

PRESSEMITTEILUNG

DEEPBLUE RELAUNCHT HOERZU.DE

deepblue networks AG bringt Deutschlands erste Programmzeitschrift neu ins Netz. Stufenweise Launch neuer Funktionalitäten.

Hamburg, 18. Februar 2010 - Gemeinsam mit der Hamburger Agentur deepblue networks hat der Axel Springer Verlag Anfang des Jahres seine traditionsreiche Zeitschriftenmarke HÖRZU im Netz gerelauncht. Schon jetzt lassen sich 150 Senderprogramme von den Besuchern der Seite leicht und übersichtlich durchsuchen. In der nächsten Ausbaustufe wird die Seite um Personalisierungsmöglichkeiten und Merklistenfunktionen erweitert.

Bei dem Relaunch handelt es sich bereits um das zweite Projekt der Hamburger Kreativen für den Axel Springer Verlag. Bereits im Vorjahr hatte man gemeinsam den Webauftritt von TV DIGITAL einem vollständigen Relaunch unterzogen.

Das von deepblue networks völlig überarbeitete Design und die neue Informationsarchitektur erleichtern den Usern die Orientierung auf der Seite. Über die großzügige Flashbühne kann die Redaktion Artikel und Programmtipps präsentieren. Die Highlightbox daneben bietet einen Schnelleinstieg in das TV-Programm des Tages. Klare Strukturen, üppige Bildformate sowie gezielt eingesetzte Weißräume und Typographie machen die Seite besonders nutzerfreundlich und rücken die hochwertigen Inhalte ins rechte Licht.

„Ziel unseres Konzeptes war, der Redaktion größtmögliche Freiheiten in der Inszenierung unterschiedlicher Inhalte zu bieten“ erläutert Oliver Czok, Vorstand Digital Solutions von deepblue networks. Neben Wissens-, Service- und Unterhaltungsthemen finden die User auch ein umfangreiches Star- und Filmlexikon mit über 40.000 Titeln auf der Seite. Radiohörer kommen weiterhin auf ihre Kosten. Anders als andere TV-Programmzeitschriften bietet hoerzu.de seinen Besuchern ein ausführliches Radio-Programmschema zum Download.

(216 Wörter, 1.677 Zeichen inkl. Leerzeichen; Abdruck frei)

Hörzu

Die größte wöchentliche Programmzeitschrift Deutschlands steht für Qualität. Kernstück von HÖRZU ist der ausführliche Programmteil, den Beiträge über politische, gesellschaftliche und wissenschaftliche Themen ergänzen.

deepblue networks AG

Die Hamburger Agentur deepblue networks AG setzt auf ganzheitliche Kommunikation mit den Kompetenzfeldern Strategic Planning, Classical Communication, Digital Solutions, Below the Line, Dialog-Marketing und Package Design. Gegründet am 1. Januar 2001 beschäftigt die Agentur heute über 180 Mitarbeiter. Zu den Kunden zählen u. a. Deutsche Post, Gerolsteiner, Samsung, Honda, MTV, Burger King, West, John Player Special, Swatch, Beiersdorf, Axel Springer, Tchibo, XING und Saeco. Mehr Informationen bietet die Homepage des Unternehmens unter www.deepblue-networks.com

Pressekontakt:

deepblue networks AG

Oliver Czok

Schützenstraße 21

22761 Hamburg

T (040) 28 40 88-0

F (040) 28 40 88-111

contact@db-n.com

www.db-n.com