

GRÖSSTES WISSENSPORTAL STARTET VOLL DURCH: RELAUNCH VON WISSEN.DE NEUEN ANGEBOTEN

Größtes kostenfreies Wissensportal mit neuem Look, neuen Features, neuem Shop und erweitertem Inhalt / Kinder-MP3-Player powered by wissen.de ist auf dem Markt / wissen.de akademie bietet Fernkurse für Erwachsene / Großer Sport-Channel bietet alles rund um die WM / Wörterbücher von Langenscheidt und Online-Reisemagazine von ADAC

München, 08. Februar 2006. Der neue Auftritt der Premium- und Empfehlungsmarke wissen.de ist das Ergebnis einer konsequenten Entwicklungsarbeit, bei der die Meinungen und die Optimierungswünsche der Nutzer mit entscheidend waren. Die seit fünf Jahren etablierte Informations-Plattform für geprüftes und vernetztes Hintergrundwissen wird damit noch besser: übersichtlicher, redaktionell noch stärker auf den Punkt und mit noch mehr Services.

Neuer Style

Beim von Brainson New Media designten und konzipierten neuen wissen.de-Auftritt konzentriert sich das gesamte Erscheinungsbild auf eine einheitliche Hintergrundfarbe. Die Darstellung der redaktionellen Specials, einem der Kern-Assets von wissen.de, wird dadurch gezielt in Szene gesetzt. Die fokussierte Navigation vereinfacht noch stärker die Nutzung der Themenressorts. Die aufklappbare Vertikalnavigation schafft eine klare und übersichtliche Gliederung der einzelnen Rubriken. Die horizontale Reiternavigation mit den Bereichen Ressorts, Service und Shop bietet eine noch schnellere Nutzerführung in die Welt des Wissens. Präziser und effizienter zeigt sich ebenfalls die neue Darstellung der Suchergebnisse, die in den Informationstypen Lexikon, Wörterbücher, Nachrichten und redaktionelle Beiträge gegliedert sind. Die einzigartige Positionierung des Angebots mit geprüften Inhalten wird dementsprechend weiter verstärkt: wissen.de ist der Antwortenfinder für alle, die mehr wissen wollen.

Neue Technologie für mehr Schnelligkeit und Flexibilität

Das neue Redaktionssystem vereinfacht die Platzierung von Inhalten, der Nutzer wird somit noch schneller und besser geführt. Größere Bildformate sorgen für eine höhere Emotionalität – vor allem für impulsgetriebene Info-Suchende. Die ebenfalls neue Darstellung der Rubriken "Geburtstagskinder" und "Was geschah am?" lädt zum intensiven Forschen ein. Die Datenbank der Linklisten wurde zu einem exklusiven Archiv entwickelt, das über eine Million Wissensinhalte auf intelligente Art und Weise verknüpft. Virtuelles Kino bieten Flash-Streamings mit faszinierenden Inhalten und sorgen somit bei Groß und Klein für wissensorientierte Spannung. Der IT-Dienstleister Nionex hat die Umstellung auf das neue Content Management System CoreMedia CMS 2005 vorgenommen. Damit erhält wissen.de ein System, das sehr schnell ist, effizient und flexibel die Workflows steuert und niedrige Betriebskosten verursacht.

Konsequente Vernetzung von Inhalten und Services

Die Einführung einer erweiterten Registrierungsmöglichkeit verbessert die Kundenbindung. Der User kann künftig mit seinem Usernamen/Passwort an allen angebotenen Gewinnspielen teilnehmen und erweitert somit sein Wissen. Permanente Service-Angebote wie Trainer und Tests stehen nach wie vor ebenso kostenfrei zur Verfügung wie ein interaktiver Vokabeltrainer in vier Sprachen (Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch) sowie vier zweisprachige Langenscheidt-Wörterbücher mit separater Suche (Englisch, Französisch, Spanisch, Türkisch). Dies unterstützt den Nutzer beim Beantworten seiner Fragen und beim aktiven Lernen. Schnell, effizient, mit einem Klick und kostenfrei.

Auch die relevanten und vor allem geprüften Inhalte unterstreichen den Anspruch des Marktführers wissen.de. Unter wissen.de Bildung finden die Nutzer – ob Lehrer, Eltern oder Schüler – spielerische und didaktisch wertvolle Test- und Trainermodule, Referate, unterrichtsvorbereitende Maßnahmen und neben den bekannten Allgemeinbildungs-Angeboten viele spezielle Bildungsthemen für Schule, Beruf und Freizeit.

Bei wissen.de Karriere geben außer Infos zu Ausbildung, Studium, Jobsuche, Arbeiten im Ausland und Selbstständigkeit über 180 Berufsprofile Antwort auf die Frage nach dem richtigen Beruf. Mit bei wissen.de üblichen interaktiven Modulen können User die eigenen Schwächen und Stärken erkennen.

Komplexe Zusammenhänge verständlich aufbereiten ist das Thema bei wissen.de Technik. Von der Mondlandung bis zum Mp3-Player über die großen Erfindungen der Menschheit bis zu interaktiven Technik-Trainern und Bildergalerien – bei wissen.de kann man die Welt verstehen und virtuell bereisen: Denn Reisefans stellt wissen.de neben allen Trends 2006, Videos, Bildern Impfkalender, Tipps zur Reisemedizin und Wasserqualität sowie den wichtigsten Destinationen unter anderem auch ADAC-Reiseführer online zur Verfügung – ebenfalls kostenfrei. Im Bereich Kinder liegt der Schwerpunkt auf Lernen, Forschen und Entdecken. Der Channel wissen.de Gesundheit bietet neben einer Arztsuche und Angebote wie Ernährungsmärchen, Ärztelatein relevantes aus Medizin, Fitness/Wellness, Ernährung und Leben. Der richtige Finanz-Check und –Trainer sorgt für das finanzielle Wohl, ebenso wie ausführliche Infos über Geldanlagen, Versicherungen, Immobilien, Steuern – und Luxus!

Wissen für Jeden

Weiteren Mehrwert für wissen.de-Nutzer bietet der von Internet Creations und audio media erstellten wissen.de-Shop für eine Auswahl der derzeit über 150 wissen.de-Lizenzprodukte und Partnershops. Das künftig wachsende Portfolio reicht von nicht-elektronischen Spielen der FIFA wie Brettspielen, Kartenspielen und Quizzes bis hin zu Produkten aus den Bereichen Reise, Bücher, DVD, Textilien und Accessoires. Kinderleicht können ebenfalls Lernprogramme, Free-Downloads und Bücher bestellt werden. Ein Highlight ist der Kinder-MP3-Player „M-Joy“ von Maxfield powered by wissen.de, der als reiner Musik-Player oder mit auf einer MMC-Karte vorinstallierten Bibi-Blocksberg-Hörbüchern neu im Handel erhältlich ist. Weitere passende, ausgezeichnete Hörbücher für MP3-Player generell bietet audio media mit dem Download-Angebot „Hoerkiosk.de – Portal für intelligente Unterhaltung“ (www.hoerkiosk.de) in Kooperation mit wissen.de.

Darüber hinaus finden vor allem Erwachsene unter dem Label wissen.de akademie ab sofort ein breites Premium-Angebot an kostenpflichtigen Fernkursen. Mehr als 100 Kurse von Weiterbildungsangebote wie Schulabschlüsse, kaufmännischen, technischen und EDV-Lehrgänge bis Sprach- und Kreativkurse stehen unter der neuen Rubrik www.wissen.de/akademie zur Verfügung. Partner zur Durchführung der Fernlehrgänge ist die renommierte Hamburger Akademie für Fernstudien.

Wissen zahlt sich aus

Seit fünf Jahren bietet das größte kostenfreie Wissensportal im deutschsprachigen Raum Wissenshungrigen eine hochwertige Informations-Plattform und zählt mit 1,8 Millionen Nutzern pro Woche zu den reichweitenstärksten Angeboten unter den reinen Content-Portalen. Die einzigartige Positionierung von einer Online- zur crossmedialen Empfehlungsmarke wird auch in Zukunft weiter ausgebaut. Die wissen.de GmbH hat 2005 den Break Even erreicht. Das vergangene Geschäftsjahr schloss das Unternehmen, welches sich selbst vermarktet, erneut mit einer Umsatzsteigerung von 50 Prozent ab. Der Umsatz in Euro lag im mittleren einstelligen Millionenbereich und liegt somit über Plan. Hauptgeschäftsfelder sind die Bereiche Mediasales, die rund zwei Drittel und Lizenz-Vermarktung/Kooperationsmarketing, die rund ein Drittel des Umsatzes ausmachen. Für 2006 will die Informationsplattform ihren Umsatz erneut deutlich steigern. Dies resultiert vor allem aus dem Ausbau der Lizenz- und Produktvermarktung der eigenen Empfehlungsmarke wissen.de und Produkten zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™. wissen.de ist Lizenznehmer der FIFA für nicht-elektronische Spiele wie Brettspiele und Quizzes. Zusammen mit Partnern wie Ravensburger, Hasbro, Ass Altenburger oder Adidas sind über 80 Fußball-Produkte im Handel. Des Weiteren wird wissen.de seine Lizenz-, Marketing-, Vermarktungs- und Beratungskompetenz künftig auch aktiv als Dienstleister anbieten.

wissen.de GmbH

wissen.de ist das größte kostenfreie Wissensportal im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen wissen.de GmbH ist Teil der Wissen Media Group, einer hundertprozentigen Tochter der DirectGroup Bertelsmann. Die Wissen Media Group bündelt die Qualitätsinhalte des Wissen Media Verlags mit starken Marken wie WAHRIG, viamundo und Chronik, die Kompetenz des Technologie-Spezialisten Nionex im Bereich Content-Management-Systeme sowie das Know-how des Wissensportals wissen.de auf den Gebieten der redaktionellen Erstellung von Online-Inhalten und des Marketings.

Boris Udina
wissen.de GmbH
Neumarkterstraße 18-20
81673 München
www.wissen.de
boris.udina@bertelsmann.de
Tel.: +49 (0)89 - 41 36 8 361
Fax: +49 (0)89 - 41 36 83 99