

Inhaltsverzeichnis

Projekt: Webseiten-Relaunch KIBAG	1
<i>Ausgangslage</i>	<i>2</i>
Kurzform.....	2
<i>Detaillierte Ausführungen.....</i>	<i>2</i>
Auffindbarkeit / Suchmaschinenoptimierung	2
Inhalte in Bezug aufs Suchverhalten.....	3
Optimierung auf Mobile-Nutzung.....	3
Seitenladezeit	3
Weitere SEO-Problematiken.....	3
Weitere technische Nutzungen	3
Nebenbemerkung:	4
Multisite-Setup	4
<i>Ziele der neuen Webseite.....</i>	<i>4</i>
<i>Zielgruppen</i>	<i>5</i>
<i>Fazit</i>	<i>6</i>
<i>Funktionen und Inhalte: Ausblick neue Webseite.....</i>	<i>6</i>
<i>Weitere Ziele der Webseite:</i>	<i>6</i>
CMS & Backend-Anforderungen	6
Anforderungen aus Sicht der Redaktion:.....	6
Zeitplan	6

Ausgangslage

Kurzform

- die KIBAG Website (www.kibag.ch) wurde 2017 erarbeitet und ging Anfang 2018 live
- sie ist nach fast acht Jahren technisch und visuell nicht mehr auf dem neuesten Stand
- die Website resp. einzelne Bereiche werden über die Google-Suche ungenügend bis gar nicht gefunden (SEO-Problem)
- die Inhalte decken nicht ab, was die Nutzer effektiv über Google suchen
- die Website erfüllt verschiedene technische Anforderungen nur noch ungenügend (insbesondere Responsive Design, Barrierefreiheit)
- das „digitale Storytelling“ hat sich seit 2017 verändert, die Inhalte müssen übersichtlicher und strukturierter dargestellt werden
- optisch tut der Website eine Auffrischung gut
- die KIBAG feiert im Jahr 2026 ihr 100 Jahr Jubiläum – eine ideale Gelegenheit für einen Relaunch
- die jetzige Website läuft mit dem CMS Contao, dies wurde damals aus Gründen der Sicherheit und der beteiligten Partner entschieden
- die KIBAG ist für andere Systeme offen
- das Hosting der Website läuft auf cyon.ch, daran möchten wir festhalten

Detaillierte Ausführungen

Die KIBAG Website wurde 2017 letztmals überarbeitet. Sie wurde damals professionell und nach aktuellem technischem Stand und Umfeld aufgesetzt. Der technische Wandel ist selbstredend rasant, und so hat die KIBAG Website heute einige Probleme:

Auffindbarkeit / Suchmaschinenoptimierung

In Bezug auf die sogenannte SEO (Search Engine Optimization, also Suchmaschinenoptimierung) rangiert die KIBAG Website leider unzufriedenstellend. Einige (zufällige) Beispiele:

- Jobs Strassenbau + Zürich: Keine Ergebnisse auf der KIBAG Seite
- Der Wasserbau ist über Google gar nicht aufgeführt, weder in Kombination mit "Vierwaldstättersee" noch mit Zürich.
- Auch mit dem Suchbegriff "Saugtechnik" kommt die KIBAG nicht in die Top Ten der Ergebnisliste
- Kanalreinigung / Leitungen spülen + Kanton Zürich: keine Ergebnisse mit KIBAG auf der ersten Seite

Die oben genannten Punkte führten in der Vergangenheit dazu, dass die Standorte oder einzelnen Betriebe sich von dubiosen Anbietern, wie localsearch.ch, unnütze Werbepakete andrehen liessen, da sie sich im Web ungenügend vertreten und sichtbar fühlten.

Interessant zu wissen ist aber, dass die Lernenden-Seite, die 2024 komplett überarbeitet und nach dem neusten Stand aufgesetzt wurde, auf Google nun ausgezeichnet funktioniert; bei der Suche "Lehre Strassenbau(er)" rangieren wir mit der neuen Seite direkt nach Yousty, Berufsberatung und dem Baumeisterverband in den Top 5. Dies beweist, wie viel Einfluss eine technisch und inhaltlich gut gebaute Seite auf ihre Auffindbarkeit hat.

Inhalte in Bezug aufs Suchverhalten

Bei einer kurzen Google-Recherche zeigte sich, was die User bei der Suche effektiv wissen wollen:



Zu all diesen Suchen sind kaum bis keine Inhalte zu finden. Es wäre also zu empfehlen, eine neue KIBAG Website auf die gewünschten (effektiv gegoogelten) Inhalte technisch wie inhaltlich abzustimmen.

Optimierung auf Mobile-Nutzung

Unsere Website wird stark von einer Denkweise aus der analogen Welt dominiert. Google schätzt, dass inzwischen über 60% der globalen Suchanfragen über mobile Geräte getätigt werden. Unsere Seiten sind jedoch auf die mobile Nutzung nicht optimiert. Die Mobile-First-Indexierung ist seit Sept. 2016 eingeführt worden und seitdem ist auch die mobile Webseiten-Optimierung ein wichtiger Rankingfaktor.

Seitenladezeit

Einer der wichtigsten direkt beeinflussbaren Rankingfaktoren ist die Seitenladezeit, welche mit dem Relaunch optimiert werden soll.

Weitere SEO-Problematiken

Sowohl die Meta-Tags der Bilder als auch der einzelnen Seiten lassen zu wünschen übrig und fehlen häufig. Diese SEO-Standards sind notwendig, um die Seite gut in den Suchergebnissen zu platzieren. Diese müssen zwingend mit dem Relaunch überarbeitet und optimiert werden.

Weitere technische Nutzungen

Bisher wurde unsere Website eher zurückhaltend und primär als Informationsplattform genutzt. Die Entwicklung hin zum digitalen Storytelling deckt unsere bestehende Seite ungenügend ab. Ausserdem nutzen wir immer häufiger Formulare für Aktionen, Event- oder Newsletter-Anmeldungen etc.

Zu guter Letzt werden wir fürs 100-Jahr-Jubiläum eine Plattform benötigen, auf der eine lebhaft, zweiseitige und interaktive Nutzung möglich ist. Schön wäre es, wenn dies nicht auf einer separaten Plattform, sondern in unserem gewohnten KIBAG Webumfeld möglich wäre.

Nebenbemerkung:

In der EU gilt per Mitte 2025 der European Accessibility Act (EAA). Für Websites und Anwendungen referenziert die Norm EN 301 549 direkt den internationalen Standard „Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (WCAG) 2.1“ auf Level AA. Das bedeutet, dass Websites von Menschen mit Behinderung (Seh- oder Leseschwäche etc.) barrierefrei konsumiert werden können müssen. Natürlich sind wir in der Schweiz diesem Gesetz nicht unterstellt und für gewisse private Anwender gelten auch in der EU Ausnahmen. Tatsache ist aber auch, dass Google Websites in ihrem Ranking abstrafft, die Vorgaben in Bezug auf die Barrierefreiheit nicht einhalten (z.B. Bildbeschreibungen, schlechte Lesbarkeit von Schriften und Grafiken etc.). Es lohnt sich also, hier freiwillig ein besonderes Augenmerk drauf zu haben.

Multisite-Setup

Die KIBAG betreibt mehrere Websites, die in mehreren Contao-Installationen über den Hoster cyon.ch betrieben werden, beispielsweise:

- kibagmarina.ch
- geotherm.ch
- kibag-entsorgungstechnik.ch (mit Shop; auf separater Contao-Installation)
- golfpark.ch (infolge vieler externer Redakteure, auch Laien, ebenfalls eine separate Contao-Installation)
- sortag-zürich.ch

Es bestehen noch weitere Websites. **Für den Moment konzentrieren wir uns auf die Hauptseite kibag.ch.** Das Zusammenspiel mit den Sub-Websites muss technisch gegeben sein. Die Sub-Websites werden ev. zu einem späteren Zeitpunkt überarbeitet.

Ziele der neuen Webseite

- bessere Auffindbarkeit der Inhalte
- technische Überarbeitung auf den neuesten Stand; Implementierung der neuesten technischen Anwendungen
- inhaltliche Überarbeitung mit stärkerem Fokus auf Menschen und Jobs
- besseres, einfacheres Redaktionssystem (gerne mit Preview-Builder)
- Sicherheitsaspekte wichtig (Managed Website durch Web-Agentur)
- Website muss durch mehrere Redakteure bearbeitbar sein
- Modernes, responsives, barrierefreies Webdesign (WCAG 2.1 AA)
- CMS-Wechsel: Weg von Contao, hin zu einem **intuitiven CMS mit visuellem Editor**
- Reduktion von PDFs – Inhalte sollen direkt auffindbar und SEO-freundlich sein
- Emotionales Storytelling: Menschen, Teams, Projekte
- Zentrale Plattform mit Microsite-Logik für Submarken (z. B. Marina, GEOTHERM)
- Karriere & Ausbildung in den Vordergrund
- Go-live: **1. Januar 2026**

Zielgruppen

Die Webseite richtet sich an verschiedene Zielgruppen, die sich in ihrer Ansprache, ihren Bedürfnissen und Erwartungen unterscheiden. Die Grundlage bildet die bewährte Zielgruppensystematik der KIBAG-Logik:

Öffentliche Auftraggeber & Behörden

Typ: Gemeinden, Kantone, Bund, Tiefbau- und Umweltämter

Bedürfnisse: Übersicht über Kompetenzen, Referenzen, Projektberichte, Nachweise, Zertifikate sowie klare Ansprechpartner und Ausschreibungsinformationen.

Tonalität: sachlich, professionell, vertrauenswürdig

B2B-Kunden aus Bau, Industrie und Gewerbe

Typ: Bauunternehmen, Planungsbüros, Generalunternehmungen, Immobilienentwickler

Bedürfnisse: schneller Zugang zu Leistungen, Technik, Preisen sowie Ansprechpartner und relevante Projektbeispiele

Tonalität: lösungsorientiert, kompetent, effizient

Privatpersonen

Typ: Hauseigentümer:innen, Bootsbesitzer:innen, Freizeitsuchende

Bedürfnisse: einfache Navigation, Preis- und Anfrageformulare, Inspiration und emotionale Inhalte

Tonalität: direkt, verständlich, visuell ansprechend

Jugendliche und junge Erwachsene

Typ: Lernende, Schüler:innen, Eltern

Bedürfnisse: Identifikation mit dem Unternehmen, Storytelling, Teamkultur sowie Inhalte in Form von Videos und Social-Media-Content

Tonalität: locker, motivierend, persönlich

Berufseinsteiger:innen und Fachkräfte

Typ: Uni-/FH-Absolvent:innen, Quereinsteiger:innen, Berufserfahrene

Bedürfnisse: Informationen zu Karrierewegen, Projekten, Bewerbungsprozessen sowie Einstiegsmöglichkeiten an verschiedenen Standorten.

Tonalität: modern, menschlich, zukunftsorientiert

Medien und Öffentlichkeit

Typ: Journalist:innen, Partner, Stakeholder

Bedürfnisse: Zugang zu aktuellen Informationen, Presse-Downloads und Imagepflege

Tonalität: transparent, klar, faktenbasiert

Fazit

Funktionen und Inhalte: Ausblick neue Webseite

- Weg von Onepager mit Ankerlink und weg von viel Content in PDFs
- Wichtigste Themen wie Team, Menschen und Standorte auf- und ausbauen
- Weniger Mengentext, mehr Platz für redaktionellen Inhalt
- Die bereits in grossen Mengen vorhandenen Newsmeldungen / redaktionellen Inhalte sowie das viele Videomaterial noch besser nutzen -> Blog / ansprechende Newsseite als Hub für die verschiedenen Kanäle wie Newsletters, Social Media etc.
- Eigenständige & differenzierende Bildwelt nutzen (vorhanden, ev. nochmals schärfen)
- Professionalität in der Bildwelt zeigt Qualitätsanspruch und schafft Vertrauen
- Mehr Bewegtbild für Emotionen und Aufmerksamkeit in der digitalen Kommunikation
- Website generell noch stärker auf die digitale und mobile Nutzung optimieren
- Zeitgemässes und interaktives Design
- Überprüfung und ggf. Anpassung Schriftarten, Schriftfarben und Gestaltungselemente in Bezug auf Lesbarkeit, Barrierefreiheit und mobile Nutzung
- Neue Hausschrift oder mindestens eine fürs Web optimierte Schrift sind zu prüfen
- Multisite-Setup für Subbrands (Marina, Golf, Kibeco, Entsorgungstechnik, ev. Entwässerungstechnologie etc.)

Die neue Webseite soll klar strukturiert, nutzerfreundlich und auf die unterschiedlichen Zielgruppenbedürfnisse abgestimmt aufgebaut sein.

Weitere Ziele der Webseite:

CMS & Backend-Anforderungen

Die Website muss auf einem **intuitiven, visuell bearbeitbaren CMS** basieren, das von der internen Kommunikationsabteilung **ohne Programmierkenntnisse gepflegt werden kann**.

Anforderungen aus Sicht der Redaktion:

- Visueller Editor / WYSIWYG-System (What You See Is What You Get)
- Live-Vorschau beim Erstellen und Bearbeiten von Seiten
- Drag-and-drop-Logik für Bilder, Absätze, Teaserfelder
- Module & Komponenten (z. B. Teaserbox, Galerie, Zitatfeld) sollen einfach einfügbar und verschiebbar sein
- Multimedia-Integration: einfaches Einfügen von Video, PDF, Links etc.
- Mehrsprachigkeit vorbereitet, auch wenn evtl. erst in Phase 2 benötigt
- Rollensystem: Benutzer:innen mit verschiedenen Rechten (Redaktion, Freigabe, Admin)
- Stabile, saubere Medienverwaltung (Bilder, PDFs, Videos etc.)
- Kurze Ladezeiten im Backend, auch bei grösseren Inhaltsmengen

Zeitplan

Ein Go-live der neuen Website (kibag.ch) auf den 1. Januar 2026 (oder bis Mai 2026) wäre ideal.