



Presse-Information

W. Neudorff GmbH KG
Pressestelle

An der Mühle 3
31860 Emmerthal · Germany
Tel. +49 (0) 5155/624 4160
Fax +49 (0) 5155/60 10
info@neudorff.de
www.neudorff.de

Gesucht, geklickt, gefunden

Neudorff relauncht seine Website mit neuem Design und Tool

Neudorff ist immer am Puls der Zeit und nah an den Bedürfnissen von Garten-Menschen und Balkon-Freunden. Dadurch ist das Unternehmen zu einer Branchengröße geworden, die ein zuverlässiger Partner rund um grüne Themen ist. Nun präsentiert Neudorff seine Website mit neuem Look und neuer Nutzerführung. Dabei hat sich nicht nur die Gestaltung geändert, es gibt auch ein neues Tool.

"Wir freuen uns, mit der neuen Website noch mehr Service und User-Experience anzubieten", sagt Michael Horn, Head of Digital bei Neudorff. "Wir haben intensiv daran gearbeitet, die Nutzerführung anzupassen und Themen noch zielgenauer auffindbar zu machen." Hilfreich war dabei vor allem der direkte Kontakt, den Neudorff seit jeher zu Garten-Menschen und Balkon-Freunden pflegt. So erkannte das Unternehmen Wünsche und Bedarfe der User schnell. Durch ein viel übersichtlicheres und bedienerfreundlicheres Layout finden Nutzer nun noch schneller passende Produkte, Themen und Serviceangebote zu den Bereichen Garten, Balkon und Indoor. Dazu zählen hauseigene Formate wie der Podcast "Einfach natürlich gärtnern" und der Youtube-Kanal "Natürlich im Garten". Auch das Forum mit mehr als 5.000 Beiträgen ist weiterhin online.

Neu ist hingegen der [Pflanzenfreund](#). Er bündelt ab sofort alle Tools, die Garten-Menschen bei akuten Fragen und Problemen helfen. So finden User bewährte Service-Angebote wie den Pflanzenfinder oder den Pflanzendoktor in Zukunft noch schneller.

Neudorff ist mit seinem stetig wachsenden Online-Serviceangebot und dessen Bündelung auf der neuen Website auf dem richtigen Weg. Das beweist auch ein Blick auf das veränderte Konsumverhalten. "Es geht heutzutage viel stärker um Lösungen für bestimmte Lebensthemen. Marken müssen dahingehend umdenken und hyperpersonalisierte Lösungen anbieten", sagt Judith Barbolini. Sie ist Mitglied der Geschäftsleitung beim rheingold Institut und beschäftigt sich dort intensiv mit dem sogenannten "Seamless Consumer". Er repräsentiert die neue, hochindividualisierte Zielgruppe, die Unternehmen heutzutage mit maßgeschneidertem Content erreichen müssen. "Individualität ist eine neue Währung".