



International einheitliche und skalierbare Brand-Websites für Engelhard



Von der Apotheke zum Global Player

Engelhard Arzneimittel blickt auf eine 200-jährige Geschichte zurück. Was 1826 mit der Rosen-Apotheke in Frankfurt am Main begann, entwickelte sich über Generationen zu einem internationalen Pharmaunternehmen. Heute vertreibt Engelhard Arzneimittel bekannte Produkte wie Prospan, Velgastin, Tyrosur, Sinolpan, isla oder Esprico in zahlreichen Märkten weltweit: velgastin.com / prospan.de / prospan.at / tyrosur.de / sinolpan.de / isla.de / isla.at / esprico.de

b13 GmbH
Hauptstätter Str. 59
70178 Stuttgart, DE
Tel +49 - 711 46058970
info@b13.com

CEO
Benjamin Mack
David Steeb



Mit dem Wachstum des Unternehmens und der Internationalisierung der Marken entstand über die Jahre ein heterogenes Geflecht aus einzelnen Produkt-Websites in verschiedenen Sprachen – jede mit eigener Struktur, eigenem Design und eigenem CMS. Dies führte zu Inkonsistenzen im Markenauftritt, hohem Pflegeaufwand und technischen Redundanzen.



Die Herausforderung: Einheit schaffen – weltweit

Das Ziel des Engelhard-Teams bestand nun darin, seine globalen Markenauftritte zu vereinheitlichen, ohne auf die notwendige Flexibilität für lokale Anforderungen zu verzichten.

Während wir immer weiter international wachsen, wollen wir als Marke sicherstellen, dass unser Auftritt auch in anderen Ländern von der Gestaltung und Professionalität her gleich ist wie in Deutschland. Die Grundanforderung war, ohne große Verluste starten zu können und das, was wir haben, weiter nutzen zu können.

– Alexander Jaquet, IT Business Manager bei Engelhard

Die Frage nach dem passenden CMS und der richtigen Agentur

Um globale Konsistenz und lokale Individualisierung zu vereinen, entschied sich Engelhard schnell für TYPO3 – das Content Management System (CMS), das alle internationalen Brand-Websites unter einer gemeinsamen Code-Basis abbilden kann – ohne Abstriche bei der Flexibilität in Kauf nehmen zu müssen.

Engelhard schätzte zudem die offene, erweiterbare Architektur von TYPO3, seine Mehrsprachigkeits- und Multisite-Fähigkeiten sowie die hohe Sicherheit und Stabilität des CMS.



 Eine Lösung, die lediglich auf einfache Bedienbarkeit setzt, kam für uns nicht infrage, da sie den Anforderungen an eine langfristig skalierbare Systemlandschaft nicht gerecht geworden wäre. Da unsere Corporate Website sowie der Campus bereits auf TYPO3 basieren, war es folgerichtig, alle digitalen Plattformen in einem zentralen System zu bündeln und bestehende Synergien konsequent zu nutzen. TYPO3 hat sich dabei als äußerst stabiles und verlässliches System erwiesen – ein Aspekt, der keineswegs selbstverständlich ist. In den vergangenen zwei Jahren konnten wir durchgehend auf eine hohe Performance und Ausfallsicherheit vertrauen. 

– Alexander Jaquet

Auf der Suche nach TYPO3 Experten, folgte das Team von Engelhard einer Empfehlung für b13. Die Entscheidung für TYPO3 und b13 als Umsetzungspartner bewährte sich schon bald – nicht nur auf technischer, sondern auch auf persönlicher Ebene.

Der b13-Ansatz: proaktiv, pragmatisch und budgetschonend

Die Zusammenarbeit mit b13 zeichnete sich durch einen klaren Austausch auf Augenhöhe, kreative Lösungsvorschläge, Rückfragen und schnelles Feedback aus. b13 sorgte dafür, dass das bestehende Design nicht nur umgesetzt, sondern zielgerichtet umgestaltet wurde.

 Der persönliche Kontakt ist super! In Situationen, wo es wichtig war sofort zu handeln, habe ich schnell Hilfe bekommen. Ich mag den freundlichen Kontakt mit Desi. Auch David war in der Konzeptionsphase sehr involviert und hat uns immer wieder willkommene Rückmeldung gegeben, wie: „Wollt ihr das nicht lieber so machen?“ oder „Wir könnten das auch einfacher gestalten.“ Dadurch ist ein sinnvolles System entstanden, das sehr gut zu unseren Anforderungen passt. 

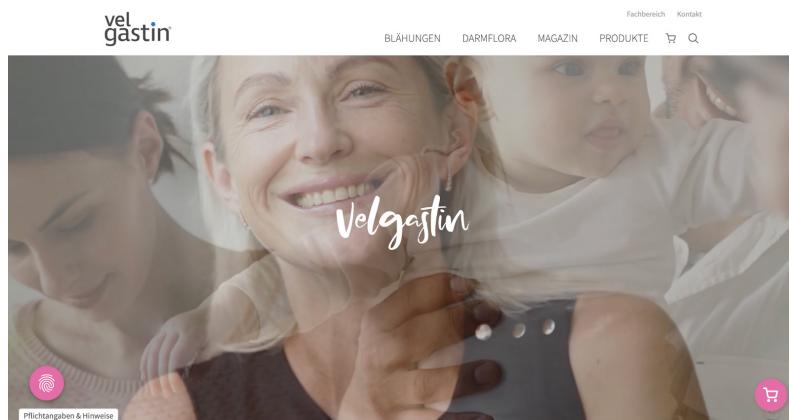
– Alexander Jaquet

Die Umsetzung: Skalierbar, effizient, suchmaschinenfreundlich

Nach einer intensiven Konzeptionsphase entwickelte b13 eine Master-Extension als gemeinsame Codebasis und Site-Extensions für jede Marke. Dieses Konzept ermöglicht die Wiederverwendung zentraler Komponenten bei gleichzeitiger Anpassbarkeit auf Markenebene – ein Ansatz, der die Integrationskosten für neue Länderseiten erheblich senkt.

Die erste Brand-Website, [Velgastin](#), ging Anfang 2021 live. Seitdem werden kontinuierlich weitere Marken integriert und bestehende Seiten auf Basis des Systems ge-relauncht.

Wir wollten Events bewerben und gleichzeitig redaktionelle Inhalte hervorheben. Dafür haben wir gemischte Module aufgebaut, um nicht Hunderte Versionen zu haben. David hat extrem viel von sich aus erarbeitet, was ich sehr begrüßt habe. Das hat uns enorm in der Anforderungsspezifikation unterstützt und extrem gute Struktur und Übersichtlichkeit reingebracht.



Die strukturierte Entwicklung eines Content-Element-Katalogs, UX-Optimierungen und die hreflang-Implementierung trug maßgeblich zum erfolgreichen Ergebnis bei.

 Die neue Prospan-Seite ist meiner Meinung nach sehr gelungen. 

— Alexander Jaquet



Globale Konsistenz und lokale Freiheit

Eine (u.a. technische) Herausforderung für Engelhard, als Hersteller von Arzneimitteln und Medizinprodukten, ist die Tatsache, dass dieselben Produkte in verschiedenen Ländern unter unterschiedlichen Namen vertrieben werden, sowie ungleiche rechtliche Anforderungen auf Länderebene herrschen (z.B. in Bezug auf Warnhinweise, zusätzliche Ausweispflichten etc.). Ziel war es, diese individuellen Anforderungen zu integrieren und gleichzeitig ein einheitliches Markenbild zu bewahren. Um dies zu gewährleisten, entwickelte b13 einen einheitlichen Katalog an Seitentypen, Content-Elementen und Features, der für visuelle und strukturelle Konsistenz innerhalb der einzelnen Marken, aber auch über alle Marken hinweg sorgt.

Aufgrund inhaltlich unterschiedlicher Anforderungen, war von Beginn an klar, dass eine einfache Übersetzung von Seiten innerhalb eines Seitenbaums den Anforderungen nicht gerecht werden würde. Die Webseiten mussten pro Land unabhängig übersetzbare sein (Österreich benötigt also eine unabhängige englische Übersetzung der Inhalte, die nicht 100% mit der englischen Übersetzung der deutschen Webseite übereinstimmt). Um diese länderspezifischen Anforderungen darstellen zu können, erfolgte die Umsetzung pro Länder-Webseite deshalb auf Basis einer eigenen Rootpage pro Land (z. B. DE- und AT-Rootpage für Deutschland und Österreich). Jede Rootpage kann damit unabhängig voneinander in andere Sprachen übersetzt werden, basiert jedoch auf einer einheitlichen Code-Basis. Neue Elemente oder Features können damit z.B. für die deutsche Webseite entwickelt werden, sind jedoch ebenfalls für die österreichische Webseite nutzbar, ohne zusätzlichen Aufwand und Kosten zu generieren.

Eine Integration in andere Marken-Webseiten ist damit ebenfalls problemlos, schnell und kosteneffizient möglich.

Die SEO-orientierte Denkweise von b13: Vermeidung von Duplicate Content mittels hreflang-Auszeichnung

Die Vereinheitlichung der Webseiten über Ländergrenzen hinweg erfolgte nicht nur auf visueller, sondern auch auf inhaltlicher Ebene. Ziel war und ist es, die Botschaften innerhalb einer Marke konsistent über alle Web-Auftritte zu gestalten und damit eine einheitliche Markensprache zu vermitteln. Während dies auf redaktioneller Ebene Synergieeffekte schafft, da die Erstellung von Content nur einmalig erfolgen muss und auf allen Länderseiten genutzt werden kann, führt dies auf technischer Ebene zu Herausforderungen: Duplicate Content lässt grüßen!

Da dies bereits in der ersten Konzeptionsphase bekannt war, konzipierte und entwickelte b13 eine Lösung zur Verknüpfung von Seiten in verschiedenen Rootpages per hreflang-Tags.

Die Verknüpfung der Seiten ist für Redakteure im Backend editierbar und garantiert damit auch bei Veröffentlichung neuer Inhalte eine immer aktuelle Auszeichnung der Beziehung zwischen Sprach- und Länderversionen.

Erfolgsprognosen – wie Engelhard das Ergebnis einschätzt

Die neue Plattform ermöglicht es Engelhard, künftige Marken und Länder deutlich schneller zu integrieren und zu veröffentlichen. So kann eine neue Produkt-Webseite eines Landes innerhalb weniger Tage aufgesetzt und veröffentlicht werden. Ein aufwendiger Konzeptions-, Design- und Umsetzungsprozess entfällt vollständig, da auf die bestehende gemeinsame Basis zurückgegriffen werden kann.

W Ich bin überzeugt, dass sich bereits in den kommenden Monaten positive Effekte zeigen werden – insbesondere in einer steigenden Verweildauer im Magazinbereich dank der klaren nachvollziehbaren Customer Journey vom Content hin zum Produkt. b13 hat maßgeblich dazu beigetragen, die Nutzerführung zu optimieren und die Website insgesamt intuitiver und nutzerfreundlicher zu gestalten. Wir arbeiten weiterhin eng mit b13 zusammen – sowohl für die kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung unserer Web-sites als auch für zukünftige Relaunches weiterer Marken. **W**

– Alexander Jaquet

PROSPAN 

Produkte Husten Wirkweise Magazin Geschichte 

Das Hustenhilfe-Magazin

In unserem Magazin finden Sie unsere besten Tipps und alles Wissenswerte rund um Husten



Husten bei Säuglingen und  Über Wirkung und mögliche unerwünschte Wirkungen dieser Arzneimittel informieren Gebrauchsinformation, Arzt oder Apotheke

Ist b13 auch der richtige Partner für dich?

Stehst auch du vor der Herausforderung, internationale Markenauftritte zu vereinheitlichen oder komplexe Webseiten-Strukturen zu skalieren?

Wir entwickeln durchdachte, performante und suchmaschinenoptimierte TYPO3-Lösungen, die auch komplexeste Anforderungen berücksichtigen und lösen.

[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)