



Swissport startet mit Ibexa digital durch



Swissport International AG ist der führende Anbieter von Boden- und Luftfrachtabfertigungsdiensten weltweit. Das von internationalen Investment-Funds kontrollierte Unternehmen mit Hauptsitz im schweizerischen Opfikon in der Nähe des Flughafens Zürich erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von 3,13 Mrd. Euro. Die durch die COVID-19-Pandemie verursachten Beeinträchtigungen des internationalen Reiseverkehrs hatten das Unternehmen schwer getroffen, das sich jedoch rasch erholte. Ende 2021 war Swissport an 285 Flughäfen in 45 Ländern auf sechs Kontinenten präsent und beschäftigte weltweit 43.000 Mitarbeiter.

Die Vielfalt und geografische Ausdehnung der Aktivitäten von Swissport schlug sich in einem fragmentierten digitalen Fußabdruck nieder, der die Markenbotschaft schwächte. Am Vorabend der Pandemie, im Jahr 2019, startete das Unternehmen daher ein umfangreiches Projekt zum Rebranding und Relaunch der Website.

Der Luftfahrtienstleister Swissport hat sich bei der Modernisierung seines digitalen Auftritts für Ibexa DXP entschieden und nutzte die Gelegenheit, das gesamte digitale Corporate Design aufzufrischen. Hauptziel des Projekts war es, die wichtigsten Informationen und Hintergründe zu den Dienstleistungen und Standorten von Swissport über viele tausend Datenpunkte hinweg kohärent zu organisieren und darzustellen. Die Hauptsite bietet jetzt entsprechend der umfangreichen globalen Netzwerkstruktur des Unternehmens eine interaktive Karte sowie einen innovativen Nachrichten- und Multimediabereich, über den Besucher Inhalte der Website einfach in sozialen Medien teilen können.

Swissport ist in fünf Geschäftsfeldern auf 285 Flughäfen in 45 Ländern tätig und benötigte eine leistungsfähige und robuste DXP, die mit der Komplexität und dem schieren Volumen dieser Datenstruktur nicht überfordert ist.

Mein Team ist begeistert von dem attraktiven Frontend und ebenso sehr von dem einfach zu bedienenden Backend. Es ist sehr intuitiv, flexibel und schnell.

Christoph Meier, Head of Group Communications & Brand Management at Swissport



Herausforderungen

- Die veraltete TYPO3-Instanz verfügte über keine modernen DXP-Funktionen, sondern bot nur ein mangelhaftes, textorientiertes Redaktionssystem.
- Das nicht-responsive Design und die Navigation der Hauptseite waren öde und veraltet.
- Es machte einfach keinen Spaß, sich online mit Swissport zu beschäftigen.
- Es gab zu viele Websites, die auf zahlreichen Plattformen und Systemen liefen.
- Nachrichten und Medien-Feeds waren schlecht integriert und unpraktisch in der Nutzung für Journalisten und Investoren.



Projektübersicht

- Swissport evaluierte mehrere DXP-Anbieter und entschied sich für Ibexa aufgrund der Leistungsfähigkeit und Einfachheit.
- Die Netzwerk-Datenstruktur wurde auf Ibexa DXP migriert. Kundenspezifische Content-Objekte erleichtern den Redakteuren den Umgang mit der komplexen Inhaltsstruktur.
- Die Migration einzelner Länder-Sites zu Ibexa wurde gestartet.
- Die neue Website ging im Juli 2021 online.



Geschäftsvorteile

- Die System- und Plattforminfrastruktur wurde durch die Migration mehrerer Sites zu Ibexa und die Umstellung auf Ibexa Cloud vereinfacht.
- Einheitliches Design und eine attraktive Navigation über ein Mega-Menü, das sich wie eine Kinoleinwand ausdehnt und in das vertraute Burger-Menü-Symbol einklappt, verstärken das konsistente Branding von Swissport in den Bereichen Netzwerkdaten, News und Medien, Corporate und Investor Instances.
- Informationen zu Flughäfen und Dienstleistungen werden eleganter dargestellt und sind vor allem leichter zu finden.
- Das News- und Mediencenter ermöglicht das Herunterladen von Zip-Dateien mit einem Klick über einen für Besucher vertrauten „Einkaufskorb“.



Warum Ibexa?

Der Technologiepartner von Swissport, Comwrap Reply, empfahl Ibexa DXP als die richtige Plattform für dieses komplexe, contentlastige Projekt. Das Unternehmen prüfte jedoch darüber hinaus im Rahmen seiner üblichen Beschaffungsstrategie verschiedene Alternativen. „Ibexa und Comwrap Reply haben uns sofort davon überzeugt, dass wir Swissport im digitalen Bereich so gut positionieren können wie im realen Leben: Als weltweit bevorzugter Partner der Fluggesellschaften bei Bodendiensten“, sagt Christoph Meier, Head of Group Communications & Brand Management bei Swissport. „Das Projektergebnis gibt uns Recht. Wir haben jetzt eine flexible, leistungsfähige Lösung, die nicht so schwerfällig und überladen ist wie vielleicht andere traditionelle, ältere Systeme.“

Ein weiterer Vorteil war, dass die Ibexa DXP sowohl On-Premise, wie von Swissport ursprünglich beabsichtigt, als auch in der Cloud eingesetzt werden kann, wofür man sich schließlich entschied. Der Ibexa Platinum Partner Comwrap Reply entwickelte die Website bereits vor deren Freigabe auf der Ibexa DXP 3.0. Dadurch konnte Swissport seine Website auf der neuesten Ibexa-Technologie relaunchen und die Unterbrechungen einer mittelfristigen Migration vermeiden.

Millionen dienen

„Viele Menschen kommen mit uns in Kontakt, ohne es zu wissen“, erklärt Christoph Meier, Head of Group Communications & Brand Management bei Swissport. „Vor der Pandemie hat Swissport für über 265 Millionen Flugpassagiere an Hunderten von Flughäfen auf allen sechs Kontinenten erstklassige Bodendienste erbracht.“

Dies ist jedoch nicht der Hauptteil der Aktivitäten. „Der andere Geschäftsbereich von Swissport ist die Luftfracht“, so Meier. „Wir betreiben über 100 Luftfrachtzentren und bewegen insgesamt fast 5 Millionen Tonnen Fracht von den Lkw zu den Flugzeugen oder umgekehrt, einschließlich aller wertschöpfenden [Aktivitäten] wie der Zollabfertigung.“

Das Unternehmen betreibt außerdem rund 60 Aspire-Flughafenlounges und bietet hier Services für Geschäftsreisende an.

Wir steckten in den frühen 2000er Jahren fest und brauchten einen technischen Relaunch für unsere digitale Präsenz und eine Markenauffrischung, die uns in die 2020er Jahre brachte.

Christoph Meier

Head of Group Communications & Brand Management, Swissport





Eine flexible, leistungsstarke digitale Lösung

„Dies ist nur ein kurzer Einblick in die faszinierende Welt von Swissport und das breite Portfolio an Dienstleistungen in unserem Netzwerk, die wir vor dem Relaunch nicht sehr effektiv kommuniziert haben“, so Meier weiter.

Viele der Standorte von Swissport unterhielten zudem eigene Websites auf einer Vielzahl von Plattformen und Investoren- und Medieninformationen waren schlecht in die Hauptseite von Swissport integriert.

„Wir hatten das Gefühl, Anfang der 2000er Jahre, also noch vor der Entwicklung in Richtung „Mobile First“, festzustecken. Wir benötigten daher einen technischen Relaunch unseres digitalen Auftritts und eine Markenerneuerung, die uns ins direkt ins Jahr 2020 katapultiert“, erläutert Meier.

Grünes Licht für dieses Vorhaben wurde 2019, am Vorabend der Pandemie, erteilt.

Swissport suchte daraufhin nach einem technischen Partner und einer DXP-Lösung, die der enormen Aufgabe gewachsen wäre. Die neue globale Unternehmenswebsite sollte schließlich den vielfältigen Erwartungen der vielen externen und internen Stakeholder von Swissport gerecht werden: Fluggesellschaften, Passagieren, Frachtunternehmen und Spediteuren, aber auch potenziellen Mitarbeitern, Medien und natürlich der breiten Öffentlichkeit – in allen Regionen. Über allem stand das klar formulierte Ziel, dies alles auf eine benutzerfreundliche, unterhaltsame, flüssige und reaktionsschnelle Weise zu realisieren.

Das Unternehmen evaluierte potenzielle DXP-Plattformen. „Wir haben uns verschiedene mögliche Partner und Lösungen in einem sehr geordneten Auswahlprozess angeschaut“, erklärt Meier. „Ibexa und Comwrap Reply haben uns sofort davon überzeugt, dass wir Swissport im digitalen Bereich so gut positionieren können wie im realen Leben: Als weltweit bevorzugter Partner der Fluggesellschaften bei Bodendiensten. Das Projektergebnis gibt uns Recht. Wir haben jetzt eine flexible, leistungsfähige Lösung, die vielleicht nicht so schwerfällig und überladen ist wie andere traditionelle, ältere Systeme.“

Ibexa und Comwrap Reply haben uns sofort das Vertrauen gegeben, dass wir Swissport in der digitalen Sphäre so positionieren können, wie es im realen Leben der Fall ist: Der weltweit bevorzugte Partner für Bodendienste von Fluggesellschaften.

Christoph Meier
Head of Group Communications & Brand Management, Swissport





Vermittlung der faszinierenden Welt von Swissport

Implementiert wurde die Ibexa DXP-Technologie von Comwrap Reply, einer führenden deutschen Digitalagentur und Ibexa Platinum Partner.

„Die mit Abstand größte Herausforderung war die Komplexität des Swissport-Netzwerks“, erläutert Markus Saalwächter, Projektleiter und Principal Project Manager bei Comwrap Reply. „Vor der Migration auf Ibexa DXP waren diese Daten lediglich eine Liste von Flughäfen auf einer TYPO3-Website. Das war gelinde gesagt nicht benutzerfreundlich und die Informationen waren oft auch veraltet.“

Mit der neuen Website sind die Daten nun viel leichter zugänglich. Eine Weltkarte zeigt die Anzahl der Flughäfen, auf denen Swissport in verschiedenen Regionen tätig ist: 47 in Westeuropa, sechs in Südafrika. Beim Klick auf Durban erscheinen zwei benutzerdefinierte Content-Objekte; „Passagierdienste“ und „Vorfeldabfertigung“.

„Diese Content-Objekte verwenden wir auch im Backend. Die Baumstruktur ist sehr umfangreich und die Icons vereinfachen den Redakteuren die Orientierung in dieser langen Liste“, so Saalwächter weiter.

Für jeden Service an jedem Flughafen bietet die Seite detaillierte Kontaktinformationen. Im Fall der Swissport-Passagierdienste in Durban, Südafrika, erhält man beispielsweise den Namen und die Kontaktdaten des kaufmännischen Leiters, des Betriebsleiters, des amtierenden Chief Operations Officer und des Personalleiters.

„Dies ist eine unglaubliche Ressource für die Kunden von Swissport mit Tausenden von Details auf Knopfdruck“, sagt Saalwächter. „Natürlich kann alles nach Region/Land und Service oder beidem gefiltert werden.“

Eine weitere Neuerung auf der neugestalteten Website ist das Nachrichten- und Medienzentrum, das in Ibexa DXP mit einem Headless-Ansatz erstellt wurde. „Alle Informationen können über eine API abgerufen werden, denn wir denken, dass es dafür in Zukunft Anwendungsfälle geben wird – zum Beispiel, um Nachrichten aus dem Intranet, das auf SharePoint läuft, zu pushen oder abzurufen.“

Wir sind beeindruckt, wie einfach es für die Nutzer weltweit ist, Inhalte zu bearbeiten und neue Seiten für unterschiedliche Zwecke auf Basis der vorhandenen Page-Builder-Blöcke zu erstellen. Wir sind nicht von Entwicklern abhängig, sondern können im täglichen Betrieb selbstständig arbeiten.

Christoph Meier
Head of Group Communications &
Brand Management, Swissport



Berücksichtigung der unterschiedlichen Erwartungen externer und interner Interessengruppen

Journalisten können auf den Swissport-Newsroom zugreifen und nach Storys, Unternehmensberichten, Fotos und Videos suchen („gruppiert nach Service im Multimedia-Center“, ergänzt Saalwächter), diese mit einem einzigen Klick in einen Medienkorb ziehen und als Zip-Datei herunterladen.

Auf der gleichen Instanz von Ibexa DXP läuft auch ein Investorenportal, das aber nur mit einem persönlichen Log-in zugänglich ist.

Die neue Swissport-Website wurde im Juli 2021 gelauncht, gerade als sich die Weltwirtschaft und der internationale Reiseverkehr wieder zu öffnen begannen. „Mein Team ist begeistert von dem attraktiven Frontend und ebenso sehr von dem einfach zu bedienenden Backend. Es ist sehr intuitiv, flexibel und schnell. Man kann problemlos andere Dinge in die Plattform einbinden und die Ibexa DXP dann als einheitliches Backend nutzen“, zeigt sich Meier zufrieden.

Ganz abgeschlossen ist das Projekt allerdings noch nicht. Derzeit ist die Website nur in englischer Sprache verfügbar, aber eine spanische und eine französische Version werden voraussichtlich bald folgen. „Wir werden noch weitere länderspezifische Seiten für Swissport erstellen“, sagt Saalwächter. „Es gibt außerhalb der Ibexa DXP immer noch eigene Seiten, zum Beispiel für Israel und Finnland. Das ist aber nicht notwendig. Am Ende soll es nur eine einzige Seite für die gesamte Swissport-Gruppe geben – und zwar in Ibexa DXP.“

Mein Team ist begeistert von dem attraktiven Frontend und ebenso sehr von dem einfach zu bedienenden Backend. Es ist sehr intuitiv, flexibel und schnell.

Christoph Meier
Head of Group Communications & Brand Management, Swissport



Wir unterstützen nicht nur unsere Kunden dabei, sich zu verändern und weiterzuentwickeln, sondern leben dies in allen Bereichen von Comwrap Reply – von unserer Unternehmensstrategie bis hin zur persönlichen Entwicklung jedes einzelnen Mitarbeiters.

Jeder bei Comwrap Reply legt großen Wert auf kontinuierliche Entwicklung. Deshalb halten wir die Balance zwischen Spitzenleistungen im Team und professionellem Wettbewerb einerseits und Eigenverantwortung, positiver Fehlerkultur und Experimentierfreude andererseits.

Comwrap Reply GmbH
Hanauer Landstraße 126-128
60314 Frankfurt am Main
Germany

+49 (0) 69 380 795 200
www.comwrap.com