

Relaunch bei RTL.de



Wer die Webadresse des Senders RTL ansurft, landet seit Anfang August auf neu gestalteten Seiten. Sie zeichnen sich durch einen abgespeckten und übersichtlicheren Aufbau aus. Mehr Inhalt, dafür weniger optische Spielereien, lautete der Leitgedanke für den Relaunch. So gibt es jetzt eine Begrüßungsseite mit den wichtigsten aktuellen Meldungen, auf der nachgeschalteten Hauptseite sorgt dann ein dreiteiliger Aufbau für Durchblick. Die Ladezeiten der einzelnen Unterseiten wurden um rund 25 Prozent verkürzt. „Aufwendige Animationen und farbenfrohe Hintergründe mögen schick und trendy sein. Wenn man aber erst minutenlang warten muss, bis sich eine Seite aufgebaut hat, ist vielen die Lust am Surfen längst vergangen“, so Patrick Zeilhofer, Chefredakteur Neue Medien bei RTL Newmedia zum neuen Konzept. Optisch ansprechend gestaltet sind die einzelnen Rubriken nach wie vor, lediglich die vielen Werbe-Pop-ups stören etwas den Gesamteindruck. Inhalte und Services kommen trotz der sparsameren Aufmachung nicht zu kurz. Im



Gegenteil: Durch die neue Seitenaufteilung und die breitformatigere Optik wurde sogar mehr Platz geschaffen, der ab jetzt mit einem nützlichen Online-Programm-Planer, mit Promi-Chats, mit Interviews und mit Gewinnspielen gefüllt wird. Auch das Angebot an bewegten Bildern ist größer. Unter dem Menüpunkt „Webclips“ in der rechten Navigationsleiste wurden rubrikenbezogene Video-Lounges mit Clips zu Themen des Tages eingerichtet. Von locker-flockiger Unterhaltung wie Sarah Connors Babybauch in der Kategorie „Life & Style“ über Musik-Events wie Marla Glens Auftritt beim Ringfest 2003 bis zum Beitrag über die Heimkehr der Sahara-Geiseln – der User kann sich die entsprechenden visuellen Eindrücke als Videostream auf den Monitor holen. Wer eher nach praktischen Informationen sucht, wird mit Auto-Tests, Reiseberichten oder Wetter-Animationen bedient. Dabei kann zwischen ISDN- und DSL-Qualität gewählt werden, ebenso zwischen Real Player und Windows Media Player. „Über tausend Videos sind schon auf den Seiten verteilt und es sollen im Lauf der

Zeit noch mehr werden“, stellt Simone Danne, Pressesprecherin RTL Newmedia, in Aussicht. Mit rund 260 Millionen Page Impressions im Monat gehörte www.rtl.de auch bislang schon zu den Top-Sites im Entertainment-Bereich. Der neue Schliff könnte nun noch mehr Erfolg bringen. TV- und Sport-Events wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder die Bundesliga werden im Internet mit vielen Zusatz-Features begleitet. „Im Oktober gibt es das Bundesliga-Meistermacher-Spiel auf der Website“, sagt Rasmus Teßmer, Ressortleiter RTL Newmedia. „Der User muss als Trainer sein Können unter Beweis stellen, dazu kommt ein neues Sportquiz“. Im Community-Bereich ist eine Kooperation mit Match.com, einer großen Dating-Plattform, geplant. Alles in allem lässt das Plus an kurzweiligen Inhalten gerne über kleinere Startschwierigkeiten wie den einen oder anderen fehlerhaften Link oder einen bereits angekündigten, aber noch nicht online gestellten Inhalt hinwegsehen.

Die XXL-Webversion könnte dem RTL-Portal künftig noch mehr Besucher beschern