

PRESSEMITTEILUNG

ZUM 6. MAL IN FOLGE: RAY SONO BRINGT DEN GESCHÄFTSBERICHT DER BMW GROUP INS NETZ

München, den 18.03.2008 – Zeitgleich zur Live-Übertragung der Bilanzpressekonferenz am 18. März 2008 veröffentlicht die BMW Group neben der gedruckten Version auch ihren Online-Geschäftsbericht / Ray Sono ist bereits im sechsten Jahr für die Konzeption, Gestaltung, Projektkoordination und technische Umsetzung verantwortlich / Kontinuierliche Verbesserung der Prozesse und laufende Implementierung technischer Neuerungen prägen die bewährte Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber BMW Group

Seit dem 18. März 2008, 10:00 Uhr steht der Geschäftsbericht der BMW Group für das Jahr 2007 der Öffentlichkeit unter der Adresse www.bmwgroup.com/annualreport2007 zur Verfügung. Zeitgleich zum Auftakt der Bilanzpressekonferenz wurde neben der gedruckten Fassung auch die Online-Version publiziert, in der sich Interessierte umfassend über die Geschäftszahlen des vergangenen Jahres sowie über Geschäftsbereiche und Unternehmensziele der BMW Group informieren können.

Für die Realisierung des Online-Geschäftsberichts ist die Ray Sono AG bereits im sechsten Jahr in Folge verantwortlich. Auf Grundlage der dreiteiligen, gedruckten Ausgabe entwickelten die Experten für innovative, internetbasierte Lösungen bei Ray Sono ein medienadäquates Layout und eine benutzerfreundliche Informationsarchitektur für die ca. 80-seitige Online-Version. Darüber hinaus gehören zum Projektumfang auch die komplette Projektkoordination und Abstimmung mit den beteiligten Agenturen, die Contentredaktion sowie die grafische und technische Umsetzung.

In diesem Jahr entschied man sich erstmals für die Umsetzung als Microsite und schaffte damit Raum zur Inszenierung von großen Bild- und Typo-Elementen. Eine Reihe nützlicher Services, wie ein kapitelspezifischer Download-Service mit persönlicher Ablage, ein komfortabler Bestell-Service und ein Glossar ergänzen das Online-Informationsangebot. Die Weiterentwicklung der Barrierefreiheit als auch die Suchmaschinenoptimierung waren weitere wichtige Aspekte. Besondere Herausforderung für das Projektteam war auch in diesem Jahr die äußerst kurze Realisierungsphase bei einem gleichzeitig maximalen Qualitätsanspruch an die Unternehmenspublikation. Dies erforderte ein hohes Maß an Flexibilität und Erfahrung mit den kundeninternen Prozessabläufen.

„Eine der Grundlagen für die sehr vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der BMW Group ist unter anderem unser Selbstverständnis, den Projektablauf in jedem Jahr weiter zu optimieren“, resümiert Projektleiterin Silke Noetzel nach dem erfolgreichen Abschluss des diesjährigen Projektes. „So haben wir auch in diesem Jahr zusammen mit dem Kunden alle Prozessschritte und die gesamte zeitliche Abstimmung weiter verbessert, so dass die Erstellung des Online-Geschäftsberichts auf Basis der freigegebenen, gedruckten Version in etwas mehr als einer Woche möglich war.“

Die aktuelle Umsetzung des Geschäftsberichts fügt sich nahtlos in die langjährige Zusammenarbeit zwischen der BMW Group und Ray Sono ein. Seit 2001 betreut ein festes Team an Beratern, Art-Direktoren, Software-Architekten und Projektmanagern bei Ray Sono die BMW Group bei der Realisierung ihrer Internet- und Intranetstrategie.

Zu den Leistungen gehören E-Business-Beratung und Konzeption, Implementierung von Portal- und Softwarelösungen sowie E-Branding, Content- und Medienproduktion. Im Bereich der Online-Publikationen betreut Ray Sono neben dem Geschäftsbericht auch die Zwischenberichte und den alle zwei Jahre erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens.

Die Spezialisten bei Ray Sono greifen dabei auf umfangreiches Know-how im Automotive-Sektor zurück, das durch die Betreuung weiterer namhafter Kunden dieser Branche ständig wächst. So gehören der komplette Relaunch der MAN Nutzfahrzeuge Group Site inklusive Roll-out für über 25 Websites, kontinuierliche Online-Redaktion und Umsetzung von Themenspecials zu Produkteinführungen und Messeauftritten ebenso zu den aktuellen Projekten, wie der Relaunch der Website von NEOPLAN. „Im Automotive-Umfeld liegen die kommunikativen Schwerpunkte im Wesentlichen bei den Themen Innovation, Technologieführerschaft, Dynamik, aber auch Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit. Das Vertrauen, das uns unsere Automotive-Kunden bereits seit vielen Jahren entgegenbringen, zeigt, dass wir mit unseren Kompetenzen und unserer Philosophie ein geeigneter Consulting- und Umsetzungspartner für die Branche sind“, so Thomas Fehr, Vorstand der Ray Sono AG.

Über Ray Sono AG

Die Ray Sono AG, Agentur für Kommunikation und Interaktion, 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 Corporate Websites und Portale, E-Finance Beratungs- und Vertriebssysteme sowie Trainings- und Simulationslösungen.

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: Allianz, Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Deutsche Bundeswehr, EADS, General Dynamics, HDW, HypoVereinsbank, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, Postbank und Siemens.

Pressekontakt

Ray Sono AG

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Anke Zormeier

Tel: 089 74646-124

Fax: 089 74646-100

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