerb@cs2.ch
Teilnahmeschluss: 15. August 2022



Amy



Kiara



Yona



Bonsch & Vajra



Dina



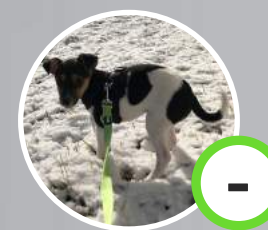
Chanel &
Pumba



Rudy



Sindy



Hugo



Nana



Muffin, Popcorn, Cookie, Snickers & Twix

Herausgefunden?

Wir verlosen unter allen Teilnehmenden
einen brandneuen

Weber
Genesis Smart Grill

(im Wert von CHF 2099.00)

gesponsert von
muffhaushalt



Page Speed

Mach das Web schneller!

Wie schnell ist Ihre Website? Eine Website mit langer Ladezeit wird nicht nur von menschlichen Usern, sondern auch von Google ungern gesehen. Google Page Speed Insights und Core Web Vitals Extension: Wir vergleichen die zwei hilfreichen Tools, deren Messung der Website-Leistung, und zeigen Ihnen, wie Sie davon profitieren können.

Der Algorithmus von Google ist weitgehend undurchsichtig. Für die Nutzer ist es fast unmöglich herauszufinden, welche Faktoren die Platzierungen verbessern und welche zu Leistungseinbussen führen können.

Es ist aber unbestritten, dass die Geschwindigkeit ein wichtiger Faktor bei der Bestimmung der Platzierungen ist. Eine Seite, die schneller lädt, wird mit Sicherheit besser gerankt.

Wie bewertet Google die Geschwindigkeit mit PageSpeed Insights?

Google PageSpeed Insights ist seit Jahren das wichtigste Tool, das Google anbietet, um zu verstehen, wie eine Website in den Augen des Suchmaschinenbetreibers abschneidet. Das Tool wurde im Laufe der Zeit schrittweise verbessert, um mehr und bessere Metriken zu bieten, aber es lief immer auf eine Bewertung von 0-100 hinaus. Je nachdem, ob der Wert als schlecht, gut oder phänomenal eingestuft wurde, wurde eine rote, gelbe oder grüne Farbe zugewiesen. Anschliessend begann Google, zusätzlichen Kontext in die Bewertung einzubeziehen und über die Probleme zu berichten, die sich auf Ihre Bewertung auswirkten. Die Transparenz half Entwicklern und Vermarktern zu wissen, wo sie Verbesserungen an ihrer Website vornehmen sollten.

Obwohl der Wert der Seitengeschwindigkeit von Google öffentlich deutlich gemacht wurde, hat Google nicht immer klargestellt, wie die Geschwindigkeit gemessen wird und welche Faktoren berücksichtigt werden. Das PageSpeed Insights-Tool bietet seit lan-

gem eine hilfreiche Grundlage, liefert aber keine echte Bewertung der Nutzererfahrung.

Um dieses Problem zu lösen, hat Google Core Web Vitals veröffentlicht, ein Tool, das spezifische Details über die reale Geschwindigkeit und Erfahrung Ihrer Website liefert.

Was misst Google mit den Core Web Vitals?

Web Vitals sind die vier neuen Messwerte, die Google verwendet, um die Geschwindigkeit einer bestimmten URL zu bewerten. Es ist wichtig zu berücksichtigen, dass alle Daten sowohl von der Leistung der Website als auch von der Leistungsfähigkeit des Geräts abhängen.

- FCP - Erstes inhaltsreiches Bild (First Contentful Paint)
- LCP - Grösstes inhaltsreiches Bild (Largest Contentful Paint)
- FID - Erste Eingabeverzögerung (First Input Delay)
- CLS - Kumulative Layout-Verschiebung (Cumulative Layout Shift).

Was bedeutet «Erstes inhaltsreiches Bild»?

LCP ist eine neue Messung, die versucht, die Zeit von der ersten Anfrage bis zur Bereitstellung des eigentlichen Inhalts der Website zu messen. Das heisst, es wird gewartet, bis Schriften und Bilder im Viewport vollständig geladen sind. Um das LCP zu verbessern, ist es wichtig, die Schriftarten der Website richtig einzubinden und sicherzustellen, dass die Bilder im Viewport so schnell wie möglich geladen werden können. Im Wesentlichen geht es darum, sicherzustellen, dass alle Inhalte im Viewport mit so wenig seriellen Abhängigkeiten wie möglich angezeigt werden können.

Was bedeutet «Erste Eingabeverzögerung»?

Kennen Sie das, wenn Sie eine sehr umfangreiche Seite auf Ihrem Handy besuchen und alles abgehackt wirkt, während der Inhalt geladen wird? Diese Ruckeligkeit wird Eingabeverzögerung genannt. Bei der Verarbeitung kann es sich um eine Vielzahl von Dingen handeln:

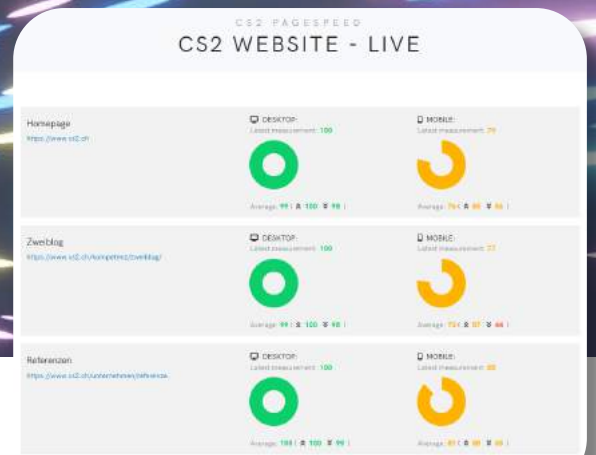
- Rendering komplexer Stile
- Parsen von Inhalten
- Anzeigen von Videos/Grafiken
- Ausführen einer Reihe von Javascripts

Die häufigste Ursache für FID ist übermässig komplexes JS von Dritten wie Trackern und Werbetreibenden. Es kann aber auch durch Skripte und Bibliotheken verursacht werden, die auf der Website selbst verwendet werden.

Um FID zu reduzieren, ist es am besten, die Menge an JS, die auf einer bestimmten Seite läuft, zu verringern. Ein schneller Laptop kann das Rendering der Website sofort erledigen und dann mit der Arbeit an unkritischem Javascript beginnen. Bei einem langsameren Gerät stapeln sich möglicherweise alle Ressourcen der Website und es fällt schwer, alle zu einem bestimmten Zeitpunkt abzuschliessen.

Was bedeutet «Kumulative Layout-Verschiebung»?

Wie bereits erwähnt, ist diese Messung einzigartig, weil sie fortlaufend ist. Sie misst, wie sehr der Inhalt der Website während des Ladevorgangs und der Verweildauer des Nutzers auf der Seite hin und her springt. Bei dieser Bewertung wird nach Situationen gesucht, in denen der Text, den Sie gerade lesen, plötzlich aus dem Blickfeld verschwindet oder die Schaltfläche, auf die Sie gerade klicken wollen, durch das Laden der Seite an eine andere Stelle verschoben wird. Layoutverschiebungen sind eine sehr



frustrierende Erfahrung, die oft durch Bemühungen zur Verbesserung der anfänglichen Ladezeit verursacht wird.

Der Hauptverursacher für Layoutverschiebungen ist das Laden von Bildern. Wenn ein einfaches Bild-Tag ohne zusätzliche Informationen über die Grösse des Bildes in die Seite eingefügt wird, weiss der Browser nicht, wie viel Platz er für das Bild reservieren muss, bis es tatsächlich geladen ist. Das bedeutet, dass Ihr Layout aufgehalten werden kann, während Sie darauf warten, dass ein Bild richtig angezeigt wird.

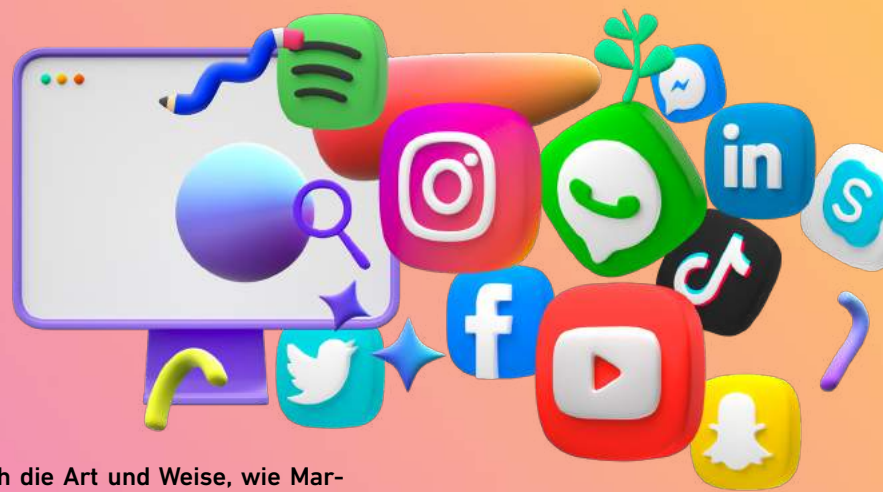
Fazit

Es gibt drei Hauptquellen für Messungen, die Sie im Auge behalten sollten:

1. Die tatsächlichen Felddaten, die Google für eine bestimmte Seite hat
 2. Labordaten von Google PageSpeed Insights
 3. Labordaten aus der Web Vitals-Erweiterung
- Felddaten sind eine reale Messung von tatsächlichen Nutzern. Sie beruhen auf echten Nutzererfahrungen und bestimmen die SEO-Leistung einer bestimmten URL. Bei Labordaten handelt es sich um Messungen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt und unter bestimmten Umständen vorgenommen wurden, die nicht unbedingt mit der realen Welt übereinstimmen. All diese Informationen können sich überwältigend anfühlen. Jedes Detail der Core Web Vitals basiert jedoch auf einem sehr grundlegenden Prinzip: Google möchte, dass schnelle Websites mit guter Benutzerfreundlichkeit besser bewertet werden. Und obwohl die in diesem Beitrag genannten Messwerte jetzt aktuell sind, kann man davon ausgehen, dass Google seine Testverfahren immer wieder neu bewerten und optimieren wird, um diesem Ziel besser gerecht zu werden. Also behalten Sie immer Ihre Strategie und Ihre User im Auge.

Trends 2022

Social Media



In den letzten zwei Jahren hat sich die Art und Weise, wie Marken ihre Produkte oder Dienstleistungen in den sozialen Medien bewerben, verändert. Um mehr darüber zu erfahren, was Unternehmen im Jahr 2022 und darüber hinaus berücksichtigen sollen, haben wir die wichtigsten Studien der Branche konsultiert. Im Folgenden haben wir zehn von Experten oder Forschungsergebnissen gestützte Trends zusammengestellt, die Social-Media-Verantwortliche im Jahr 2022 beachten und nutzen sollten.

1. TikTok dominiert, vergleichbare Kanäle ziehen mit
2. Neue Zielgruppen erschliessen
3. Designierte Mitarbeiter:innen für die sozialen Medien
4. Augmented Reality wird selbstverständlich
5. B2B-Bereich wächst auf Instagram und Twitter
6. Influencer Marketing für Nischenthemen
7. Soziale Werbung wird anspruchsvoller
8. Kurzes Video, langes Audio: Snackable Content und Podcasts
9. Social Selling
10. Livestreaming von Commerce bis Convention

Wie Sie aus diesen Trends Kapital schlagen können
Nachdem wir nun einige der beliebtesten Social-Media-Trends für das Jahr 2022 vorgestellt haben, wollen wir nun die Schritte rekapitulieren, die Sie unternehmen können, um diese Trends zu nutzen und Ihre eigenen sozialen Aktivitäten zu steigern.

- Setzen Sie Videos ein, wann immer es möglich ist. Die Menschen lieben derzeit Videos, insbesondere Live-Videos, die besonders authentisch wirken. Testen Sie Live-Videokanäle wie IGTV oder Facebook Live, um zu sehen, wie sie funktionieren.
- Erstellen Sie Inhalte mit Bezug zum Thema. Scheuen Sie sich nicht, eine andere Seite Ihrer Marke zu zeigen. Stellen Sie Kundengeschichten in den Vordergrund; sprechen Sie über die über-

geordnete Mission oder den Zweck Ihres Unternehmens; zeigen Sie uns einen „Tag im Leben“ eines Ihrer Mitarbeiter. Gehen Sie über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung hinaus, um eine tiefere Verbindung zu Ihrem Publikum herzustellen.

- Verwenden Sie einen unterhaltsamen Ton. Erstellen Sie Bildunterschriften in sozialen Medien, als ob Sie mit einem Freund sprechen würden. Natürlich sollten Sie die Stimme Ihrer Marke beibehalten, aber spielen Sie damit, wie Sie mit Ihrem Publikum über die sozialen Kanäle kommunizieren können. Stellen Sie Ihren Followern Fragen oder erzählen Sie Geschichten, um das Engagement zu erhöhen.
- Verwenden Sie Designelemente für Inhalte zum Mitnehmen. Testen Sie Memes, Gifs, kurze Videos, kurze Quizze, lustige Infografiken usw., um herauszufinden, wie Sie die Aufmerksamkeit Ihres Publikums gewinnen und halten können, auch wenn es schnell durch seine Feeds scrollt.
- Qualität vor Quantität. Es ist nicht nötig, einmal am Tag zu posten. Das Publikum schätzt Qualität mehr als Quantität - überlegen Sie, wie Sie einen Zeitplan aufstellen können, damit Sie regelmäßig Inhalte posten, aber nicht zu viel posten. Nutzen Sie Analysen, um die richtige Kadenz für Ihre eigene Marke zu ermitteln.

Schweiz

Das neue Datenschutzgesetz



Vor dem Hintergrund der EU-Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) und der ePrivacy-Verordnung hat der Schweizer Bundesrat die Totalrevision des Bundesgesetzes über den Datenschutz (DSG) vorgezogen. Im Folgenden finden Sie einen Überblick über die fünf wichtigsten Änderungen, damit Sie sich optimal auf die neue Gesetzgebung vorbereiten können.

Das neue DSG ist sehr umfangreich und wird fast jedes Unternehmen in der Schweiz betreffen. In Zukunft werden nur noch die natürlichen Personen geschützt, während die juristischen Personen (z.B. AG, GmbH etc.) sich für ihren Schutz nicht mehr auf das revDSG berufen können. Ihnen verbleibt der Schutz durch das Firmenrecht sowie weitere bestehende Bestimmungen der Rechtsordnung (z.B. Persönlichkeitsschutz nach ZGB, UWG). Die weiteren wichtigsten Änderungen:

1. Sanktionen sehen vor, dass Verantwortliche im Unternehmen gebüsst werden.

2. Im Falle einer Datenschutzverletzung müssen die Verantwortlichen eine Gefährdung der Persönlichkeits- oder Grundrechte der melden.

3. Die Liste der der besonders schützenswerten Personendaten wird erweitert (z.B. genetische und biometrische Daten).

4. Die Verantwortlichen erhalten strengere, genauer definierte Sorgfaltspflichten nach den Prinzipien «privacy by design» und «privacy by default».

5. Eine Datenschutz-Folgenabschätzung bei erhöhtem Risiko muss sowohl Risiken als auch geeigneten Massnahmen beinhalten.

Datenschutz ist für Unternehmen längst ein Thema, das über die Grenzen der IT hinausgeht und als Teil einer umfassenden Compliance-Politik fest auf der Agenda von Führungskräften und Entscheidern steht. Die EU-DSGVO, das neue DSG, die ePrivacy-Verordnung und künftige Richtlinien verlangen von den Unternehmen eine neue Sensibilität für den Umgang und den Schutz von personenbezogenen Daten. Es ist wichtig, rechtzeitig eine Bestandesaufnahme Ihrer Datenbearbeitungen (Personendaten) durchzuführen, um anschliessend anhand einer Analyse den Handlungsbedarf festzustellen. Das ist notwendig, auch wenn bereits DSGVO-Massnahmen im Unternehmen umgesetzt wurden, da gewisse Unterschiede beim revDSG zu berücksichtigen sind. Wir unterstützen Sie gerne auf diesem Weg in der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen.

Agentur-Wechsel

Zeit für einen Neuanfang

Was Sie bei der CS2 zudem erwarten dürfen:

- Eine kostenlose Expertise Ihrer Open Source Instanz TYPO3 oder Magento
- Ein unverbindliches Angebot für den Transfer respektive eine Migration zum CS2 Hosting
- Modernste MAS-Infrastruktur (Managed Application Service) mit dedizierten Servern
- 24/7 Monitoring bei Betrieb und Hosting
- Massgeschneiderte SLA-Services mit persönlichem Customer-Care (Kunden-Support)

Schreit eine langjährige, festgefahrene Partnerschaft nach Veränderung?
Sind Sie unzufrieden mit der Betreuung Ihrer Website oder Ihres Webshops?
Fehlt es an Know-how und ausreichend Ressourcen für eine optimale Kundenbetreuung?
Explodieren die laufenden Kosten für Unterhalt, Betrieb und Service-Leistungen?
Wenn Sie bis hierhin gelesen haben, sollten Sie einen Agenturwechsel in Betracht ziehen.

Die Liste der unangenehmen Fragen lässt sich beliebig erweitern: Fehlt es an Beratungskompetenz und pragmatischen Lösungsansätzen, um Ihr E-Business konsequent voranzutreiben? Vermissen Sie hilfreiche Tools für ein benutzerfreundlicheres Backend? Wir würden diese Fragen nicht auflisten, wenn wir nicht davon überzeugt wären, die richtigen Strategien und Lösungen parat zu haben.

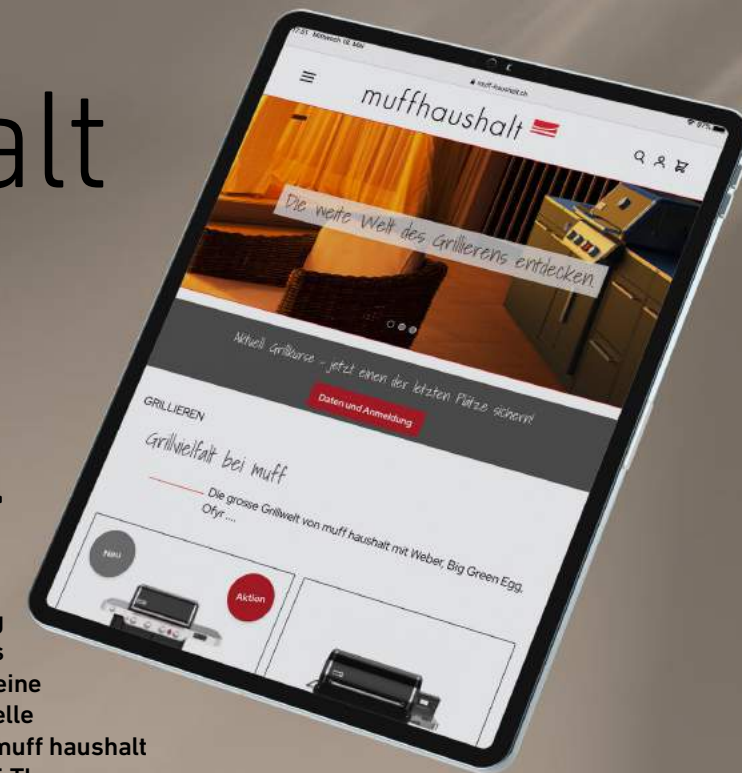
- Voreinkauf von monatlichen SLA-Stunden-Kontingenten mit attraktiven Rabatten
- Ticketsystem (Forge) für lückenlose Kommunikation und Transparenz
- Analysen, Beratung, Weiterentwicklungen, SEO etc. dank bewährtem CS2 Release-Management Regelwerk
- Nützliche TYPO3 Backend-Tools (exklusiv bei uns) bauen wir auf Wunsch ein: CS2 Responsive Check, CS2 Reports, CS2 Pagespeed, u.v.m.
- Wir prüfen Ihr System laufend auf Updates, unterbreiten entsprechende Handlungsempfehlungen und führen diese aus
- Dank CS2-eigenem Entwicklerteam (TYPO3, Magento, CakePHP) sind auch kundenspezifische Module und Features jederzeit möglich.

Erfahren Sie mehr
über eine die
Zusammenarbeit
mit CS2:



Haushalt blitz-schnell

Im Artikel auf Seite 10 dieses Magazins zeigen wir auf, wie wichtig PageSpeed für eine Website und das Google Ranking ist. Hier zeigen wir eine konkrete Anwendung: Die blitzschnelle Ladezeiten im neuen Webshop von muff haushalt bestechen – dank den Magento Hyvä Themes. Ein echter E-Commerce Gamechanger.



Hyvä Themes wurde von einem niederländischen Magento-Entwickler namens Willem Wigman geschaffen. Die Lösung, die er schuf, basierte darauf, alles aus dem Frontend zu entfernen und mit einer völlig leeren Webseite zu beginnen. Dann fügte er zwei Frameworks ein, von denen er wusste, dass er damit schnell arbeiten konnte.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Geschwindigkeit und Leistung
- Erhöhte Konversationsraten
- Geringere Kosten und kürzere Markteinführungszeiten
- Erfahrung für Entwickler
- Hohe Anpassungsfähigkeit

Mit dem neuen Webshop von muff bieten wir nicht nur ein frischeres Einkaufserlebnis, sondern trumpfen mit bis jetzt noch nie dagewesenen, superschnellen Pagespeed Ladezeiten (Wert liegt am Desktop teilweise bei 100!) auf.

«Wir fühlen uns mit unseren Projekten bei der CS2 immer sehr gut betreut, weil sie einerseits auf unser Geschäftsmodell eingehen und andererseits aktiv beraten, wie wir uns online am besten positionieren können. Die Beratung beinhaltet immer Lösungen, die auch für ein KMU wie unseres finanzierbar, umsetzbar und zielführend sind», zeigt sich Carole Soltermann, Verantwortliche für Onlineaktivitäten, Marketing & Administration bei muff haushalt dankbar. Das Unternehmen mit seinen beiden Ladengeschäften in Sissach und Winterthur bietet ein ausgesuchtes Sortiment zu den Themen Kochen, Grillieren, Backen, Essen, Trinken, Pflegen und Schenken.

Für ihre virtuelle Filiale wurde das einzigartige CS2-Setup von Magento aufgesetzt, unter anderem mit Anbindung an Payment Provider (Six Saferpay) inkl. Twint und Schnittstelle zum ERP «Curion». Hier bei CS2 sind wir grosse Befürworter von Hyvä Themes und den Vorteilen, die es den Händlern bringt. Hyvä Themes ist im Grunde das Magento 2-Frontend auf Steroiden! Wir glauben, es hat ein immenses Potenzial und sollte von jedem Händler in Betracht gezogen werden.

muff-haushalt.ch

Website

Schenker Storen



Hier trifft Tradition auf Leidenschaft. Da erfordert der Website Relaunch ein hervorragendes Teamwork und Liebe fürs Detail. Wir sind überzeugt, dass Sie mit dem ersten Klick vom Ergebnis beeindruckt sind.

Ausgangslage

Das Schweizer Unternehmen mit über 140-jähriger Tradition stellt höchste Ansprüche, wenn es um seine Produkte und Dienstleistungen geht. Mit eigener Forschung, Entwicklung, Produktion sowie eigenem Vertrieb und Service bietet die Schenker Storen AG ein umfassendes Sortiment an Sonnen- und Wertschutzprodukten für Innen- und Aussenräume. Dabei ist es naheliegend, dass die Bereitstellung einer attraktiven und gut strukturierten Website ein wichtiger Bestandteil für eine positive Wahrnehmung ist. Diese wurde im Rahmen eines Relaunches nun komplett erneuert.

Umsetzung

Basierend auf Markt- und Mitbewerberanalysen, sowie internen wie externen Befragungen erarbeitete Schenker Storen die neue Struktur des Webauftritts. Unter Mithilfe von brenneisen-theiss communications aus Basel wurde im Anschluss die Architektur mit Umsetzung der Designvorlagen erstellt. Für das technisch-funktionale Konzept mit anschließender Entwicklung und Bereitstellung des Content Management Systems TYPO3 wurde die CS2 beauftragt. Die Zusammenarbeit mit agilem Prozessablauf erfolgte dabei in einem 3er-Gespann. Sämtlicher Content wurde durch Schenker Storen erarbeitet und eingepflegt, unterstützt durch Freelancer. Schenker Storen zeichnete sich verantwortlich für die gesamte Koordination und Orchestrierung sämtlicher Partner, welche zum erfolgreichen Entstehen der neuen Website mitgewirkt haben.

Weblösung und Webshop

Digitales Handbuch



santésuisse ist die führende Branchenorganisation der Schweizer Krankenversicherer im Bereich der sozialen Krankenversicherung. Sie ist Herausgeberin des umfangreichen Handbuchs der Schweizer Kranken- und Unfallversicherer, das bis anhin «nur» in gedruckter Version verfügbar war. Dieses sollte zukünftig mit einer dynamischen und anwendungsfreundlichen, digitalisierten Ausgabe erweitert werden. Doch santésuisse wollte nicht nur das Handbuch modernisieren, auch der Bestellprozess sollte mittels Webshop sichergestellt werden, mit zusätzlichen Services wie z.B. einer Multi-Lizenzverwaltung.

Das Projekt wurde im Dreiergespann organisiert. Für das Look & Feel sowie das finale Design zeichnete sich brenneisen-theiss communications aus Basel verantwortlich. Kundenseitig wurde das Projekt durch die Abteilung Politik und Kommunikation von santésuisse sichergestellt. CS2 war technische Umsetzerin sämtlicher Requirements und stellt nun den Betrieb, das Hosting und den Unterhalt der Weblösung sicher.

Die grösste Herausforderung bestand darin, die laufenden Veränderungen in der Projektabwicklung abzufangen, neu zu planen und dennoch termingerecht auszuliefern. So war am Anfang nur die Digitalisierung des Handbuchs im Vordergrund. Hinzu kam später die Anforderung eines neuen Webshops, welcher den Vertrieb sicherstellt und zudem mit dem Handbuch als Login-Applikation (ähnlich SSO) harmonisieren sollte.

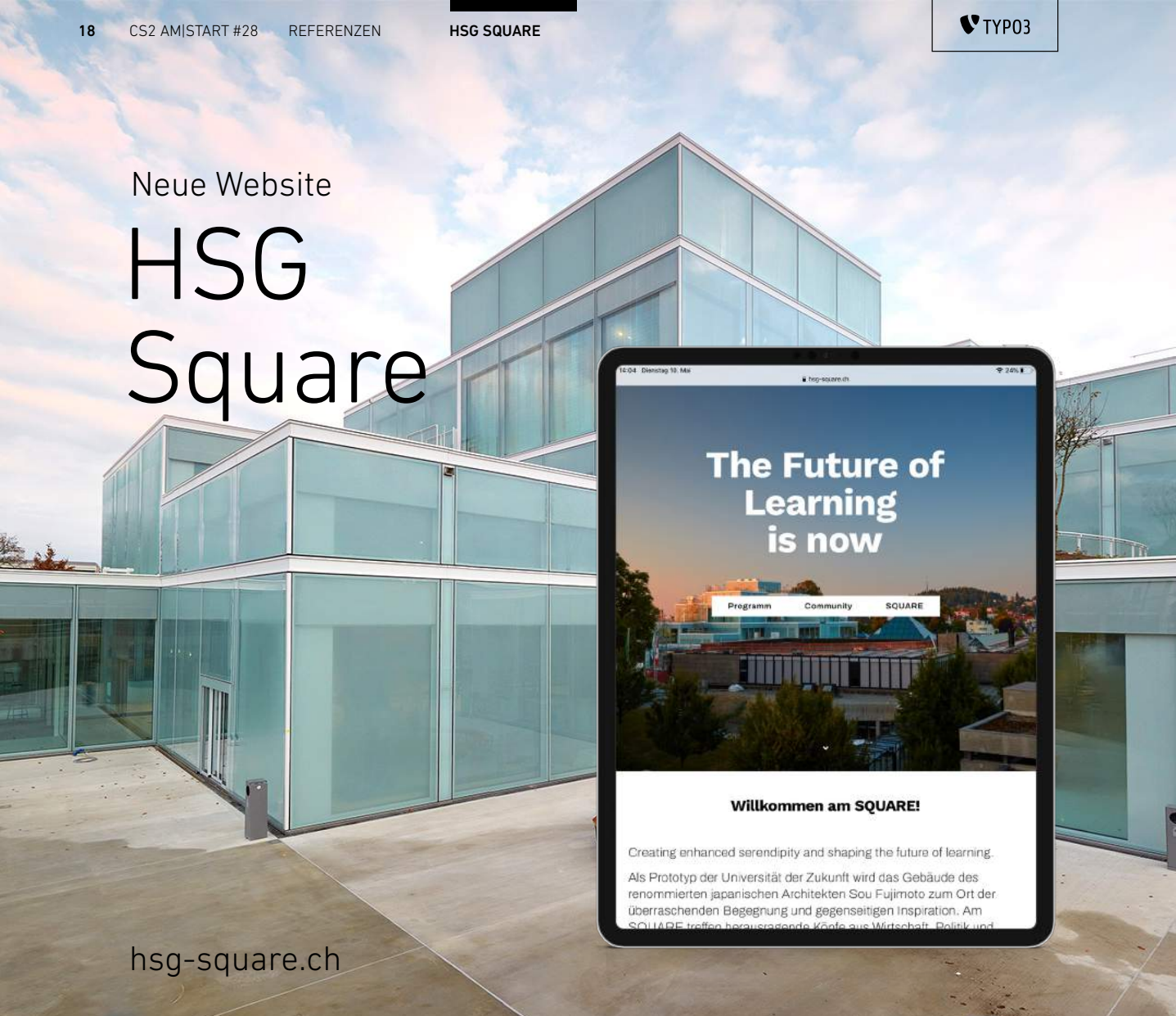
Mittels einer Schnittstelle zur Publikationsplattform des Bundesrechts (Fedlex), welche die umfangreichen Daten der Gesetze und Verordnungen jeweils nachts ins TYPO3 importiert und abgleicht (Versionierung), wird eine stetige Aktualität garantiert. Zu jedem Text kann santésuisse individuell Ergänzungen und Informationen publizieren sowie ganzheitliche, komplett neue Verordnungen oder Gesetze im System erstellen. Zu den weiteren Highlights des Projekts zählt auch die Entwicklung des Webshops mit Magento inklusive Hyvä-Theme Frontend (mehr zu Hyvä auf Seite 15).

Stefan Schneider, Leiter Publizistik bei santésuisse, äussert sich begeistert: «In wenigen Monaten haben wir das Handbuch der Schweizer Kranken- und Unfallversicherung komplett digitalisieren können. Die neue webbasierte Applikation ist ein grosser Erfolg – möglich wurde sie dank dem grossen Engagement und dem technischen Know-how von CS2. Die Krankenversicherer der Schweiz haben mit dem digitalen Handbuch ein wichtiges Arbeitsmittel erhalten, das wir nun gemeinsam mit CS2 schrittweise weiterentwickeln wollen.»

webshop.santesuisse.ch

HIGHLIGHTS

- Mega-Menü Navigation mit Vorschaubildern der Auswahl
- Stoffmuster Auswahl mit «Warenkorb-Funktion» für Bestellung
- Viele attraktive Style- und Content-Elemente



hsg-square.ch

Wir sind stolz auf dieses einzigartiges Ökosystem für die Entwicklung der Lern- und Lehrkultur an der Universität St. Gallen. Es dient als «Eingangspforte» zur aussergewöhnlich Dialog-Plattform der HSG.

Ausgangslage

Was als Arbeitstitel «HSG Learning Center» von der Universität St. Gallen (HSG) initiiert wurde, ist nun im Februar 2022 als «SQUARE» eröffnet worden. SQUARE ist ein öffentlicher Platz, wo sich Menschen begegnen und austauschen. Nach rund 2 Jahren Bauzeit ist dies nun möglich. Um einerseits Aktivitäten, Topics und Informationen zu transportieren und um diese zudem in einen Dialog zu bringen, wurde CS2 beauftragt, eine neue Website zu gestalten und aufzubauen.

Umsetzung

«Zu Beginn der Konzeption unserer Webseite konnten wir unsere Anforderungen noch gar nicht richtig fassen. CS2 hat uns dabei unterstützt, aus groben Ideen ein konkretes Konzept zu erarbeiten. In der Umsetzung konnten wir uns auf die CS2 als verlässliche und schnell agierende Partnerin verlassen.» resümiert Florian M. Wussmann von der Universität St. Gallen zufrieden. Das speziell durch CS2 angepasste TYPO3-Setup mit ganz viel Power unter der Motorhaube (z.B. SOLR-Suche, CS2 Focuspoint für automatische Bildausschnittgenerierung und SEO-Tool Yoast) besticht auch mit seinem Design wie der plakativen Startanimation und den attraktiven Keyvisuals. SQUARE wird laufend weiter mit tollen Modulen ausgebaut.

HIGHLIGHTS

• Viele attraktive Style- und Contentelemente, Keyvisuals • Formular-Editor • Filterung von Topics, News, Events etc. mit Grid-Element

Plattform

Jellypipe



jellypipe.com

Jellypipe vernetzt Unternehmen rund um den 3D-Druck. Der innovative Online Marktplatz für 3D-Druck Services besticht durch ein ungetrübtes Einkaufserlebnis dank blitzschnellen Ladezeiten im neuen Webshop.

Auf einer inhouse entwickelten E-Commerce-Plattform bringt Jellypipe Kunden, Unternehmen aus der Industrie und Print-Partner zusammen und wickelt 3D-Druckaufträge ab. Die Plattform werden in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Frankreich, den Benelux-Staaten und England angeboten. Zahlreiche Solution-Partner bieten ihren Kunden den 3D-Druck über die Plattform in eigenen Shops an. Bestellte 3D-Druck-Bauteile werden dann durch Print-Partner von Jellypipe gedruckt. Einer der wich-

tigsten Kommunikationskanäle, und somit Dreh- und Angelpunkt für Nachfrage und Angebot, ist dabei die zentrale Marktplatzwebsite, welche durch CS2 neu aufgesetzt wurde. Speziell erwähnenswert ist die Anbindung und Integration von Hubspot mittels TYPO3-Extension.

HIGHLIGHTS

• Multi-Domain / Mehrsprachigkeit • Formular-Editor (+ Erweiterung Hubspot) • CS2 Translation Manager



since 1997



Es darf gefeiert werden!

Im Jubiläumsjahr möchten wir Sie teilhaben lassen an den vielen «snippets» und spannenden Stories aus 25 Jahren Firmengeschichte.

www.cs2.ch/25-jahre

