

PRESSEMELDUNG

München, 02.03.2009 –

Aufwändige Full-Frame Videos, die das gewünschte Reiseziel auf dem gesamten Bildschirm in vielen Facetten zeigen, Shopping-Tipps und Empfehlungen zu Sehenswürdigkeiten, Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen und umfangreiche Reiseberichte gehören zu den multimedialen Angeboten der virtuellen Städteerkundung im Internet. Die neue Microsite startet mit Barcelona als erste Destination und präsentiert Besuchern die spanische Metropole unter anderem mit den zwei hochwertig produzierten Videosequenzen „Die junge Metropole“ sowie „Genuss auf Katalanisch“. Als weitere Reiseziele werden Hongkong und München in Kürze folgen. Die neue Site dient dem Ziel, die Akzeptanz von erstklassigem Reise-Content im Markt zu testen und Kundenfeedback zu den Inhalten und Darstellungsformen zu sammeln.

Konzipiert, gestaltet und umgesetzt wurde die neue Website vom Münchener Portal-Spezialisten Ray Sono. Die Inhalte betreut das Ray Sono Redaktionsteam, das für die Konzeption und Produktion der hochqualitativen Videos, Reiseberichte und übrigen redaktionellen Inhalte verantwortlich ist. Dazu recherchiert das Redaktionsteam online und auch direkt vor Ort: Die Mitarbeiter beobachten relevante Internet-Foren, analysieren Themen, die für Reisende von Interesse sind und gewinnen zusätzliche Informationen von Experten, Einheimischen und Kooperationspartnern. Besonders geachtet wird auf eine optimale Kombination aus emotionaler Ansprache und Informationswert.

Service-Orientierung und Benutzerfreundlichkeit werden auf der neuen Microsite ebenfalls groß geschrieben: So finden sich zu vielen Themen weiterführende Links mit vertiefenden Informationen oder Buchungsmöglichkeiten im Internet. Der Besucher kann damit nicht nur umfangreiche Anregungen für seinen Barcelona-Besuch sammeln, sondern bekommt eine Vielzahl von Links geboten, um sich ein Hotel buchen zu können, Tickets zu kaufen oder einen Tisch in einem Restaurant zu reservieren. Selbstverständlich ist auch die Buchungs-Engine der Lufthansa mit jeweils günstigen Flugangeboten mit nur einem Klick zu erreichen.

„Mit diesem neuen Angebot setzt die Lufthansa einen innovativen Trend bei der Darstellung und Aufbereitung von Reiseinformationen“, sagt Thomas Helbing, Vorstand der Ray Sono AG. „Die Verbindung von hochemotionalen Videos und wertvollen, web-affinen Informationen gibt den Nutzern einen idealen Ausgangspunkt für ihre Reise. Die Travel World macht Lust auf Reisen!“



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 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: Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Bruker Daltonik, CLAAS, Credit Suisse, Deutsche Bahn, Deutsche Bank, Deutsche Bundeswehr, Dresdner Bank, General Dynamics, Howaldtswerke-Deutsche Werft, HypoVereinsbank, Kordoba, L' TUR, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, MEAG, Miles & More, Mövenpick Hotels & Resorts, Postbank, Siemens, SWISS und Thomas Cook.

Ray Sono ist mit seiner Hauptniederlassung in München sowie an den Standorten Bremen und Zürich vertreten.

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

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