



PRESSEINFORMATION

futurezone präsentiert sich in völlig neuem Look

(Wien, 13.01.2021). Die futurezone, Österreichs führendes Technews-Portal mit monatlich mehr als 2 Millionen Unique Clients, präsentiert sich rechtzeitig zum Jahresstart mit einem völligem Redesign im neuen Kleid: Ab sofort erstrahlt die [Website](#) im zeitgemäßen, userfreundlichen Design. Auch das Logo wurde völlig neu interpretiert. Das vergangene Jahr, in dem die futurezone das zehnjährige Jubiläum unter dem Dach des KURIER Medienhaus feierte, wurde genutzt, um die Marke zukunftsfit zu machen. Ebenso hat sich die futurezone inhaltlichen Neuerungen verschrieben – auf der neuen Website können unter „fuzo Features“ Inhalte nach Interessen maßgeschneidert abgerufen werden, seit Kurzem ergänzen mit „fuzo explains...“ kurze Erklärvideos das Contentangebot.

Während das bisherige Design der futurezone von einer bunten Farbwelt gekennzeichnet gewesen ist, die sich besonders gut am Farbspektrum im Logo ablesen ließ, werden nun neue Wege beschritten: Das Logo erscheint nun mehr schwarz-weiß. Auch auf der Website ist die Farbenwelt sehr reduziert – es werden neben Schwarz und Weiß lediglich Blaugrau für Links und andere klickbare Elemente sowie Pink für physische Events wie den futurezone Award verwendet. Mit der designtechnischen Beschränkung auf das Wesentliche soll der Fokus noch mehr auf den qualitativen, gut recherchierten Content der futurezone gelenkt werden.

„Ich freue mich wahnsinnig, dass wir nach monatelanger, intensiver Arbeit nun zu Beginn des neuen Jahres mit einer rundum neu gestalteten Webseite starten können. 2020 feierte die futurezone ihr zehnjähriges Jubiläum und das war Anlass für uns, Marke, Logo und Erscheinungsbild einem Refresh zu unterziehen, um unseren sehr erfolgreichen Kurs der vergangenen Jahre in Zukunft weiter fortsetzen zu können. Mit dem neuen Look ist die futurezone nicht nur inhaltlich, sondern auch designtechnisch state-of-the-art – das cleane, reduzierte Redesign zeigt, dass wir erwachsener geworden, aber trotzdem neugierig und entdeckungsfreudig geblieben sind“, erklärt futurezone-Chefredakteurin Claudia Zettel.

Maßgeschneiderter Content und Videos im Fokus

Die neue Website passt sich noch besser den Bedürfnissen der Leserinnen und Leser an: Neben dem neuen Layout bietet die Plattform nun auch mehr Möglichkeiten, die futurezone unter dem Channel „fuzo Features“ ganz nach eigener Interessenslage zu konsumieren – ob nun Interviews, Produkttests, How-To's oder Themenschwerpunkte. Die gewohnten themenspezifischen Channels bleiben natürlich erhalten. Außerdem wurden neue Erzählformate umgesetzt, um die Inhalte zielgerichteter präsentieren zu können.

Auf der neuen Website findet ebenso die neue Videostrategie einen prominenten Platz. Im Videochannel „fuzo Watch“ mit integriertem Player können auch Playlists angelegt werden. Im Fokus stehen dabei neue Videoformate wie "fuzo explains...": Seit November 2020 wird hier wöchentlich in kurzen Erklärvideos berichtet, was in der Tech- und Wissenschaftswelt gerade los ist. Produziert wird „fuzo explains...“ von der versierten, jungen Videoredakteurin Patricia Bartos, die das futurezone-Team seit Herbst 2020 ergänzt.



Die futurezone ist die erste Marke, die sich am neuen House of Brands-Modell des KURIER Medienhaus orientiert: Je nach Schwerpunkt sind die Marken unter Nachrichten, Unterhaltung oder Service geclustert, um sich besser eigenständig entwickeln zu können – wobei punktuelle Clusterüberschneidungen natürlich möglich sind. Die futurezone ordnet sich hier klar in den Bereich Nachrichten ein, was aber nicht bedeutet, dass nicht auch Unterhaltung oder Service geboten werden.

„Wir haben das Jahr 2020 im ganzen Konzern intensiv genutzt, um zukunftsweisende Projekte auf den Boden zu bringen. Mit dem futurezone-Relaunch haben wir einen Weg gefunden, um das zehnjährige Jubiläum der futurezone im KURIER-Medienhaus gebührend zu begehen. Es ist nach ‚fuzo explains...‘ der nächste Schritt, um die Reichweitenrekorde der futurezone als Nummer 1 Wissenschafts- und Tech-Portal weiter fortzuschreiben“, so KURIER Medienhaus-Geschäftsführer Thomas Kralinger.

Für den futurezone-Relaunch wurde auch ein kurzes Video produziert, in dem die Funktionalität der neuen Website anschaulich dargestellt wird: <https://vimeo.com/499814761/8d2211b4f5>

Bilder (Copyrights: futurezone):

Bild 1: Neue futurezone-Startseite

Bild 2: Neuer futurezone-Channel “fuzo Features”

Bild 3: Neuer futurezone-Channel “fuzo Watch”

Rückfragen:

Claudia Zettel, Chefredakteurin futurezone

redaktion@futurezone.at

05 9030-22822

Thomas Kralinger, Geschäftsführer KURIER Medienhaus

thomas.kralinger@kurier.at

05 9030-22370