

01.12.2015 - 14:01 Uhr

Jung, authentisch, näher dran: "RTL II News" mit neuem Studio, Design und Konzept



München (ots) -

- Konzeptioneller und optischer Relaunch am 1. Dezember 2015
- Präsentation der "RTL II News" aus modernem Realstudio in Berlin
- Start des neuen Nachrichtenportals rtl2news.de
- Crossmediale News-Aufbereitung für alle gängigen Social-Media-Kanäle

Die "RTL II News" gehen heute mit einem weiterentwickelten Nachrichtenkonzept on Air. Die erfolgreichste Nachrichtensendung um 20:00 Uhr bei den 14- bis 29-Jährigen* trägt damit den veränderten Erwartungen und Nutzungsgewohnheiten der jungen Zuschauer Rechnung.

Seit über 20 Jahren liefern die "RTL II News" insbesondere Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Themen des Tages, spannend aufbereitet und nachvollziehbar erklärt. Nun geht die Nachrichtensendung mit einem weiterentwickelten Konzept on Air. Im Fokus stehen die veränderten Erwartungen der jungen Zielgruppe an Nachrichtenmedien im Online-Zeitalter.

Matthias Walter, Chefredakteur RTL II: "Wir beobachten sehr genau, was unsere junge Zielgruppe denkt und tut, was ihr Lebensgefühl ist, was ihre Trends sind, wo sie sich digital bewegen. Die jungen Zuschauer erwarten sowohl für sie interessante Themen als auch eine glaubwürdige, authentische Ansprache und Aufbereitung. Darauf gehen wir mit unserem neuen Konzept ein."

Mit dem neuen Nachrichtenkonzept geht auch ein optischer Relaunch einher. Die "RTL II NEWS" werden zukünftig aus einem Realstudio präsentiert. HD-fähige Rückprojektoren visualisieren Bilder und Grafiken direkt im Studio auf einer Leinwand. LED-Panels kreieren in der schlicht-modernen Studio-Optik Farbszenarien, die Themen visuell einem Ressort zuordnen. Für die Kreation des On-Air-Designs zeichnet die Agentur Opium Effect verantwortlich. Das Studio-Design stammt von dem renommierten Schweizer Designer Carlo Angelini und wurde von Studio Hamburg umgesetzt.

Carlos Zamorano, Direktor Marketing und Kommunikation RTL II: "Sowohl die Kreation von Opium Effect als auch Carlo Angelinis Studio-Entwurf haben uns bereits in der ersten Präsentation überzeugt. Die offene Studio-Atmosphäre schafft mehr Transparenz für die Zuschauer und rückt sie näher an 'ihre' RTL II News. Das trendige on-Air Design spiegelt den jungen und urbanen Spirit unserer Redaktion ideal wider."

Als bewährtes Moderatoren-Team führen nach wie vor Sandra Schneiders, Christoph Hoffmann und Stephanie Brungs im regelmäßigen Wechsel durch die Sendung. Flexible Kameras ermöglichen es ihnen, den Studiobereich während der Sendung zu verlassen und beispielsweise Interviews an einem Reportertisch oder in einer Interviewecke direkt in den Redaktionsräumen zu führen.

Eine Trennung zwischen TV- und Online-Redakteuren gibt es nicht mehr - die Arbeitsweise ist voll integriert multimedial. In den sieben Ressorts Inland, Ausland, Gesellschaft, Lifestyle, Netzwelt, Kino & Musik sowie Promis setzen die Journalisten ihre Geschichten für alle Kanäle um und sind, soweit möglich, am Ort des Geschehens. Der Anteil der Außenberichte und die Anzahl der Reporter wurde signifikant erhöht. Sie nehmen den Zuschauer mit zu den Geschichten und sind erfahrbare Persönlichkeiten statt anonymer Schreibtischtäter.

Jedes Ressort wird von einem klar identifizierbaren Experten besetzt. Sandra Schneiders, Christoph Hoffmann und Stephanie Brungs sind nicht nur als Moderatoren, sondern auch als Reporter und Experten für ihre Ressorts im Einsatz. Sandra Schneiders als Expertin für das Ressort Gesellschaft, Christoph Hoffmann für das Inlandsressort und Stephanie Brungs als Promi-Spezialistin. Für das Auslandsressort steht Isabelle Engler, Meike Gehring ist Lifestyle-Expertin, Alexander Bressel ist für das Ressort Netzwelt und Marc Chmiel für Kino & Musik zuständig. Ziel ist eine persönliche, durch Vertrauen geprägte Bindung zwischen Zuschauern und Redaktion.

Mit rtl2news.de startet die Redaktion zudem ein neues News-Portal in Blog-Optik, das zeitgleich mit der abendlichen Sendung online geht. Die Plattform bietet viele Videos und verständlich aufbereitete Nachrichteninhalte, die dank des responsiven Designs sowohl am PC als auch auf dem Tablet oder Smartphone optimal konsumierbar sind. Die Journalisten kommunizieren mit ihren Zuschauern direkt - und zwar dort, wo sich diese ohnehin bewegen: in den führenden sozialen Medien.

Die "RTL II News" sind bei den 14- bis 29-jährigen Zuschauern die erfolgreichste TV-Nachrichtensendung um 20 Uhr*. In dieser Zielgruppe erreicht die Sendung einen Marktanteil von bis zu 27,6 Prozent.** Durchschnittlich werden bei den 14- bis 29-Jährigen 12,3 Prozent Marktanteil erzielt.***

* Das Erste, Sat.1, RTL II; ** Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, 04.09.2015; *** Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, 01.01.2015-30.11.2015

Kontakt:

nur für Presseanfragen:

RTL II Kommunikation

Martin Blickhan
Leiter Programmkommunikation
089/64185-6500
Martin.blickhan@rtl2.de

Medieninhalte



Jung, authentisch, näher dran: "RTL II News" mit neuem Studio, Design und Konzept / Steffi Brungs, Christoph Hoffmann und Sandra Schneiders (v.l.) / (c) RTL II - Recht zum Abdruck/Darstellung zeitlich/sachlich beschränkt auf die Berichterstattung zur Sendung "RTL II News". Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605



Jung, authentisch, näher dran: "RTL II News" mit neuem Studio, Design und Konzept / RTL II NEWS - Die Ressortleiter und Moderatoren / (c) RTL II - Recht zum Abdruck/Darstellung zeitlich/sachlich beschränkt auf die Berichterstattung zur Sendung "RTL II News" Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605



Jung, authentisch, näher dran: "RTL II News" mit neuem Studio, Design und Konzept / Steffi Brungs, Christoph Hoffmann und Sandra Schneiders (v.l.) / (c) RTL II - Recht zum Abdruck/Darstellung zeitlich/sachlich beschränkt auf die Berichterstattung zur Sendung "RTL II News" Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 /

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100781237> abgerufen werden.