

**Konzept
+
Design**

Natacha Lips

IAD11



Inhaltsverzeichnis

01 - Ausgangslage und Ziele

4 - Ausgangslage und Ziele

02 - Interne Analyse

6 - Arijiju

7 - Die Lodge

8 - Nutzer

03 - Externe Analyse

10 - Direkte Konkurrenz

11 - Indirekte Konkurrenz

12 - Best Practices

13 - Tourismus

04 - Digitale Analyse

15 - Content Strategie

16 - Mobile Strategie

16 - Soziale Medien Strategie

17 - Service Strategie

17 - Vermarktungs Strategie

18 - SEO Strategie

05 - Herleitung

20 - Leitgedanken

20 - Lösungsansätze

06 - Skizzen und Wireframes

22-24 - Skizzen

25 - Wireframes

26 - Design Spezifikationen

07 - Design

28-38 - Design

08 - Schriftliche Erklärung

39 - Schriftliche Erklärung

Ausgangslage und Ziele

Ausgangslage / Aufgabe

Das Arijju House ist in einem Überarbeitung Prozess von ihrer Webseite. Die Webseite soll das Feeling von Luxus, Exklusivität und Architektur übermitteln. Mit einer neu überarbeiteten Übersichtsseite der Angebote sowie eine detaillierte Einzelangebotsseite soll eine Steigerung in den Anfragen sowie eine Erhöhung der Sichtbarkeit gewährleistet werden. Die potenziellen Kunden sollen durch die Übersichtsseite der Angebote Lust bekommen direkt die Reise zu buchen und sich darauf freuen. Die neue Webseite soll sich besonders an Architekturliebhaber, Luxusreisende und Abenteuerlustige richten.

Ziele

Folgende Ziele bilden die Grundlage für die Konzeptions- und Entwicklungsphase des Projektes:

- Die Angebotsseite soll attraktiv gestaltet sein um potenzielle Kunden dazu zu überleiten eine Reise zu buchen.
- Durch das Schaffen eines Gleichgewichtes von visuellen und textlichen Inhalten soll der Informationsgehalt der Website verbessert werden und dadurch die Sichtbarkeit auf Google erhöhen.
- Bild- und Textsprache der Website sollen den Luxus der Lodge widerspiegeln.
- Die Angebote der Aktivitäten sollten übersichtlich und informativ sein.

Interne Analyse

Interne Analyse

Arijiju

Arijiju ist eine luxus Safari-Lodge auf dem Laikipia Plateau mitten in Kenia. Am Fusse des Mount Kenia erstreckt sich über 12'000 Hektaren die Weite des Borana Naturschutzgebietes, wo sich das Anwesens Arijiju coumouflageartig an den Südhang des gleichnamigen Hügels schmiegt. Zehn Jahre lang wurde an der Lodge gebaut, bis der Luxus-Standard erreicht wurde, den sie seit 2016 für Gäste anbieten.

Der Bau aus roh behauenen Steinen und begrünten Dächern mit Design-Elementen, wie Kreuzgängen mit Gewölbedecken und dem Innengarten, wurde von französischen Klöstern und äthiopischen Felsenkirchen inspiriert. Die Einrichtung ist in erdigen Farbtönen gehalten und der rustikal afrikanische Stil wird mit extravaganten europäischen Einzelheiten geschmückt. Alle hallenartigen Zimmer sind gleichermaßen luxuriös ausgestattet und bieten Ausblick auf den Mount Kenia.

Die Lodge bietet Platz für bis zu zehn Gästen und kann nur exklusiv als Ganzes gemietet werden. Die Besucher haben die Freiheit, jeden Tag selbst zu planen.

Die Mitarbeitenden sind rund um die Uhr für sie zuständig, um allen Wünschen gerecht zu werden.

Erreicht werden kann Arijiju mit dem Flugzeug bis nach Lewa, von dort ist man mit dem Auto in 90 Minuten bei der Lodge. Mit Privatflügen erreicht man die 15 Minuten entfernte Borana-Landebahn oder direkt mit dem Helikopter bis zur Lodge.

Der Inhaber von Arijiju, ein nigerianischer Geschäftsmann, plante das Retreat für Familien und Gäste mit der Vision, jegliche Profite in den Naturschutz von Borana fließen zu lassen. Das Gebiet ist bekannt für seine Rhino-Population und ist ein Schutzgebiet für viele weitere bedrohte Tierarten wie Elefanten, Löwen oder Geparde. Die Borana-Conservancy-Organisation ist eine Nonprofit-Organisation, die sich der nachhaltigen Erhaltung der Tierwelt und deren Lebensräumen widmet. Auch die Rhino-Task-Force, die sich dem Kampf gegen Wilderei stellt, ist ein Hauptanliegen des Inhabers von Arijiju.



Interne Analyse

Die Lodge

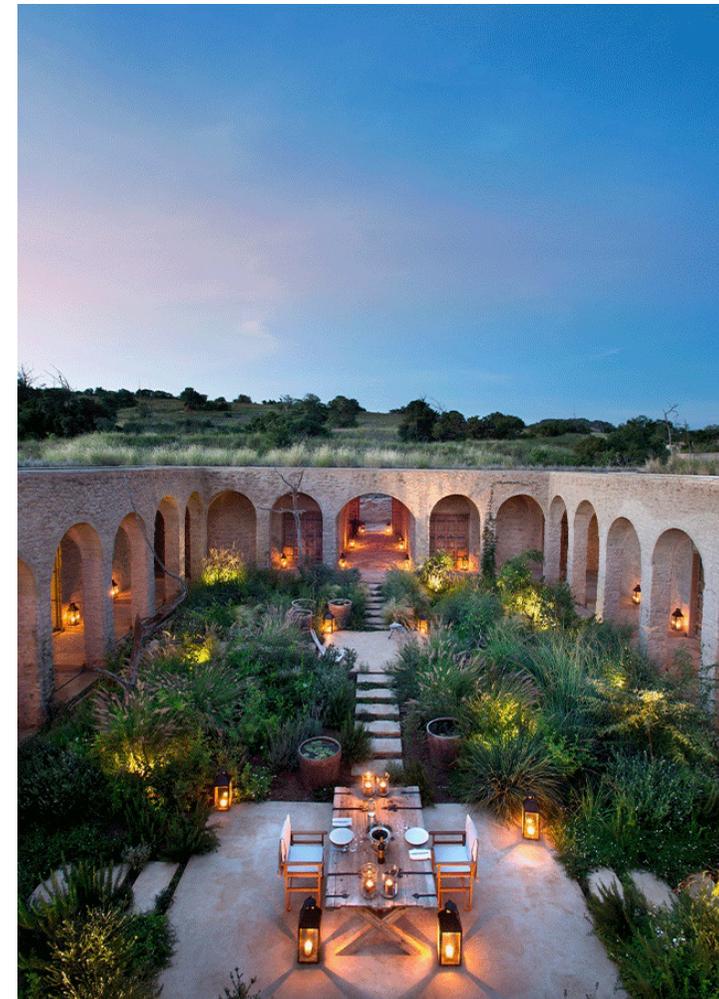
- 3 Suiten im Anwesen, 2 Suiten in Gästehäusern, 1 Rooftop-Suite unter den Sternen
- Speisesaal, Aufenthaltsraum, Wohnbereich, Bibliothek, Kino, Spa, Massage- und Kosmetik-Bereich, Gym, türkisches Hamam, Yoga-Deck, Pool, Innengarten, Bar
- 14 Mitarbeitende
- Küche: gesunde und leichte Ottolenghi-Style Küche: Frühstück, Mittagessen, Abendessen

Ausflugsangebot

- Pirschfahrten
- Helikopter-Safari
- Fliegenfischen mit Picknick
- Trail running: mit Support-Auto und -Ranger
- Reit-Touren
- Wanderungen durch den Ngare Ndare Wald mit baden in türkiesen Seen oder Spaziergang durch die Lüfte mit Seilbrücken an den Bäumen.
- Mountainbike-Touren
- Quad-Bike-Touren
- Drei bis vier Tage Wanderung auf Mount Kenia

Preise

- \$ 7500 pro Nacht für sechs Gäste, weitere Gäste \$ 600 pro Nacht
- Private Guides oder Piloten: \$100 pro Person pro Nacht

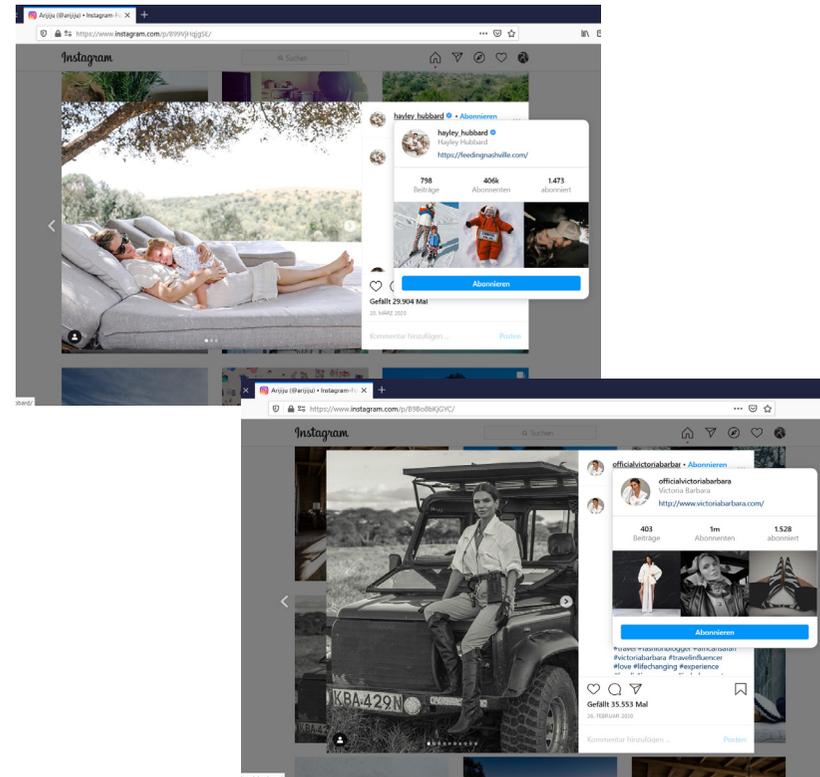


Interne Analyse

Nutzer

Kenia hatte im Jahr 2017; 1.364.000 Touristen. Die Einnahmen aus dem Tourismus betragen im Jahr 2017; 916.000.000 USD. Im Schnitt hat jeder Tourist ein Budget von ca. 671 USD.

Bei einem Betrag von CHF 8169 bis 9531 / 9233.33 bis 10761.12 USD (Tageskurs per 8.1.21) pro Nacht für 6 Personen, oder 1538 bis 1793 USD pro Person, liegt das Arijiju House deutlich über den Schnitt. Somit ist es klar der Oberschicht vorbehalten. Bei der Zielgruppe handelt es sich somit um Gutverdiener, Aktionäre, Geschäftsleute und VIP's, welche dem Alltag entfliehen und zu gegebenen Zeiten Flora und Fauna entdecken wollen. Durch ihre Instagram Account Verlinkungen findet man auch schnell die einte oder andere Person, welche in den Sozialen Medien eine grosse Followerzahl genießt und im Arijiju House Ferien macht und alles dabei dokumentiert. Die Nutzergruppe ist somit sicherlich mindestens 18 Jahre alt und hat das Geld oder das Budget und kommt wegen der Flora/Fauna oder einfach um abzuschalten.



Fazit Interne Analyse

Die Arijiju Lodge im Borana Naturschutzgebiet wurde mit der Vision erbaut, ein Luxus-Retreat zu schaffen, von dem alle Profite der Borana Conservancy zukommen. Der Schutz von bedrohten Tierarten und das luxuriöse Angebot der Lodge sind die wichtigsten Anliegen des Inhabers von Arijiju. Mit der rustikalen Architektur und dem luxuriösen Design reiht sich das Anwesen perfekt in die Landschaft von Laikipia ein und stört den Lebensraum der Tiere nicht. Das grosse Angebot der Ausflugsmöglichkeiten und der hochwertige Service der Arijiju Lodge lässt den wohlhabenden Gästen aus der ganzen Welt nichts zu wünschen übrig. Aus ihren Sozialen Medien und denn Statistiken kann mau daraus schliessen, dass vorallem wie schon angedeutet wohlhabende Gäste in der Arijiju Lodge ihre Ferien verbringen.

Quelle:

<https://www.swissafrikan.ch/kenya/camps/arijiju-house/>

<https://knoema.de/atlas/Kenia/topics/Tourismus>

Natacha Lips - IAD11

Externe Analyse

Externe Analyse

Direkte Konkurrenz

Borana Lodge:

Die Borana Lodge liegt zentral im Borana Naturschutzgebiet mit einer wunderbaren Aussicht auf den Mount Kenia. Die Lodge umfasst vier Cottages und zwei Familien Cottages, alle mit Veranda und Feuerstellen. Auch hier wird eine grosse Aktivitätsauswahl geboten:

- Reit Ausflüge mit oder ohne Übernachtung
- Safari Tour in Auto
- Geführter Spaziergang
- Mountainbiking
- Farm Touren
- Familien Aktivitäten wie Schwimmen, Kochen und Fluss erkunden alles gedacht für mit kleinen Kindern
- Rhino Tracking
- Anti-Wilderer unterstützen
- Massai besuchen
- Schule besuchen
- Mobile Krankenstation besuchen
- Tour durch den Ngare Ndare Wald

Preise auf Anfrage

<https://www.borana.co.ke/>



Lengishu Lodge:

Die Lodge besitzt ein Luxus Familienhaus und vier dazugehörige Cottages, welche im Herzen von Kenia inmitten des Borana Naturschutzgebiet liegt. Die Lengishu Lodge bietet eine grosse Auswahl an Aktivitäten an:

- Rhino Tracking
- Rangers bei der Arbeit begleiten
- Tour durchs Hauptquartier vom Naturschutzgebiet
- Besuch bei den Massai
- Besuch einer Schule
- Aussichtsflug über Suguta Valley mit Stopp beim Elefanten Heim
- Flug zum Kipsing Fluss und von dort gibt es eine Quad Tour
- Reiten
- Geführter Spaziergang mit Picknick
- Safari Tour in Auto

Preise High Season: Exklusive Nutzung der Lodge bis zu sechs Personen: 9500\$

<https://www.lengishu.com/>

Externe Analyse

Indirekte Konkurrenz

Lewa Wildlife Naturschutzgebiet, liegt neben dem Borana Naturschutzgebiet. Das Lewa Conservancy befindet sich nördlich von Mt. Kenia und grenzt an das Laikipia Plateau. Es bietet eine faszinierende Savannenlandschaft, in der nahezu täglich Zebras, Giraffen, Elefanten, aber auch die seltenen Grevyzebras und Nashörner zu sehen sind. Egal ob Spitzmaul- oder Breitmaulnashorn - beide Gattungen sind sehr häufig anzutreffen. Die Tiere in der Region des Lewa Wildlife Conservancy in Kenia sind nicht scheu und können von den nur wenigen Gästen vor Ort exklusiv beobachtet werden. Auch Löwen Sichtungen sind keine Seltenheit. Lewa House ist eines der verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten im Lewa Schutzgebiet.

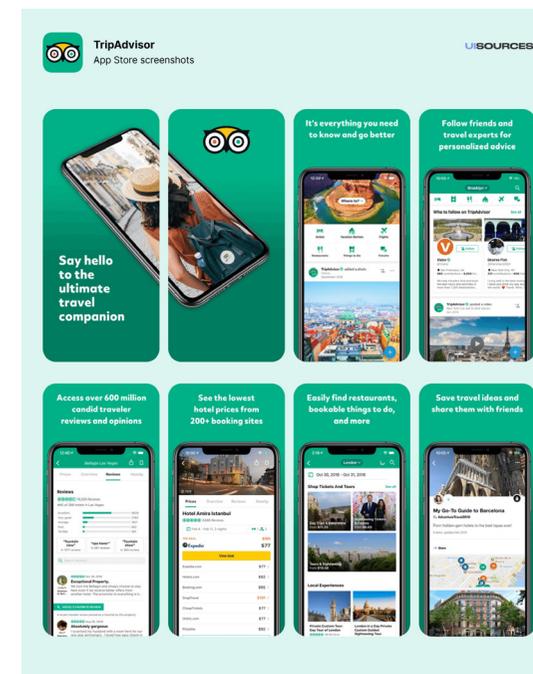
Das Lewa House bietet unter den diversen Aktivitäten auch Fotografie Touren an, welches es als Reiseziel für Fotografen macht. Die Lodge ist nicht so sehr auf Luxus ausgelegt wie das Arijju House sondern mehr auf die Nachhaltigkeit und Natur.

<https://lewhouse.com/>



TripAdvisor ist bekannt für die vielen verschiedenen Tipps und Angebote rund um die Welt. Nicht nur bieten sie Restaurant Tipps und Empfehlungen an, sondern man kann direkt über ihre Seite Aktivitäten buchen, welche zum Teil auch sehr luxuriös sein können.

<https://www.tripadvisor.ch>



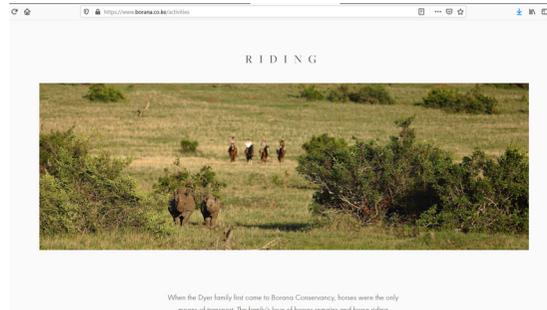
Externe Analyse

Best Practices / Benchmarks

Als Best Practices habe ich zwei Kategorien, eine ist für die Layoutgestaltung einer Erlebnissangebotsseite und die andere Kategorie ist für die visualisierung von Luxus auf Hotelseiten.

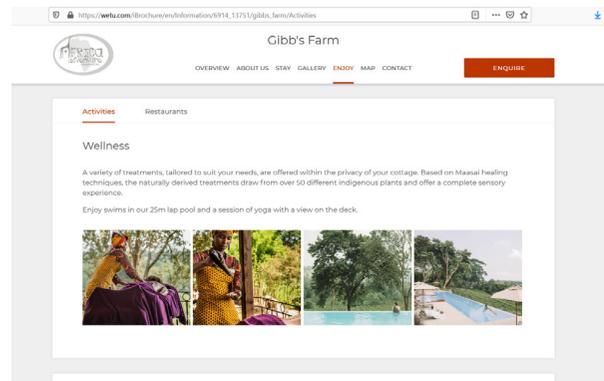
Die Webseite von Borana hat ein sehr schönes und gut Strukturier-tes Design, welches einen Roten Faden durch die ganze Gestaltung hat. Die Aktivitäten Seite ist sehr ansprechend und verfügt über beeindruckende Bilder.

<https://www.borana.co.ke/activities>



Das schlichte und minimale Design dieser Seite zeigt alle verfügbaren Aktivitäten auf einem Blick und hat eine kleine Galerie bei jeder Aktivität dazu welche auf den ersten Blick sehr ansprechend sind.

https://wetu.com/iBrochure/en/Information/6914_13751/gibbs_farm/Activities



Adriatic Luxury Hotels ist eine Hotelline der besonderen Art. Es handelt sich hierbei um eine Sammlung der luxuriösesten Hotels in ganz Dubrovnik, Kroatien. Die Website ist modern, aktiv und widerspiegelt den hohen Standard, welche die Hotelline ansetzt.

<https://www.adriaticluxuryhotels.com/>

Das Botango Hotel liegt im Südtirol, Italien. Im Gegensatz zu den anderen Hotels, die hier aufgelistet sind, handelt es sich hierbei nicht um ein Luxushotel. Die Website wirkt modern, frisch und leicht. Sie ist übersichtlich und erlaubt dem User eine einfache Nutzung.

<https://www.botango.it/>



Das Stregis Hotel in Venedig, Italien. Auch dieses Hotel gehört zu der teuren Sorte. Die Website ähnelt leicht den Adriatic Hotels in Dubrovnik. Die Interaktivität und Führung auf der Website sind für den Nutzer sehr angenehm. Das Design ist schlicht, modern und an der Architektur des Hotels angelehnt.

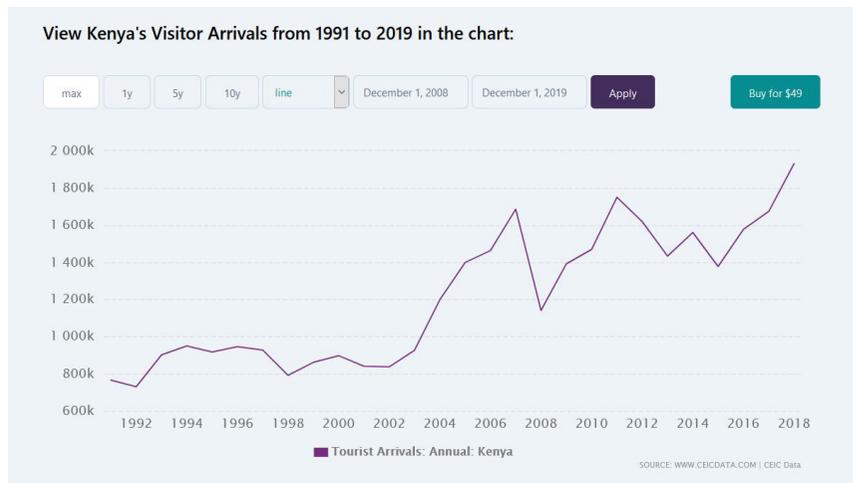
<https://cultivatingthevanguard.com/>



Externe Analyse

Tourismus Kenia

Der Tourismus in Kenia hatte in den letzten 30 Jahre immer wieder seine Up and Downs. Dennoch ist Kenia ein beliebtes Reiseziel vor allem für die Safari Touren, da in Kenia die Big Five zuhause sind. Diese lockten eine Zeitlang viele Wilderer an und die zerstörten das Wildlife von Kenia, das und Terrorismus beängstigen viele Touristen. Dank einer Anti-Wilderei-Kampagne sanken die Zahlen der illegal gejagten Tiere stark und der Tourismus nahm wieder zu. Kenia ist nicht nur für seine Safari Touren bekannt, sondern auch für die Strände, Kultur und den verschiedenen Naturschutzgebieten, in welchen man wunderschöne Lodges findet.



Fazit Externe Analyse

Kenias Touristikbranche hatte in den letzten Jahren einen klaren Anstieg, damit sind sicher auch die verschiedenen Möglichkeiten wie man in diesem Land Ferien machen kann beteiligt. Die Gelegenheit in einem Luxus Lodge seinen Aufenthalt zu verbringen ist nicht jedem möglich, daher sind die Lodges nicht sehr verbreitet. Trotzdem sind sie bei den richtigen Personen sehr beliebt, da sie vor allem Wert auf Exklusivität, Luxus und spektakuläre Erlebnisse legen.

Digitale Analyse

Digitale Analyse

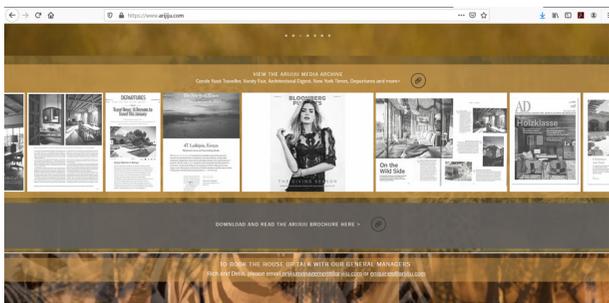
Content Strategie

Die Webseite setzt sich aus grossen Bildern und jeweils kurzen Texte zusammen. Eine klassische Navigation, wie wir Sie von anderen Webseiten kennen, wurde nicht eingesetzt. Dadurch ist die User Experience ziemlich erschwert und das Navigieren auf der Website ist lediglich durch Scrollen möglich. Gezielt nach Informationen auf der Webseite suchen ist nicht möglich. Die Bilder, die die Arijju Lodge in Kenia auf der Webseite einsetzt, haben zwar eine grosse Qualität, jedoch ohne Text kann man das Angebot nur erahnen. Während dem Besuchen der Webseite werden jedoch die Hauptaussagen der Arijju Lodge klar.

Die Webseite setzt sich grundsätzlich neben einem klassischen Header und einem Footer mit Kontaktmöglichkeiten aus weiteren sechs Bereichen zusammen:

Räumlichkeiten: In einem ersten Bereich wird mittels eines Bildes für die luxuriösen Innen Räumlichkeiten geworben. Ausserdem wird mit einem kleinen Satz kurz erklärt für was Arijju steht.

Angebot: In einem weiteren Bereich werden kurz die Angebote der Lodge angeschnitten.
Umgebung: Scrollt man weiter nach unten wird das 97'000 Hektar grosse Naturschutzgebiet, welches die Lodge umzingelt, vorgestellt. Dieser Teil wird durch einen etwas längeren Fliesstext zusätzlich ergänzt.



Testimonial: Weiter unten trifft man einen grossen Slider an, der sich aus Bildern und kurzen Sätzen/Zitaten zusammensetzt. Dieser Bereich könnte auch als Testimonial Bereich, in dem Sätze von Kunden oder Angestellten aufgegriffen werden, interpretiert werden. Ganz klar wird dieser Bereich aber nicht.

Darstellung in den Medien: Weiter wird ein Slider eingesetzt, der Zeitungsartikel umfasst, in der die Arijju Lodge thematisiert wurde.

Broschüre: Zum Schluss wird ein Download Link der Broschüre zur Verfügung gestellt. Die Gestaltung der Broschüre folgt demselben Prinzip – grosse Bilder, kleine Texte. Im Unterschied zu der Webseite verfügt die 48 Seiten lange Broschüre über einen etwas höheren Informationsgehalt. Die Broschüre behandelt folgende Thematiken:

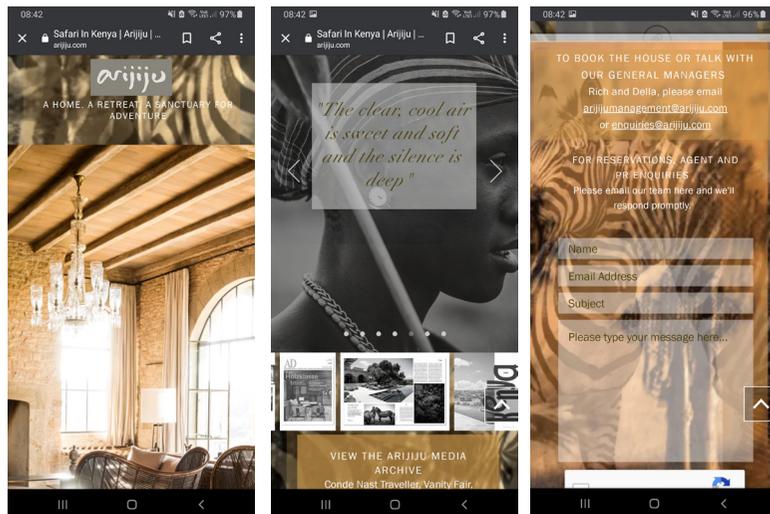
- Laikipia County: Umgebung, Geschichte der Lodge etc.
- Living Areas: Vorstellung Main lounge, Dining room, Bar-Ecke
- Dining
- Comms and Media
- The home: Vorstellung Zimmertypen
- The constellation suite
- The retreat
- Adventures
- Visit
- Fact-Sheet



Digitale Analyse

Mobile Strategie

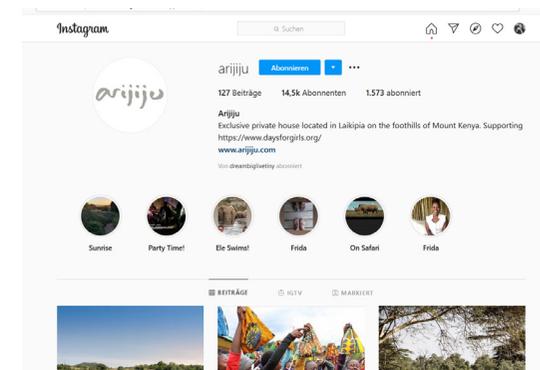
Die Webseite wurde für mobile Geräte optimiert, auch wenn es im ersten Moment nicht danach aussieht. Durch das Justieren des Browserfenster ist keine mobile Optimierung erkenntlich. Wenn man die Webseite jedoch auf dem Smartphone aufruft, wird die Webseite sauber ausgegeben. Dennoch kann leider von keiner wirklichen Mobilien Strategie gesprochen werden. Die Inhalte werden zwar nicht abgeschnitten bzw. es ist kein vertikales Scrollen auf der Webseite nötig, dennoch werden die Bilder meist höher als die Bildschirmhöhe publiziert, was bedeutet, dass ein Bild nur durch Scrollen ganz erkennbar ist. Ausserdem wurden die kurzen Sätze, welche auf Desktop dem Verständnis des Angebotes halfen auf der mobilen Webseite komplett ausgeblendet. Das bedeutet die Webseite ist grundsätzlich eine Sammlung von Bildern, die untereinander ausgegeben werden. Ein wirkliches Verständnis für das Angebot oder für die Lodge wird für Smartphone Users somit nicht geboten.



Social Media Strategie

Grundsätzlich ist die Arijju Lodge im Internet durchaus anzutreffen und verbreitet. Das heisst jedoch nicht gezwungenermassen, dass die Lodge auf allen Social-Media-Kanälen selbst vertreten ist. Einen eigenen Account betreibt Arijju nur auf Facebook und Instagram. Die Facebookseite der Lodge wurde im Januar 2020 erstellt. Seither wurden lediglich 7 Beiträge gepostet, von welchen nur zwei Fotos der Lodge umfasst. Die Facebookseite wird nicht aktiv genutzt, was auch die tiefe Abonnentenzahl von 371 Personen (Stand: 8. Januar 2021) bestätigt.

Hingegen auf Instagram hat Arijju 127 Beiträge gepostet. Die Beiträge setzen sich aus qualitativen Bildern zusammen in der die Angebote, die Innen Räumlichkeiten sowie die An gestellten der Lodge näher vorgestellt werden. Es kann jedoch kein regelmässiges Zeitintervall zwischen den Postings festgestellt werden. In manchen Monaten wird nur ein Bild gepostet in Andere sogar drei bis vier. Mit einer Abonnentenzahl von 14'400 (Stand 8. Januar 2021) und den aktiven Kommentaren von Abonnenten unterhalb von Postings ist dieser Account jedoch ziemlich erfolgreich. Neben den eigenen Social-Media-Kanälen werden aber auch Fotos der Lodge auf anderen Social-Media-Kanälen gerne gepostet. Dabei wird die Lodge jeweils auch namentlich erwähnt. Es handelt sich hier um Postings von ehemaligen Feriengästen oder etwa auch von Afrikanischen Safari Spezialisten usw., die ihre Erfahrungen teilen.



Digitale Analyse

Service Strategie

Der Hauptnutzen der Webseite besteht darin Fotos zu den Räumlichkeiten und Angeboten von Arijju Lodge zu publizieren. Es handelt sich hierbei um keine informative Webseite, die einen Benutzer dabei unterstützt seine/ihre Ferien zu planen.

Des weiteren verfügt die Webseite über keinen Newsletter oder FAQ-Bereich die dafür genutzt werden könnten, den Benutzer auf der Webseite mit wichtigen Informationen zu versorgen.

Einzig zu unterst der Webseite werden die beiden E-Mail-Adressen der Manager publiziert. Diese sollen eingesetzt werden, wenn man das Haus buchen oder mit dem Manager Kontakt aufnehmen möchte. Gleich darunter befindet sich zusätzlich noch ein Kontaktformular. Dieses bietet die Möglichkeit für Reservierungen, Agent- oder PR-Anfragen Kontakt mit dem Team der Arijju Lodge aufzunehmen.

Quelle:

<https://www.nytimes.com/interactive/2017/travel/places-to-visit.html>

Vertriebs- und Vermarktungsstrategie

Vorneweg kann man sagen das Arijju House macht definitiv nicht mit ihrer Website Werbung. Das Arijju House wurde 2016 vom Architektur und Innenausstattung Unternehmen Michaelis Boyd entworfen und konstruiert. Das Unternehmen ist weltweit im Einsatz und hat einen guten und umfangreichen Ruf. Entsprechend erlangte die Residenz viel Aufmerksamkeit bei der Presse.

Sogar die New York Times nahm die Residenz 2017 als eine der «52 Places to go in 2017» Locations auf. Die Website Arijju.com wird in 4 Jahren bestehen, insgesamt 298-mal als Backlink gesetzt.

Der Hotelbetreiber betreibt kein Marketing, sondern wird per Mund-zu-Mund-Propaganda empfohlen und erhält gute Presse für die gute Arbeit des Architekten. Diese Mund-zu-Mund-Propaganda ist auch auf Social Media festzustellen. Die Arijju Lounge wird, wie bereits im Kapitel “Social-Media Strategie” erwähnt, gerne von Safari Spezialisten oder ehemaligen Feriengästen empfohlen.



Maasai dancers. Sam Wilson for The New York Times

47. Laikipia, Kenya

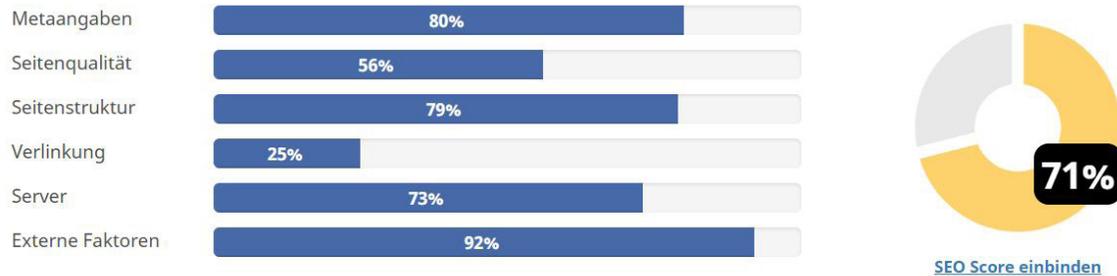
Elephants, lions and fascinating rituals.

The Borana Conservancy of central Kenya's Laikipia region forms part of a 90,000-acre protected area for elephants, lions and cheetahs, among other charismatic megafauna. Game drives and lodges abound, but a spectacular new property, the five-suite Arijju, opened in 2016 with guides who take guests on excursions, including fly fishing, trail running, horseback riding and treetop canopy tours. The region is also home to both the Samburu and the Maasai, tribes with equally colorful and fascinating cultures. — TIM NEVILLE

Digitale Analyse

SEO

Die Webseite www.arjiju.com wurde zwar für Suchmaschinen optimiert, dennoch ist diese Optimierung verbesserungswürdig. Bei einem Online SEO Check liegt der SEO Score bei 71%.



Besonders in der Seitenqualität könnte die Webseite Suchmaschinen technisch noch einige Verbesserungen vornehmen. Wie bereits im Kapitel "Content Strategie" erwähnt, verfügt die Webseite nur über wenig Fliesstext. Dies hat unter anderem auch einen Einfluss auf Suchmaschinen. Ausserdem wurde mit keiner Überschriftenstruktur gearbeitet und der H1 Titel, welche für Suchmaschinen eine hohe Gewichtung hat, wurde auf der Webseite gar nicht eingesetzt.

Da die Webseite über keine Navigation verfügt, wurden auch keine internen Links gefunden.

Die Präsenz der Webseite bei Suchanfragen ist eher dürftig. Alleine wenn man nach dem Namen "Arijiju" sucht erscheint die Webseite "erst" an zweiter Stelle. Bei anderen Suchanfragen wie "Kenya Lodge", "Kenya Safari" oder "Conversation lodge kenya", welche unter anderem auch als Keywords definiert wurden, wird die Webseite gar nicht auf der ersten Seite der organischen Suchergebnisse angezeigt. Bis anhin hat Arijiju auf bezahlte Anzeigen (Google Adwords Kampagnen) verzichtet.

Fazit digitale Analyse

Die Digitale Strategie Analyse zeigt, dass die Arijiju Lounge ihren Webseitenbesucher kein bzw. ein ungenügendes Nutzererlebnis bietet. Allein durch das Besuchen der Webseite kann man sich kein umfassendes Bild der Lodge und deren Aktivitätsangeboten machen. Durch die Einbindung der Broschüre am Ende der Webseite erhält der Benutzer erstmals Informationen zu Zimmer oder Angeboten. Dieses Defizit sollte mit der neu überarbeiteten Webseite behoben werden. Ausserdem kann durch den Ausbau des Informationsgehaltes nicht nur das Nutzererlebnis, sondern auch die Präsenz auf der organischen Suchergebnis-Seite von Google verbessert werden. Nichts desto trotz genießt die Arijiju Lodge weltweit einen hohen Bekanntheitsgrad, was unter anderem durch die hohe Abonnentenzahl auf Instagram und die zahlreichen Presseartikel zu erkennen ist.

Quelle:
<https://www.seobility.net/de/seocheck/>

Herleitung

Herleitung

Durch die gesamten Analysen hat sich vor allem gezeigt, dass das Arijju House eigentlich ein sehr gutes Aktivitätenangebot sowie einen luxuriösen und Exklusiven Aufenthalt zu bieten hätte. Das kann man vor allem über ihre Sozialen Netzwerke oder durch andere Webseiten herausfinden aber auf ihrer eigenen Webseite kann man das nicht spüren. Die Webseite wirkt zurzeit eher abschreckend und bietet keinen Grund, um explorativ auf der Seite unterwegs zu sein, was zum Teil einen negativen Eindruck auf potenzielle Kunden haben kann. Neukunden, die nicht durch Mund-zu-Mund Propaganda auf die Lodge aufmerksam gemacht worden sind, sondern über einen Artikel in einer Architekturen Zeitschrift, erfahren so gar nicht was die Lodge an Aktivitäten alles zu bieten hat. Daher habe ich folgende Leitgedanken fürs Design:

Attraktiv gestaltete Aktivitäten Übersichtsseite

Mit einer attraktiv gestalteten Übersichtsseite der Aktivitäten kann man potenzielle Besucher zu einer Buchung der Lodge und deren Aktivitäten verführen.

Luxus und Architektur sollen im Webseiten Design spürbar sein

Die Lodge ist ein architektonisches Meisterwerk, welches mit Luxus nur vor sich her sprüht. Dies sollte auch auf der Webseite spürbar sein. Mit einem gut erarbeiteten Design solle das möglich sein.

Fernweh in Besuchern wecken

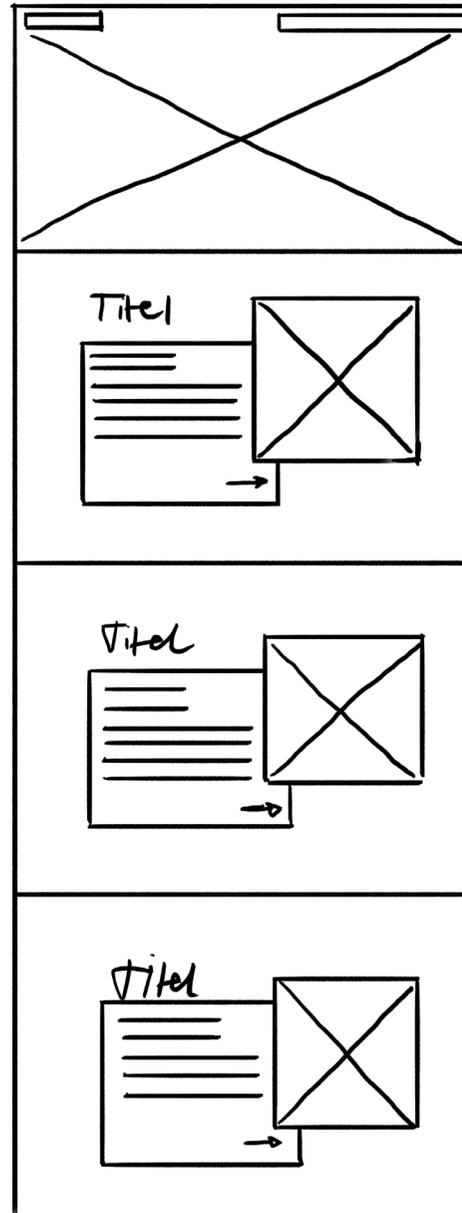
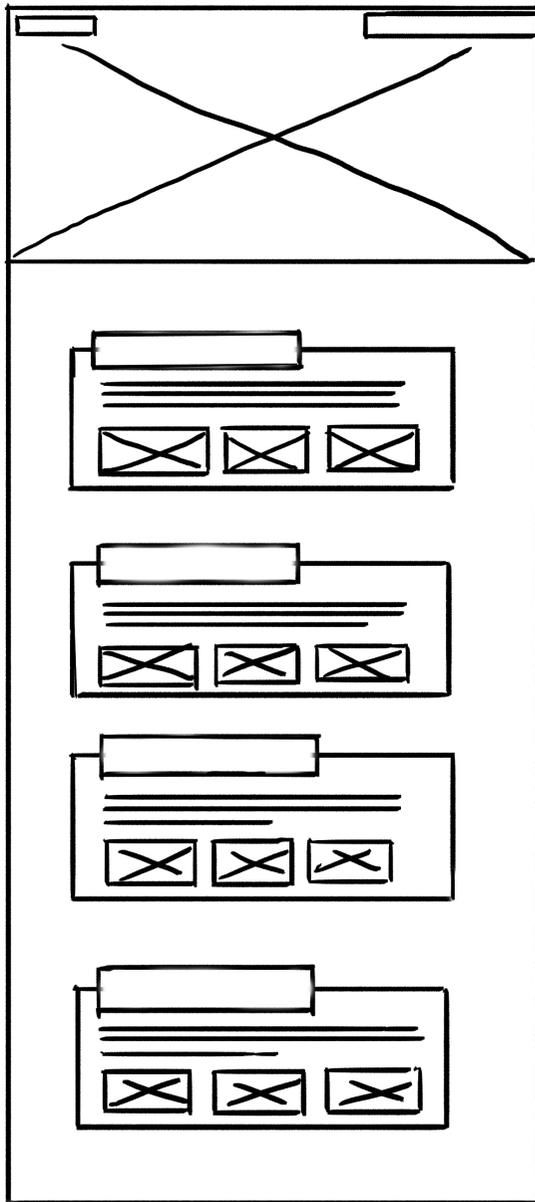
Viele Seiten welche Ferien und Reisen im Vordergrund haben lösen in einem das Fernweh aus. Oft will man genau in dem Moment bei welchem man die Seite durchstöbert auch gerade dort sein. Dies ist ein wichtiger Faktor für viele Menschen beim Ferien buchen, daher sollte diese Seite genau das Gefühl auch übermitteln.

Lösungsansätze

- Die Seite soll übersichtlich und leserfreundlich gestaltet werden
- Hinweise fürs Buchen der Lodge sollen gut sichtbar sein um potenzielle Besucher auf die Idee bringen die Lodge zu buchen
- Die Schrift- und Farbwahl sollen den Luxus widerspiegeln
- Die Aktivitätsangebote sollen Interesse und die Reiselust wecken

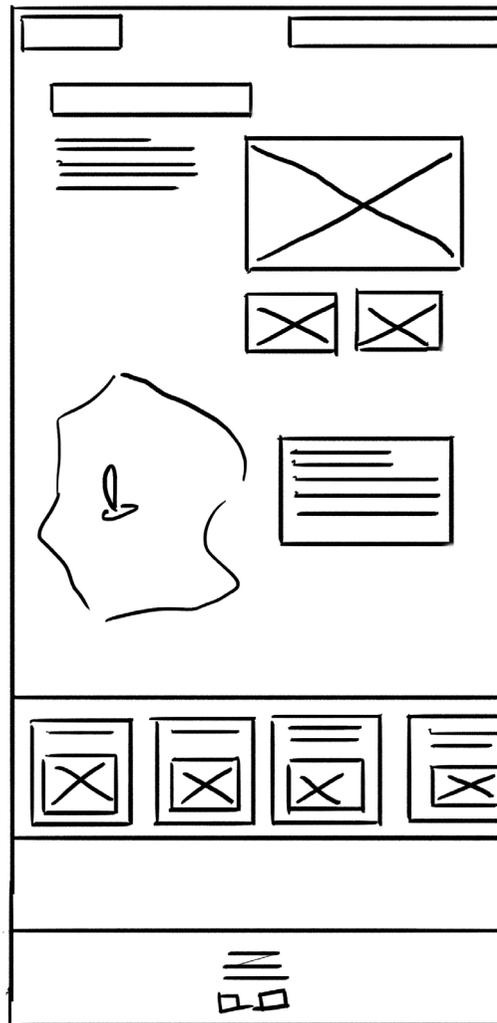
Skizzen und Wireframes

Skizzen



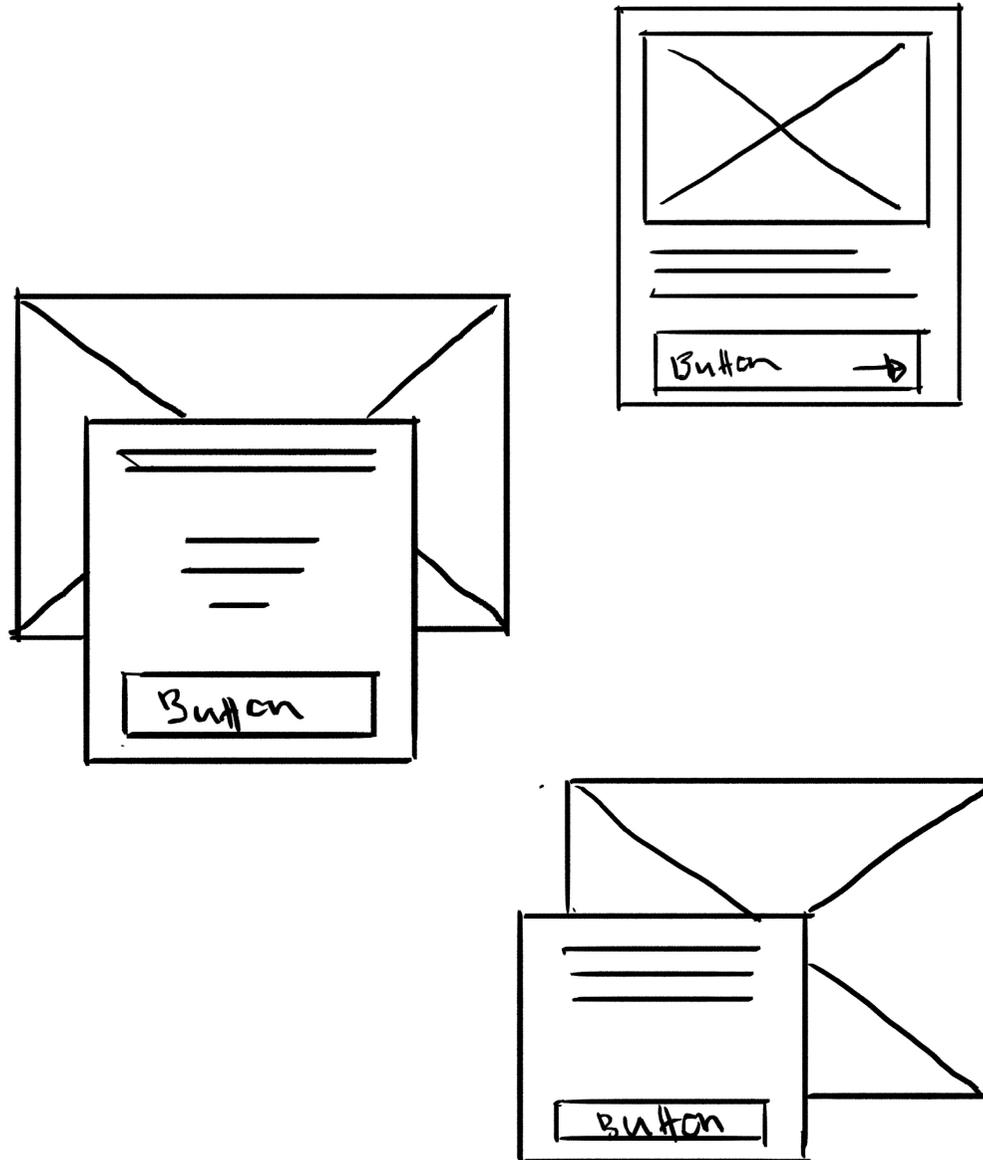
Um die Aktivitätenübersichtsseite so attraktiv wie möglich zu gestalten habe ich mir Gedanken über das gemacht was auf den ersten Blick Interesse weckt. Das wären natürlich die Bilder, daraus kristallisierte sich aber die frage ob es einfach ein grosses Bild sein soll oder mehrere kleine. Für die Skizzen habe ich beides ausprobiert konnte aber in diesem zustand nicht sagen was besser sein wird. Weiter will ich klar ersichtlich machen um was für Aktivitäten das es sich handeln wird und entschloss den Titel sehr präsent zu platzieren.

Skizzen



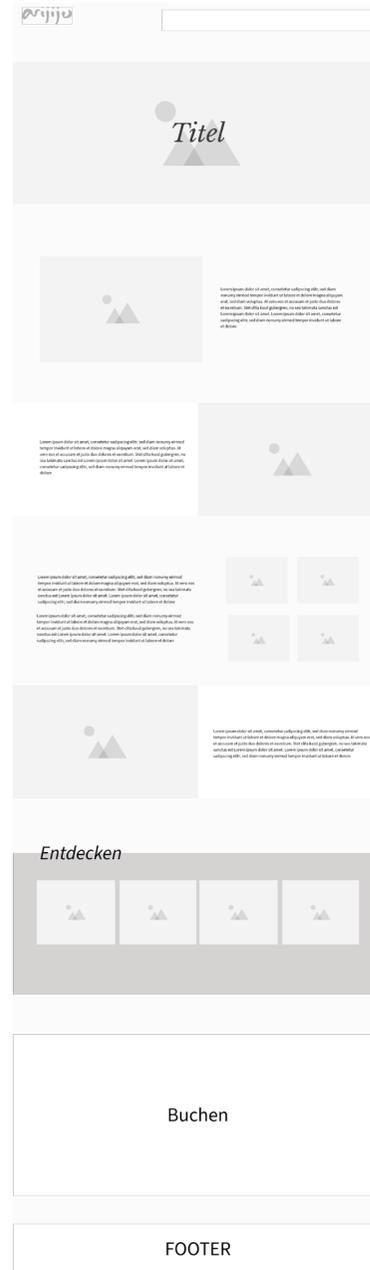
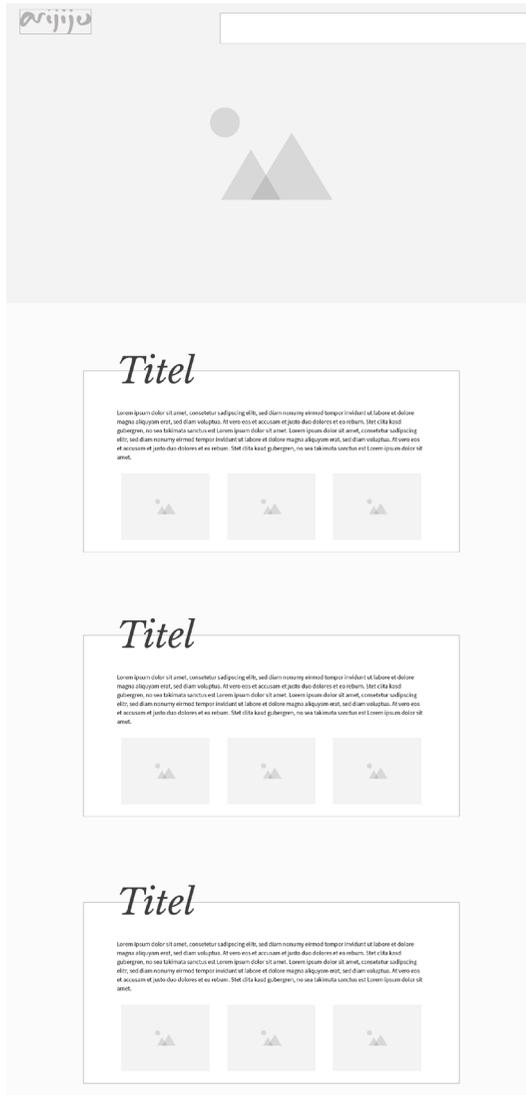
Für die Einzelseite wollte ich ein interessanter Aufbau der Seite haben, es sollte informativ und elegant sein. Es sollte eine Galerie enthalten, um den Kunden die Reiselust zu wecken. Ebenso wollte ich eine Karte einbauen, um die Lage der Aktivität zu visualisieren.

Skizzen



Für die Teaserelementen auf der Einzelseite habe ich mit dem Gedanken gespielt den Besuchern der Webseite die Fotos für die anderen Aktivitäten nur angeschnitten zu zeigen. Damit wenn sie das ganze sehen wollen sie die Seite öffnen müssen.

Wireframes



Bei den Wireframes habe ich einige Versuche gebraucht bis ich klare Vorstellungen hatte was für mich zu diesem Konzept passte. Die Übersichtsseite war für mich zwar schnell mal klar wie ich es machen wollte, doch bei der Einzelseite brauchte ich ein wenig länger. Ich habe mir lange Gedanken gemacht wie ich die Seite am lesefreundlichsten gestalten sowie eine gewisse Eleganz beibehalte.

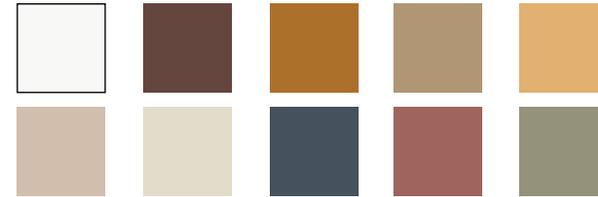
Zuerst hatte ich ein Box Layout im Kopf und als ich dies dann gestaltete fand ich, dass es weder luxuriös ist noch passt es nicht zum Rest von der Seite. Ich hatte die Seite in einem Layout von 12 Spalten aufgebaut damit ich es so gestalten kann, dass ich auf den Seiten genügend Freiraum lassen könnte und die Größe von Boxen so gut bestimmen konnte.

Mit dem Design, welches ich im Kopf hatte und ausprobierte passte es leider nicht so gut. Dies habe ich dann verworfen und mich für ein schlichteres Design entschieden welches mehr Weissraum hat und daher eleganter wirkt.

Designspezifikationen

Durch die Erstellung des Moodboardes hat sich bei mir ein klarer Stil geformt.

Für die Grundfarben habe ich viele Fotos von Kenia angeschaut und mich an der Natur inspirieren lassen, Kenias Natur hat sehr viele Braun-, Grün-, und Orangetöne von diesen Farben aus habe ich eine Palette erstellt welche Farben hat die wunderbar mit den Erdtönen harmonieren.



Titel 1

Titel 2

Body

Bei der Schriftwahl ist mir schnell klar gewesen das ich für die Titel eine Schrift mit Serifen wählen will, da die Serifen sehr klassisch sind und ein Gefühl von Luxus rüberbringt. Daher habe ich mich für die Schrift Libre Baskerville Italic entschieden , als Bodyschrift wollte ich eine welche ohne Serife ist und habe dann nach einer guten Kombination gesucht und Source Sans Pro gefunden.

Da das Arijju House in der Natur fast nicht sichtbar ist und den Besitzern das Wildlife von Kenia sehr am Herzen liegt war mir wichtig in den Fotos vor allem Natur und Tier sichtbar sind aber natürlich auch die Architektur des Arijjus House. Bei den kleinen Fotos für die Aktivitätenübersicht habe ich so gut wie möglich versucht die Fotos in den gleichen Tönen zu suchen wie die Farben welche ich als Grundfarben festgelegt habe. Damit habe ich versucht das die Fotos soweit möglich harmonieren.



Design

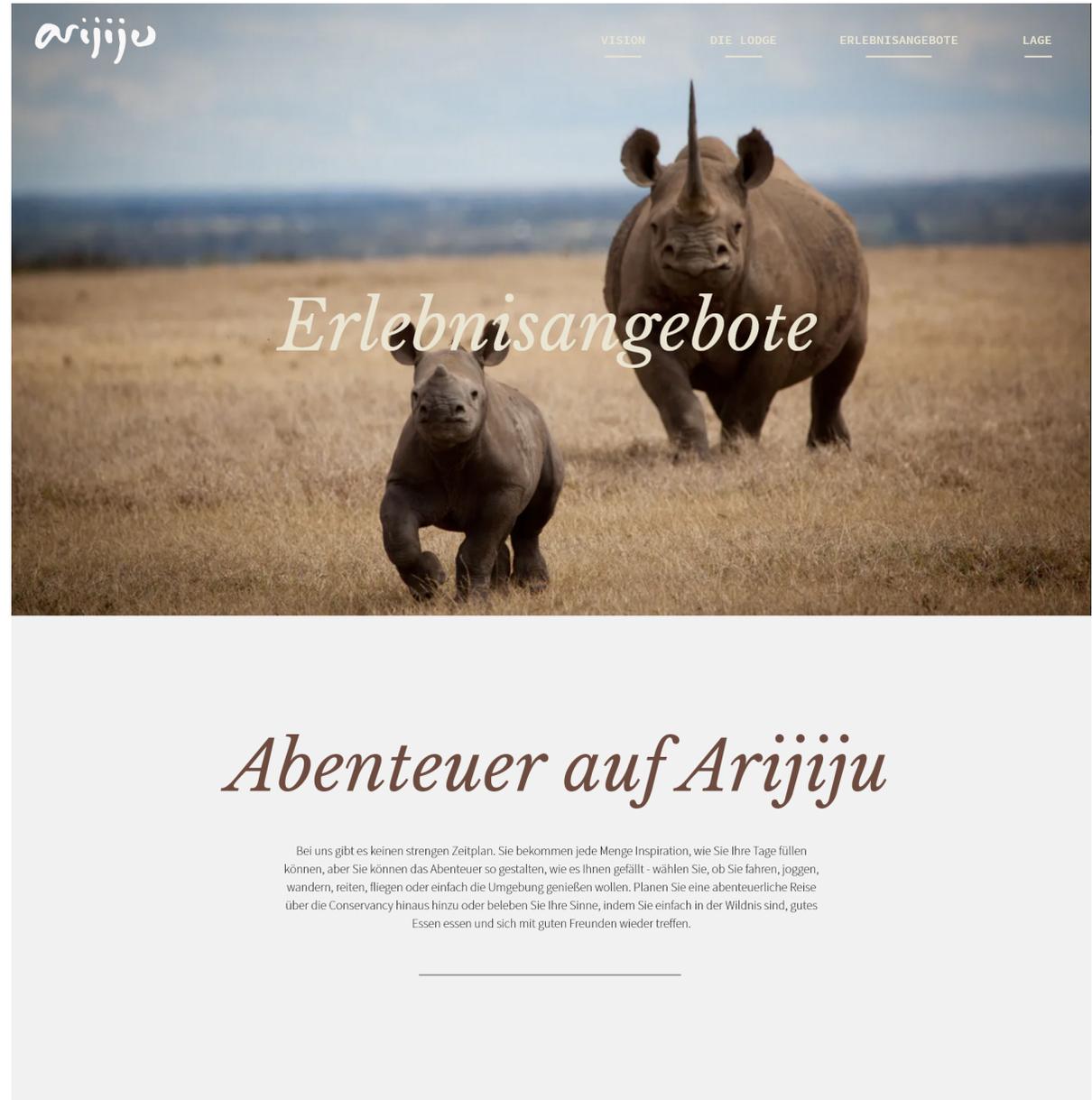
Prototype Link: <https://xd.adobe.com/view/c30cb88d-2d43-4dba-8d41-8491785dbc9b-965f/>

Da sich das Arijiju House sehr für die Nashörnern einsetzt und beinahe alle Erlebnisse etwas mit Tieren zu tun haben, egal ob man sie von der Weite betrachtet oder mit ihnen interagiert habe ich mich beim Header für ein Full Screen Bild entschieden welches Nashörnern abbildet. Das Bild habe ich absichtlich in diesen Farbtönen ausgesucht um die Verbindung zur Natur und Kenia zu ersichtlich machen. Natürlich passt es auch farblich zu meinen ausgewählten Grundfarben.

Die Navigation habe ich vom ersten Wurf von der Startseite verändert. Im Nachhinein war mit die erst gewählte Navigation zu stark gewesen. Daher habe ich hier eine leichte und simple Navigation gewählt. Die Strichen unter den einzelnen Wörtern hätten einen Hover-Zustand um zu erkennen das man darauf klicken kann.

Beim Runterscrollen findet man als erstes einen kurzen Einstiegstext um die darauf folgenden Angebote an zu teaser und die Spannung auf was Arijiju alles anbietet zu steigern.

Die Titeltexthe habe ich absichtlich Braun gemacht da der Kontrast mit Schwarz ein wenig zu stark war und für mich das Erlebnis "Afrika" so stärker hervorgehoben wird.



Die Übersicht mit all den Angeboten wollte ich, wie in den Skizzen ersichtlich, zuerst ähnlich machen wie die Startseite welche ich gestaltet habe. Ich habe dann festgestellt dass sich das Design nicht so auf diese Angebotsteasern anwenden lässt wie ich gewünscht hätte. Daher habe ich mich dann für ein Design entschieden welches trotzdem der Startseite ähnelt aber doch ein eigenes ist. Mit den Hintergrundboxen welche links oder rechts enden wollte ich diese Asymetrie welche ich auf der Startseite habe aufnehmen.

Absichtlich sind die kleinen Fotos nicht zum vergrößern gedacht damit die Besucher die Seite des Angebots öffnen müssen um genauere Infos und grössere Fotos zu erhalten. Der "mehr"-Button hat einen Hover-Zustand an welchem man erkennt dass man drauf klicken kann.

Auch hier ist die Schrift nicht schwarz sondern Dunkelbraun aus den gleichen Gründen da das schwarz einen zu grossen Kontrast ergibt.

Safari-Fahrten

Gehen Sie auf Ihre eigene private Safari - machen Sie eine Pirschfahrt in einem offenen Geländewagen mit einem erfahrenen Ranger, der Ihnen zeigen wird, den kenianischen Busch wie ein Buch zu lesen. Wagen Sie sich in die vielfältige Landschaft der Conservancy, um nach Löwen, Büffeln, Elefanten und Geparden Ausschau zu halten, während Sie mehr über die Umwelt und das einzigartige Ökosystem rund um Arijju erfahren.



mehr →

Buschwanderungen

Sehen, riechen und fühlen Sie den Busch wie ein Lebewesen, indem Sie die Conservancy zu Fuß mit Ihrem Ranger erkunden. Beobachten Sie Elefanten beim Grasens aus sicherer Entfernung, nehmen Sie den Duft von wildem Rosmarin wahr und folgen Sie den Spuren und Pfaden, die Antilopen auf ihren täglichen Wanderungen hinterlassen.



mehr →

Pferde-Safari

Reiten auf der Conservancy ist ein echtes Highlight. Es gibt Pferde für alle Erfahrungsstufen, so dass Sie Ihre Kinder zu einem lustigen Ausritt auf den Patent Safety Horses mitnehmen können, einen schnellen Ausritt machen oder, wenn Sie ein sicherer Reiter sind, warum nicht mit einer Zebraherde galoppieren oder neben den majestätischen afrikanischen Elefanten reiten?



mehr →

Hubschrauber-Safari

Chartern Sie einen Rundflug über die Conservancy und verfolgen Sie Herden wilder Tiere, sehen Sie die zahlreichen Gipfel des Mount Kenya aus der Luft, beobachten Sie die Flamingos am Ufer des Lake Nakuru oder arrangieren Sie sogar ein Flycamp an einem abgelegenen Ort.



mehr →



Hover-Zustand des Button

Mountainbike

Eine Radtour durch die wilde Savanne, die zerklüfteten Wege und die felsigen Ausläufer der Conservancy ist aufregend und einzigartig. Die Stille der Fahrräder erlaubt es Ihnen, sich Antilopenherden zu nähern, Giraffen und sogar Elefanten zu sehen.



mehr →

Laufen in der Wildniss

Laufen in der Wildnis ist ein seltener Nervenkitzel, der nur an einer Handvoll Orte auf der Welt möglich ist. Wählen Sie aus einer Reihe von adrenalingeladenen Routen - die anspruchsvollste ist der 24 km lange Arijju-Trail - Sie bestimmen das Tempo und ein Begleitfahrzeug und Ranger behalten Sie und Ihre Sicherheit im Auge.



mehr →

Ngare Ndare Wald

Buchen Sie einen Ganztagesausflug und erkunden Sie die gesamte Conservancy oder fahren Sie bis in das grüne Ngar Ndare Forest Reserve. Wandern Sie zu den Wasserfällen, schwimmen Sie in den türkisfarbenen Pools und machen Sie einen üppigen Canopy Walk über Hängebrücken, die zwischen den uralten Bäumen des Waldes hängen, gefolgt von einem Mittagessen auf einer Plattform zwischen den Blättern.



mehr →

Mount Kenia

Akklimatisieren Sie sich und trainieren Sie am Arijju, um dann diesen drei Millionen Jahre alten Berg zu Fuß zu erklimmen - ein toller Drei- oder Viertagesausflug (beste Zeit: Juli bis September): Juli-September(, Wenn Sie wenig Zeit haben, aber auf Abenteuer aus sind, chartern Sie einen Hubschrauber oder ein Starrflügler, um das Drama dieses 17 057 Fuß hohen Berges aus der Luft zu erleben.



mehr →

Quad Bikes

Buchen Sie einen Quad-Bike-Trip und folgen Sie aufregenden Routen, die mit normalen Fahrzeugen nicht befahrbar sind, entlang wunderschöner, trockener Wege und Pfade. Übernachten Sie im Freien oder planen Sie einen Tagesausflug.



mehr →

Fliegenfischen

Machen Sie einen Ausflug zum Lake Alice an den Hängen des Mount Kenya, wo Sie in den ruhigen Flusstümpeln nach Forellen angeln können. Genießen Sie ein Picknick im Bush, während Sie Vögel und Otter beobachten oder sogar in den kleinen Fischerhütten übernachten.



mehr →

Fliegenfischen

Machen Sie einen Ausflug zum Lake Alice an den Hängen des Mount Kenya, wo Sie in den ruhigen Flusstümpeln nach Forellen angeln können. Genießen Sie ein Picknick im Bush, während Sie Vögel und Otter beobachten oder sogar in den kleinen Fischerhütten übernachten.



mehr →

Kontakt

Email:
arjijumanagement@arjiju.com
enquiries@arjiju.com



Adresse

Arijju Retreat
Borana Wildlife Conservancy

Medien Archiv

Conde Nast Traveller,
Vanity Fair,
Architectural Digest,
New York Times,
Departures und mehr > 

Den Footer habe ich auch überarbeitet da mir die vorherige Version zu minimal war und keine Infos übermittelte.



Hier habe ich bewusst kein Fullscreen Bild gewählt damit man sieht dass es eine Unterseite ist. Das Bild selber ist wieder in den Farbtönen Braun wie ich sie als Grundfarben gewählt habe. Wenn man auf einer Unterseite ist kann man ganz einfach über die Navigation auf die verschiedenen anderen Seiten zugreifen oder über das Logo gelangt man auf die Startseite.



Für klein und gross

Lernen Sie mit uns das Borana Naturschutzgebiet auf einem Pferd kennen.
 Dank unserem qualifiziertem Personal und der grossen Auswahl an Pferden können auch Kinder auf einem Ausritt mit dabei sein.

Um nicht schon alle Infos im ersten Bereich zu platzieren ist hier ein grosses Foto welches die Aktivität zeigt und ein kleiner Text welche schon grobe Infos gibt.

Wollen Sie noch mehr Natur?

Dann wäre der Ngare Ndare Wald genau richtig für Sie!

Wandern Sie zu den beeindruckenden Wasserfällen, schwimmen Sie in den türkisfarbenen Natur Pools und spazieren über die Hängebrücken in den Kronen der uralten Bäumen Kenias und noch viel mehr.

mehr →



Um den Kunden die Neugier auf andere Aktivitäten zu wecken habe ich eine Teaserbox eingebaut welche mit einer Frage im Titel beginnt und ein viel Versprechendes Foto zeigt.

Safari Tour auf einem Pferd

Pferde Safaris von der Lodge aus ist gedacht für Reiter mit mittlerer bis sehr guter Erfahrungen mit Pferden.

Wir haben eine Auswahl von sehr gut trainierten Pferden in verschiedenen Erfahrungsklassen, alle sind sich das Wildlife und die Umgebung gewöhnt. Die Pferde werden normalerweise in leichten englischen Sätteln geritten, wir bieten jedoch auch Süd Afrikanische oder Sätteln aus dem Westen an, welche auf einige Pferde passen.

Erfahrene Ritter müssen zuerst ein Probereiten durchführen damit wir sicher sein können, wenn man auf eine grössere Tour geht. Eine Tour geht in etwa vier Stunden mit Brunch oder Picknick. Es gibt viele Möglichkeiten auf lange Galoppstrecken und grossartige Orte, um das Wildlife von Kenia zu betrachten.

Reiter mit wenig bis keine Erfahrung können sich mit einem Fahrzeug zu den Pferden transportieren lassen um dabei keine ungewollten Elefanten Herden zu begegnen. Diese kurzen Touren finden vor allem am Nachmittag statt.



Hier findet man dann genauere Infos über die Aktivität und welche Optionen es gibt. Die Bildergalerie ist zum draufklicken gedacht damit man die Bilder auch noch gross sehen kann.



Kundenmeinungen

"Ein wahr gewordener Traum!"

"Eines der Besten Erlebnisse meines Aufenthaltes hier in Kenia. Auf dem Rücken eines Pferdes durch das Borana Schutzgebiet und dazu all diese wilden Tiere zu sehen bekommen fühlte sich wie ein wahr gewordener Traum an." - Ann Spade

Die Zitate von Kunden wollte ich im gleichen Stil machen wie die Teaserbox damit das Design gleichmässig bleibt. Um das ganze ein wenig Sympatischer und Menschenbezogen zu machen, wählte ich ein Bild welches eine Person bei der Aktivität zeigt.

Mehr entdecken



Entdecken



Entdecken



Entdecken

Auch hier wieder eine Teaserbox diesmal aber zum selbst erkunden. Wie bei den Skizzen erwähnt wollte ich die Bilder bei den Teaserboxen ein wenig verstecken damit User den Entdecken Button klicken um ein ganzes Bild sehen zu können.



Hover-Zustand des Button



Unten angekommen findet man dann ein Bild ,welches passend zur Aktivität, eine Verlinkung zu dem Buchungs Portal ist. Falls es Besucher gibt welche nach dieser Einzelseite schon intresse zeigen um die Reise zu buchen.



Hover-Zustand des Button

Kontakt

Email:
arijjumanagement@arijju.com
enquiries@arijju.com



Adresse

Arijju Retreat
Borana Wildlife Conservancy

Medien Archiv

Conde Nast Traveller,
Vanity Fair,
Architectural Digest,
New York Times,
Departures und mehr > 

«Diese Arbeit wurde selbständig und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt.»

16.1.2021 

Datum und Unterschrift