

PRESSEMELDUNG

WHERE WOULD YOU LIKE TO GO? RAY SONO VEREINT SÄMTLICHE LÄNDER-WEBSITES UND MARKEN DER KNORR-BREMSE GRUPPE IN EINHEITLICHEM KONZEPT UND DESIGN

München, 07.09.2009 – **Mit dem Relaunch der Website www.knorr-bremse.de und einer übergeordneten Weichenseite zur Auswahl von Ländern und Marken präsentiert der weltweit führende Hersteller von Bremsen für Schienen- und Nutzfahrzeuge das Konzept für seinen neuen, vereinheitlichten Online-Auftritt.**

„Where would you like to go“ – mit dieser Frage empfängt die neue Weichenseite der Knorr-Bremse Gruppe seit dem Relaunch im März ihre Besucher. Neben 26 länderspezifischen Internetauftritten sind über die neue, globale Auswahlseite www.knorr-bremse.com auch die 11 Produktmarken des Konzerns schnell und unkompliziert in mehrsprachigen Versionen zu erreichen. Die neue deutsche Internetpräsenz, die über die URL www.knorr-bremse.de auch direkt erreichbar ist, zeigt schon jetzt exemplarisch den Aufbau aller zukünftigen Länder-Websites. Sie beinhaltet nicht nur zentral vom Mutterkonzern verwaltete Inhalte, sondern zusätzlich umfangreiche regionale Informationen und marktspezifische Darstellungen, die von den lokalen Content Managern vor Ort betreut werden.

Die von Ray Sono entwickelte Informationsarchitektur und Grafik vereint dabei sämtliche Internet-Präsenzen in einer durchgängigen Navigationsstruktur und einer einheitlichen visuellen Darstellung. Darüber hinaus erstellten die Münchener Portale-Spezialisten auch alle HTML-Templates für das neu installierte Content Management System, die es den Mitarbeitern von Knorr-Bremse nun ermöglichen, im Rahmen des weltweiten Roll-Outs die verschiedenen Länder- und Markenseiten selbstständig inhaltlich auszugestalten. Alle lokalen Content-Manager können dabei auf gemeinsam nutzbare Inhalte aus der Unternehmenszentrale zurückgreifen, gegebenenfalls an ihre lokalen Anforderungen anpassen und direkt über das CMS abstimmen.

Für Ray Sono-Projektleiter Axel Rockmann bestanden die größten Herausforderungen bei diesem umfangreichen Relaunch in einem durchgängigen Konzept der Informationsarchitektur und einem einheitlichen Design: „Der zukünftige Auftritt der Knorr-Bremse umfasst beinahe 40 individuelle Websites in den verschiedensten Sprachen, die einheitlich in Layout und Navigation umgesetzt werden sollen. Neben dieser konzeptionellen Grundlagenarbeit bestand die zweite große Aufgabe darin, ein flexibles System zu schaffen, das es unserem Kunden ermöglicht, innerhalb des vorgegebenen Layout-Rahmens selbstständig alle inhaltlichen Aktualisierungen vorzunehmen. Hierfür haben wir auch ein individuelles Konzept für die Rollenverteilung, die Zugriffsrechte und den gesamten Workflow bei der laufenden Pflege der umfangreichen Internet-Präsenz entwickelt, um sicher zu stellen, dass auch die Inhalte überall dort vereinheitlicht werden, wo es sinnvoll ist.“

Gerd Henghuber, Leiter Unternehmenskommunikation bei Knorr-Bremse ergänzt: „Die große Herausforderung unseres neuen, konzernweit einheitlichen Internetauftritts war zum einen die Verbindung von zentraler Konzeption, einer modernen, innovativen Erscheinung sowie eines einheitlichen Systems. Zum anderen ging es darum, die Bedürfnisse der Landesgesellschaften von Knorr-Bremse, die eigene Bühnen und Darstellungsformen benötigten, optimal zu berücksichtigen. Dabei hat uns Ray Sono auf ausgezeichnete Weise unterstützt.“

Hintergrund Knorr-Bremse

Der Knorr-Bremse Konzern ist weltweit der führende Hersteller von Bremssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge. Als technologischer Schrittmacher treibt das Unternehmen seit über 100 Jahren maßgeblich die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb moderner Bremssysteme voran. Weitere Produktfelder sind Türsysteme und Klimaanlage für Schienenfahrzeuge sowie Drehschwingungsdämpfer für Verbrennungsmotoren. Knorr-Bremse ist weltweit in 25 Ländern mit über 65 Standorten vertreten. Im Jahr 2008 erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von 3,38 Milliarden € und beschäftigte rund 15.000 Mitarbeiter.

Hintergrund Ray Sono

Die Ray Sono AG ist Partner für die Konzeption, Implementierung und Betreuung innovativer internetbasierter Lösungen. Ray Sono gestaltet und optimiert die elektronischen Geschäftsabläufe seiner Kunden und fokussiert sich dabei auf eine optimale Vernetzung der Themen Usability, Markeninszenierung, Self-Services, Portaltechnologie und Online-Redaktion. Das gesamte Informations-, Interaktions- und Prozessdesign der von Ray Sono entwickelten Websites und Portale orientiert sich konsequent an der Strategie des Auftraggebers und den individuellen Anforderungen seiner Zielgruppen.

Zu den Kunden von Ray Sono zählen Unternehmen aus allen Bereichen der Wirtschaft: Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, DATEV, Deutsche Bahn, Knorr-Bremse, L' TUR, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, MEAG, Messe München International, Miles & More, Mövenpick Hotels & Resorts, Siemens, Süddeutsche Zeitung, SWISS und Thomas Cook.

Ray Sono ist mit seiner Hauptniederlassung in München sowie in Zürich vertreten.

Weitere Informationen:

Ray Sono AG

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
Anke Zormeier
Tel: 089 74646-124
Fax: 089 74646-100
E-Mail: anke.zormeier@raysono.com
www.raysono.com

WORDUP Public Relations

Achim von Michel
Tel: 089 2 878 878 0
Fax: 089 2 878 878 9
E-Mail: vonmichel@wordup.de
www.wordup.de