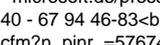




Microsoft startet neues MSN

Microsoft startet neues MSN
Das neue MSN vereint umfangreiche Inhalte unter einem Dach // Bing Apps werden mit Update zu MSN Apps
Nach einer dreiwöchigen Preview-Phase startet Microsoft heute sein neues MSN, das den Nutzern ein völlig neues Online-Erlebnis bietet. Ganz nah am Leben präsentiert sich das neue MSN mit personalisierbaren Nachrichten renommierter Medien sowie hilfreichen Tools für den Alltag - vom eigenen Aktienportfolio bis zur Einkaufsliste fürs Abendessen. Egal ob PC, Tablet oder Smartphone und egal ob Web oder App, überall bietet das neue MSN eine einheitliche Nutzererfahrung. Das neue Internet-Angebot basiert auf Cloud-Technologien und wird in den nächsten Wochen weltweit für Windows, Android und iOS ausgerollt. Ab sofort steht das komplette Angebot des neuen MSN, das im Rahmen der Preview-Phase noch um einzelne Themen ergänzt wurde, unter www.msn.de allen Nutzern zur Verfügung. Mit dem Update auf Windows 8.1 präsentieren sich die Bing Apps komplett überarbeitet und in einem neuen Look: Unter dem Dach von MSN heißen sie nun MSN Weather, MSN News, MSN Health-Fitness oder auch MSN Travel. Bing selbst bietet Nutzern dabei weiterhin eine intelligente und schnelle Sucherfahrung. Mit dem neuen MSN und MSN Apps (vorher Bing Apps) bietet Microsoft ein persönliches Nutzererlebnis, das ganz den Bedürfnissen der Konsumenten angepasst ist: Hier werden Premium-Inhalte von national und international führenden Medienunternehmen wie Die Welt, Süddeutsche Zeitung oder der New York Times gebündelt bereitgestellt. Damit bietet das neue MSN eine große Vielfalt an Themen und qualitativ hochwertigen Informationen. "Wir sind sehr zufrieden mit der Resonanz auf die Preview von MSN - die Nutzer geben positives Feedback zum Design, den Inhalten und der Funktionalität", sagt Dirk Kleine, Director Information Content Experience Group DACH. "Zum Start können wir jetzt auch die Themen ?Auto und ?Lifestyle anbieten und sind damit in der Lage, alle relevanten Themenfelder für unsere Nutzer abzudecken. Und jeder kann die neue Erlebnis-Plattform nutzen, unabhängig von Ort und verwendetem Device." Mit dem neuen MSN startet nun ein weiterer wichtiger Baustein in der neuen ?Mobile first, Cloud first Ära von Microsoft, die für den mobilen Einsatz sowie Cloud Computing entwickelt wurde und für die Nutzer über alle Geräte erreichbar ist. Das neue MSN basiert nun vollständig auf Microsoft Azure - der komplette weltweite Launch von MSN ist so der größte Einsatz von Microsoft Azure bisher. Das Angebot von MSN ist so konzipiert, dass dem Nutzer nur die Inhalte, die ihn auch wirklich interessieren, angezeigt werden. Ist das Nutzerprofil einmal eingerichtet, werden Kunden unterwegs und auf jedem Gerät mit den gewünschten, personalisierten Informationen versorgt. Das neue MSN zeichnet sich darüber hinaus durch eine klare und übersichtliche Designsprache aus und lässt sich intuitiv bedienen sowie individuell gestalten. Kategorien und Themen können einfach neu geordnet und angepasst werden. Ergänzt um die Ressorts Auto und Lifestyle jetzt umfangreiche Inhalte aus elf unterschiedlichen Kategorien. Neben den Informationen aus den Ressorts Sport, News, Gesundheit Fitness, Finanzen, Reisen, Kochen Genuss, Wetter, Unterhaltung und Video wurden nach der Preview-Phase noch die Kategorien Auto und Lifestyle ergänzt. Die Informationen reichen von Spielergebnissen von über 200 Sportligen weltweit, über 1,5 Millionen Weinkritiken bis hin zu über 300.000 Rezepten und vielem mehr. Die Redakteure von MSN sind in der Lage, aus über 1.200 Quellen Inhalte für individuelle Märkte und Zielgruppen zusammenzustellen. Nutzer profitieren von weltweit ausgewählten Kooperationspartnern. Um Kunden ein maßgeschneidertes Content-Angebot zur Verfügung zu stellen, arbeitet Microsoft weltweit mit angesehenen Kooperationspartnern und Medienunternehmen zusammen. Zu den Partnern in Deutschland zählen beispielsweise Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt, Hubert Burda und kicker. Internationale Medienpartner sind die New York Times in den Vereinigten Staaten, Guardian und Telegraph in Großbritannien, Le Monde und Le Monde in Frankreich. Einmal eingerichtet - immer und überall informiert. Das neue MSN liefert umfassende Informationen sowie die Möglichkeit, Menschen genau dort zu erreichen, wo sie selbst aktiv werden. Um MSN und die MSN Apps zu nutzen, ist es für den Konsumenten nicht notwendig, sich einzuloggen. Die einmalige Konfiguration über die Microsoft-ID ermöglicht dem Nutzer jedoch eine produktivere Verwendung des Angebotes von relevanten Inhalten über alle Geräte hinweg. Wer sich sein persönliches Nutzerprofil angelegt hat, erhält die gewünschten Inhalte automatisch auf jedem Gerät, das er gerade im Einsatz hat - egal ob Notebook, Tablet oder Smartphone. Darüber hinaus haben Nutzer die Möglichkeit, weitere praktische Einstellungen vorzunehmen und Angaben von oft genutzten Webseiten wie Outlook.com, Facebook, Twitter, OneNote, OneDrive sowie Skype in ihrem Profil zu hinterlegen. Die persönlichen Einstellungen werden beim Aufrufen der MSN-Seite übersichtlich auf einen Blick dargestellt. In den kommenden Monaten werden zu unterschiedlichen Themengebieten kontinuierlich weitere MSN Apps für Windows Phone, iOS und Android veröffentlicht. Wer beispielsweise auf MSN ein Rezept fürs Abendessen entdeckt, kann die Zutaten daraus mit nur einem Klick zu einer Einkaufsliste hinzufügen, die sogleich via App auf dem Smartphone erscheint und im Supermarkt beim Einkaufen aufgerufen werden kann. Sollten Updates bereitstehen, werden diese automatisch auf allen Geräten berücksichtigt. Über Microsoft Advertising: Microsoft Advertising ist das Angebot der Microsoft Corporation für digitales Marketing. Der weltweit tätige Vermarkter bietet Werbekunden und Website-Herausgebern digitale Marketinglösungen, ein umfangreiches Portfolio von etablierten, starken Online-Marken und führende Werbetechnologien. Das Angebot erstreckt sich derzeit über die Online-Produkte MSN, Xbox, Skype, Windows 8 Apps, Bing sowie über Performance-Netzwerke, die Vermarktung von Inhalten auf mobilen Endgeräten, Video-Werbung und Partnerprogramme. Microsoft Advertising ist Mitglied der AGOF, der IVW sowie des OVK, des Online-Vermarkterkreis im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., und verfügt in Deutschland laut AGOF "internet facts" 2014-07 über eine Reichweite von 7,3 Millionen Unique Usern (Einzelmonat, Untersuchungszeitraum Juli 2014). Unter der Leitung von Markus Frank, Director Advertising Online bei Microsoft Deutschland, ist Microsoft Advertising an den Standorten München, Hamburg und Köln vertreten. Microsoft Advertising ist Teil des Bereichs Advertising Online, der alle Aktivitäten von Microsoft im Online-Bereich bündelt. Weitere Informationen zu Microsoft Advertising sind unter <http://advertising.microsoft.de/> sowie über Twitter unter <http://twitter.com/MSAdvertisingDE> zu finden. Ansprechpartner Microsoft Advertising: Sonja Arndt: Tel: +49 (0) 89 / 3176 3626 E-Mail: sarndt@microsoft.com Microsoft Newsroom: <http://www.microsoft.de/presse> Ansprechpartner PR-Agentur FAKTOR 3 AG: Lena Gleissner: Kattunbleiche 35 D-22041 Hamburg Tel.: 0 40 - 67 94 46-83 Fax: 0 40 - 67 94 46-11 l.gleissner@faktor3.de 

Pressekontakt

Microsoft

85716 Unterschleißheim

sarndt@microsoft.com

Firmenkontakt

Microsoft

85716 Unterschleißheim

sarndt@microsoft.com

Founded in 1975, Microsoft (Nasdaq "MSFT") is the worldwide leader in software, services and solutions that help people and businesses realize their full potential. MS-DOS, Windows, Windows 3.0, Windows 95, Windows 98, .NET, Office XP, Windows XP and Windows Server are registered trademarks of Microsoft Corporation.