

Ticketfrog.ch gewinnt "Master of Swiss Web 2017"



10. April 2017 - Im Rahmen der "Best of Swiss Web Awards" wurde Ticketfrog.ch mit dem Preis "Master of Swiss Web 2017" ausgezeichnet.

Der Online-Dienst Ticketfrog.ch gewinnt an den 17. Best of Swiss Web Awards den Titel "Master of Swiss Web 2017". Die allein über Werbung finanzierte und von der Mysign umges... die Leser des Netztickers. Vom Planen eines Events, inklusive der Erstellung eines Saal-Plans, über das Publizieren und Verkaufen von Ticketangeboten, dem Erstellen von Statistiken und Code Scanning; all das bietet Ticketfrog.ch in seiner App. Neben dem "Master of Swiss Web 2017" gewann Ticketfrog.ch auch Gold in der Kategorie Innovation.

An der vorerst zum letzten Mal im Kongresshaus stattfindenden Veranstaltung – der neue Veranstaltungsort soll demnächst kommuniziert werden – wurden zahlreiche eingereichte Projekte schafften es 83 auf eine Shortlist, woraus eine 110-köpfige Expertenjury elf Gold-, 24 Silber- sowie 44 Bronze-Gewinner ermittelte. Der Ehrenpreis ging an Sevinq (Swiss IT Magazine [berichtete](#)).

In der Kategorie Technology machte [Sunrise](#) mit einer vollständigen Neuauflage seiner Weblösung das Rennen. Die Jury bezeichnete den neuen Webauftritt als qualitativ hochstehenden Technologie-Mix sowie die Durchgängigkeit über Plattformgrenzen hinweg. In der Kategorie Creation heisst der Gewinner Freitag – Neo. Die neue E-Commerce und Stories und Emotionen zum Leben erweckt, ohne den kommerziellen Aspekt zu verlieren.

Ex Libris konnte die Kategorie Business mit der Digitalisierung seines Kundenbindungsprogramms für sich entscheiden. Dieses bietet eine vollständige digitale Verwaltung von Rabatten, die an den Kassen der Filialen eingelöst werden können. Damit ist [Ex Libris](#) laut der Jury bei automatisierten Cross-Channel-Services heute das Mass der Dinge. Der Website-Relaunch wurde vor allem die Usability gelobt. Auch unter dem Gesichtspunkt crossmediale, digitale Lösung sei der Banken-Auftritt rundum überzeugend gelöst, so die Jury.

Mit der Kampagne "Gesunder Mix" gelang Helsana der Sieg in der Kategorie Digital Performance campaigns - SAB. Gold in der Kategorie Digital Branding Campaigns - SAB gab konnten die Teilnehmer per Webcam verfolgen, mit wem sie telefonierten. Ein grosses Medienecho und 1,5 Millionen Views auf Youtube überzeugten die Jury. In der Kategorie Usability konnte Mammut's neuer Webauftritt und B2C-Online-Shop überzeugen. Die Jury betonte dazu die schöne Bildwelt, die gute Navigation sowie kluge langsame 2G-Verbindung überzeugte der neue Auftritt von myschweiz.com von Schweiz Tourismus in der Kategorie Mobile Web. Gold in der Kategorie Public Affairs gewinnt de allem die einfache Benutzung sowie die Kombinierbarkeit mit der App. Mit Pokemon Go - The Revenge holte sich Basel Tourismus in der Kategorie Video Gold. Den Machern gel: jenseits aller Klischees zu zeigen.

Mit dem Swiss Digital Transformation Award wurden an der Award-Night ausserdem jene Unternehmen ausgezeichnet, welche besondere Fortschritte in der digitalen Reife ger Kategorien prämiert. In der Kategorie Kleine und mittlere Unternehmen gewann Swisstopo des Bundesamts für Landestopografie. Die Kategorie "Grossunternehmen" ging an Sunri diente einerseits die Selbstdeklaration der insgesamt rund 400 teilnehmenden Unternehmen am "Digital Maturity Check", einem von der Uni St. Gallen und einer Expertengrup Analyse einer Experten-Jury.