

Ray Sono setzt beim Website Relaunch der GEMA auf Usability

Full-Service-Agentur Ray Sono verantwortet Relaunch der Website gema.de / Neue Website bietet Interessenten und Mitgliedern mit kompakten Inhalten, überarbeiteter Suchfunktion und Inhaltsstruktur ein nutzerfreundliches Zugangskonzept

München, 12. Februar 2015 – Die GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte präsentiert sich unter www.gema.de ab sofort im rundum erneuerten Erscheinungsbild und mit neuen Servicefunktionen. Verantwortlich zeichnet sich die Münchner Agentur für digitale Kommunikations- und Interaktionslösungen Ray Sono (www.raysono.com), die die GEMA seit Mitte 2014 erstmals zu ihren Kunden zählt. Im Fokus des Relaunches steht Nutzerfreundlichkeit. Der divergenten Zielgruppe aus über 68.000 Musiknutzern, Komponisten, Textdichtern und Musikverlegern, sowie der Presse, der Medien und der interessierten Öffentlichkeit werden intuitive Zugänge zu den für sie relevanten Inhalten geboten.

Das neu implementierte Navigations- und Suchkonzept basiert auf dem CSS-Framework Bootstrap. Es unterstützt Nutzer dabei, entsprechend ihrer Bedürfnisse schnell die gesuchten Serviceinformationen zu finden. Dabei kann das Angebot dank des modernen, responsiven Designs unabhängig von Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) gleichermaßen genutzt werden.

Ray Sono setzte den Relaunch der Website über einen Zeitraum von sechs Monaten inklusive Beratung, Konzeption, Screendesign und Programmierung um. Zuvor wurde im Rahmen eines Kennenlernprojektes bereits die Such- und Trefferlogik der Website überarbeitet.

Ursula Goebel, Direktorin Kommunikation, Leitung Marketing & PR bei der GEMA: „Unser Ziel ist es, die Onlinenutzung unseres Angebots im Web zu verbessern. Dank der guten Zusammenarbeit mit Ray Sono und unserem gemeinsamen Fokus auf Usability bin ich sehr zuversichtlich, unserem hohen Serviceanspruch gegenüber unseren Mitgliedern und Kunden gerecht zu werden.“

Die GEMA bewirbt das neue Onlineangebot unter anderem mit Videobeiträgen im Web, Berichten im Mitgliedermagazin und Newsletter, Pressearbeit sowie entsprechenden Beiträgen im GEMA-Intranet, sowie in den eigenen Social-Media-Kanälen.

Thomas Helbing, Vorstand von Ray Sono: „Wir freuen uns über den erfolgreichen Abschluss des ersten großen Projektes mit der GEMA und blicken mit Vorfriede auf weitere Herausforderungen in dieser und weiteren digitalen Disziplinen.“

Über Ray Sono:

Ray Sono, gegründet 1992, betreut als Full-Service-Agentur für digitale Kommunikations- und Interaktionslösungen führende Marken wie BMW, DATEV, Deutsche Bahn, Knorr-Bremse, Linde, Lufthansa, Miles & More, Unify und die Süddeutsche Zeitung in ihren digitalen Kanälen – von der Website und Microsite über Apps bis hin zu Social Media. Ray Sono analysiert, konzipiert, gestaltet und realisiert digitale Anwendungen mit Leidenschaft fürs Detail und einer durchgängigen, kanalübergreifenden Customer Journey. Über die Online-Redaktion stellt Ray Sono nach Abschluss der Projekte eine nachhaltige Betreuung der Kanäle auf höchstem Niveau sicher. Ray Sono belegt laut aktuellem

Agenturranking des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. (www.agenturranking.de) Platz 16
und zählt zu den größten Full-Service-Internetagenturen Deutschlands. Weitere Informationen:
www.raysono.com.