

Ray Sono gestaltet Online Service Center der Süddeutschen Zeitung im Responsive Design

27.06.2014, 12:56 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Ray Sono AG*
Presseagentur: *plümer)communications*



User Experience im Fokus: Umsetzung des Bereichs „Abo & Service“ im neuen Layout und Responsive Design ermöglicht fortan komfortable Nutzung auf allen Endgeräten

München, 26. Juni 2014 – Das neu gestaltete Online Service Center der Süddeutschen Zeitung (service.sueddeutsche.de) bietet Kunden und Interessenten einige Neuerungen. Im Fokus der User Experience steht dabei weiterhin Übersichtlichkeit und einfache Bedienbarkeit. Verantwortlich für den Relaunch ist die Münchner Agentur für digitale Kommunikations- und Interaktionslösungen Ray Sono (www.raysono.com). Die Umsetzung des Online Service Centers im Responsive Design erlaubt es Nutzern fortan, sämtliche Abo-Services der Süddeutschen Zeitung unabhängig und ohne Einschränkungen von ihrem jeweiligen Endgerät zu nutzen – egal ob Desktop-Rechner, Smartphone oder Tablet.

Im Online Service Center können sämtliche Abonnement-Angebote des Print- und Digitalbereichs der Süddeutschen Zeitung erworben und verwaltet werden. Vor dem Hintergrund der Wichtigkeit dieses Bereichs für den Vertrieb der überregionalen Tageszeitung wurde beim Relaunch großen Wert auf die Konversion gelegt. Das neue Interaktionsdesign setzt daher besonders auf einfache Bedienbarkeit, gute Orientierung und verständliche, schlanke Eingabemasken sowie deutlich verkürzte Prozesse, die Benutzer ihr Ziel nach wenigen Klicks erreichen lassen. Im Zuge des Relaunches wurde außerdem eine überarbeitete technische Architektur inklusive SSO- und SAP-Anbindungen umgesetzt.

Holger Engelhard, Leiter Abo-Marketing bei der Süddeutschen Zeitung: „Das Qualitätsversprechen an unsere Leser wird in unserem Servicebereich erlebbar. Dank Ray Sono können wir unseren heutigen und zukünftigen Lesern ein zeitgemäßes digitales Serviceangebot bieten – egal wo und egal wie sie auf das Angebot zugreifen.“

Nicolas Escherich, Managing Partner bei Ray Sono: „Der Relaunch des Servicebereichs der Süddeutschen Zeitung zeichnet sich insbesondere durch den hohen Anspruch an Nutzerfreundlichkeit bei gleichzeitiger Verarbeitung komplexer Informationen aus. Wir freuen uns, die Süddeutsche Zeitung bei ihrer digitalen Entwicklung unterstützen zu dürfen und über das langjährige Vertrauen in der Zusammenarbeit.“

Portrait

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.

News-ID: 802851 • Views: 862 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/802851/Ray-Sono-gestaltet-Online-Service-Center-der-Sueddeutschen-Zeitung-im-Responsive-Design.html>