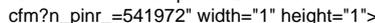




Mehr Spiele, neue Partner: Mediengruppe RTL Deutschland baut Gaming-Aktivitäten mit neuem GAMECHANNEL aus

Mehr Spiele, neue Partner: Mediengruppe RTL Deutschland baut Gaming-Aktivitäten mit neuem GAMECHANNEL aus
Mit dem Relaunch des Angebotes www.GAMECHANNEL.de baut die Mediengruppe RTL Deutschland ihre Aktivitäten im wachstumsstarken Gaming-Bereich weiter aus. Das Angebot von RTL interactive bietet Gamern ab sofort eine stark ausgebaute Spieleplattform in vollkommen neuer, übersichtlicher Optik. Aufgeräumter und in hochwertigem Design präsentiert der GAMECHANNEL ein umfangreiches Gamesportfolio in Zusammenarbeit mit Partnern wie Ubisoft, Electronic Arts, Upjers, Bigpoint, Innogames, Splitscreen Studios und zahlreichen weiteren Anbietern. Zum Neustart des GAMECHANNEL steht den Spielern eine große Auswahl an qualitativ hochwertigen Games aus allen Genres zur Verfügung. Bis Ende des Jahres soll das Angebot stark ausgebaut werden. Mit dem Relaunch hat das RTL interactive Gamesteam auch die Auffindbarkeit der Games deutlich verbessert. Beworben wird der neue GAMECHANNEL mit TV-Spots auf den Sendern der Mediengruppe RTL Deutschland.
Zur Verfügung stehen unter anderem Top-Games wie "Need for Speed World", "Forge of Empires" sowie "Command & Conquer: Tiberium Alliances"; "Die Siedler Online", "Goodgame Empire" und "Dino Storm". Alle Spiele sind kostenlos spielbar. Die Spieler haben jedoch die Möglichkeit, zusätzliche Inhalte und besondere Gegenstände zu erwerben. Laut Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware setzte die deutsche Gamesbranche im vergangenen Jahr 226 Millionen Euro durch virtuelle Zusatzinhalte um, ein Markt in dem der GAMECHANNEL operiert und der weiter rasant wächst.
Michael Heise, Leiter Games und Product Innovation bei RTL interactive: "Mit dem neuen GAMECHANNEL bieten wir eine neue Multiscreen-Spielewelt mit qualitativ hochwertigen Games. Neben Browser-Games können wir nun auch erstmals Client- sowie Mobile-Games integrieren. Damit ist der GAMECHANNEL bestens auf die künftige Gamesnutzung vorbereitet. Ich bin überzeugt davon, dass wir den Gamern langanhaltende Spielerlebnisse auf einer attraktiven Plattform bieten und damit unsere transaktionsbasierten Geschäfte weiter stärken werden." Geplant ist des Weiteren die Integration von exklusiv für den GAMECHANNEL produzierten Items, Levels und exklusiven Spielen. Das Angebot richtet sich vom casualorientierten Gamer bis hin zum Core Gamer. Einzigartig im deutschen Gamesmarkt: Das Angebot ist komplett werbefrei, damit die Gamer sich voll und ganz dem Spieleangebot widmen können.
Der neue GAMECHANNEL erscheint im responsive Design, so dass sich das Angebot immer ideal an das jeweils genutzte Endgerät anpasst, sei es PC, Tablet oder Smartphone. Die Gamer können ganz einfach erfahren, welche Games im Angebot am meisten gespielt, und von andern Gamern am besten bewertet werden. Die Spieler bekommen außerdem einen schnellen Überblick über die Genres Action, Strategie, Simulation, Abenteuer und Rollenspiel oder welche Games im TV beworben wurden. Darüber hinaus können sie sich ihre Lieblingsgames in einer Favoritenliste speichern. Ein eigens geschaffener neuer Bereich auf der Site weist die Gamer auf aktuelle Specials und Events hin.
Der Bereich Games ist bei RTL interactive seit vielen Jahren ein Schwerpunkt der Internet-Aktivitäten und eine starke Säule bei RTL.de. Neben dem 2011 gelaunchten GAMECHANNEL entwickelte das Unternehmen der Mediengruppe RTL Deutschland bereits 2002 ein Spieleangebot für die Zielgruppe der Casual Gamer. Mit beispielsweise dem Quiz zur RTL-Show "Wer wird Millionär?" entwickelte sich die Spielesite RTLspiele.de zu einem der meist genutzten Gaming-Angebote im deutschen Internet. Insgesamt nutzen rund 6 Millionen Gamer die Games-Angebote von RTL interactive. Erfolgreich agiert RTL interactive auch im Mobile-Bereich mit den Apps zur RTL-Show "Wer wird Millionär?". Diese stehen Spielefans als kostenlose werbefinanzierte "Wer wird Millionär? Trainingslager" App und als kostenpflichtige Premium App Edition zur Verfügung. Rund 3,5 Millionen Downloads konnten mit den Apps zur RTL Quizshow bislang erzielt werden. Seit Ende 2012 haben mobile Spielefans zudem die Möglichkeit die RTL Gamescout App für Smartphones und Tablets kostenlos herunterzuladen.
RTL TELEVISION GMBH
Picassoplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: 0221 / 4567 - 0
Mail: pressezentrum@rtl.de
URL: <http://www.rtl-television.de>


Pressekontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

rtl-television.de
pressezentrum@rtl.de

Firmenkontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

rtl-television.de
pressezentrum@rtl.de

Grundlage des Erfolgs von RTL ist der ausgewogene Programm-Mix: Der Sender überzeugt in jedem Genre mit starken Programmen und schafft regelmäßig neue TV-Trends. Viele der RTL-Erformats sind heute in Deutschland beinahe so bekannt wie die Marke RTL selbst. Dazu gehören Show-Events wie Das Supertalent und Deutschland sucht den Superstar, Nachrichtensendungen wie RTL Aktuell und das RTL Nachtjournal, Magazinformat wie das Mittagmagazin Punkt 12 und das Star-Magazin RTL Exklusiv, Real-Life-Formate wie Bauer sucht Frau und Rach, der Restauranttester, eigenproduzierte Serien wie Alarm für Cobra 11, Die Autobahnpolizei, tägliche Serien wie Gute Zeiten, schlechte Zeiten und Alles was zählt, Comedyshowreihen wie Ich bin ein Star? Holt mich hier raus! und Die Büllent Ceylan Show, Sporthighlights wie die Formel 1 und die Boxkämpfe der Klitschko-Brüder, US-Serien wie CSI: Vegas und Bones, Die Knochenjägerin sowie regelmäßig große Eventmovies und Kinohighlights. Mit 15,9 Prozent Marktanteil war RTL im Jahr 2012 mit großem Vorsprung vor der Konkurrenz der erfolgreichste Sender bei den jungen Zuschauern (14 ? 49 Jahre). RTL platzierte sich damit 4,6 Prozentpunkte vor ProSieben (11,3 %). Auf den weiteren Plätzen folgten Sat.1 (9,9 %), VOX (7,7 %), ARD (7,0 %) und ZDF (6,8 %). Trotz sportlicher Großereignisse wie Olympia und der Fußball-Europameisterschaft bei der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz landete RTL beim Gesamtpublikum gemeinsam mit der ARD mit 12,3 Prozent Jahresmarktanteil hinter dem ZDF (12,6 %). Bei den 20- bis 59-Jährigen war RTL mit 14,9 Prozent Marktanteil der beliebteste Sender, gefolgt von Sat.1 (10,2 %), ZDF (9,0 %), ARD (8,7 %), ProSieben (8,1 %) und VOX (7,6 %). Das erfolgreichste RTL-Programm des Jahres war der Boxkampf Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora, den am 18. Februar 12,92 Millionen Zuschauer (MA: 56,5 %) bei RTL verfolgten. Beim jungen Publikum (14 ? 49) erreichte das Sport-Highlight ebenfalls 56,5 Prozent Marktanteil (5,81 Mio.).

Das packende Formel-1-Saisonfinale in Brasilien sahen 10,65 Millionen Zuschauer (MA: 41,0 %), 44,1 Prozent der jungen Zuschauer waren bei RTL dabei. Zum Jahresauftakt feierte das Dschungelcamp erneut Erfolge: Bis zu 7,51 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre sahen ?Ich bin ein Star ? Holt mich hier raus!, bei den 14- bis 49 Jährigen erreichte die Comedy-Show bis zu 42,9 Prozent Marktanteil. Zu den weiteren RTL-Erfolgsprogrammen 2012 gehörten das Spielfilmhighlight ?Avatar ? Aufbruch nach Pandora mit 7,04 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: 35,0 %), die Quizshow ?Wer wird Millionär? mit bis zu 8,21 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 22,6 %), die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 24,9 %) und das preisgekrönte Real-Life-Format ?Rach, der Restauranttester mit bis zu 6,93 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 25,2 %).SPORT: Nicht nur die Begegnung Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora sorgte für herausragende Zuschauerzahlen: Den Kampf Wladimir Klitschko gegen Jean-Marc Mormeck sahen im März 12,28 Millionen Zuschauer, 53,4 Prozent waren beim jungen Publikum (14 ? 49) dabei. Die Rennen der Formel-1-Saison 2012, die bis zum Finale hochspannend blieben, verfolgten bis zu 10,65 Millionen Zuschauer (MA: bis zu 48,6 %). Bei den jungen Zuschauern erreichten die Rennen sehr starke Marktanteile von bis zu 45,7 Prozent.SHOW: Die neunte Staffel ?Deutschland sucht den Superstar erreichte bis zu 6,21 Millionen Zuschauer und Marktanteile von bis zu 31,1 Prozent bei den jungen Zuschauern (14 ? 49). ?Das Supertalent schalteten bis zu 6,44 Millionen Zuschauer ein, der Marktanteil beim jungen Publikum betrug bis zu 32,7 Prozent. Bis zu 5,56 Millionen Zuschauer sahen die fünfte Staffel der Tanzshowreihe ?Let's Dance, die Marktanteile von bis zu 19,6 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen erreichte. Die stärksten Marktanteile verbuchte ?Wer wird Millionär? mit den Prominenten-Specials, die bis zu 27,2 Prozent Marktanteil beim Gesamtpublikum und bis zu 25,8 Prozent Marktanteil bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) erlangten. ?Martin Rütter ? Die große Hundeshow erreichte 22,2 Prozent Marktanteil (14 ? 49).INFORMATION: ?RTL Aktuell konnte sich 2012 mit 17,9 Prozent Marktanteil erneut als beliebteste Hauptnachrichtensendung bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) behaupten. Obwohl die öffentlich-rechtliche Konkurrenz ihre Hauptnachrichten häufig im Zuschauerstarken Umfeld von Olympia und Fußball-EM sendete, platzierte sich ?RTL Aktuell mit 3,54 Millionen Zuschauern und 16,9 Prozent Marktanteil auch beim Gesamtpublikum erneut vor ?heute im ZDF (3,31 Mio. / 14,9 %) und landete hinter der Tagesschau im Ersten (4,93 Mio. / 17,6 %)*. Mit 15,5 Prozent Marktanteil (14 ? 49) war das ?RTL-Nachtjournal erneut das mit Abstand erfolgreichste Nachtmagazin. Auch die RTL-Magazinsendungen ?Punkt 6 (MA: 20,1 %), ?Punkt 9 (MA: 17,2 %) und ?Punkt 12 (MA: 21,7 %) lagen bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) deutlich vor den entsprechenden Konkurrenzformaten, ?RTL Explosiv** erreichte im Jahresschnitt 15,8 Prozent, ?Exklusiv ? Das Star-Magazin 16,0 Prozent, ?EXTRA ? Das RTL-Magazin 18,6 Prozent und ?stern TV 16,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).REAL LIFE: Mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern und 23,3 Prozent Marktanteil im Schnitt war die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau erneut das beliebteste Real-Life-Format des Jahres. Eine erfolgreiche Rückkehr ins RTL-Programm feierte ?Der Bachelor mit 21,2 Prozent Marktanteil im Schnitt (14 ? 49). ?Rach, der Restauranttester konnte mit 22,7 Prozent im Schnitt seinen Marktanteil beim jungen Publikum gegenüber dem Vorjahr nochmals steigern und ?Undercover Boss sahen im Schnitt 19,8 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49).FICTION: Die Actionserie ?Alarm für Cobra 11 ? Die Autobahnpolizei war 2012 die erfolgreichste eigenproduzierte Serie bei RTL: Im Schnitt sahen 17,6 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49) die neuen Episoden. Die Free TV Premiere des erfolgreichsten Films aller Zeiten war der beliebteste Spielfilm des Jahres bei RTL: 7,04 Millionen Zuschauer sahen ?Avatar ? Aufbruch nach Pandora, beim jungen Publikum (14 ? 49) schalteten 35,0 Prozent das Fantasy-Abenteuer ein.Die täglichen Serien bei RTL waren auch 2012 die erfolgreichsten ihres Genres: ?Gute Zeiten, schlechte Zeiten erreichte im Jahresschnitt 20,3 Prozent, ?Unter uns 17,0 Prozent und ?Alles was zählt 15,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).COMEDY: RTL war 2012 bei den jungen Zuschauern der beliebteste Sender in Sachen Comedy: 6,69 Millionen Zuschauer im Schnitt (MA: 26,8 %) erreichte die Kult-Show ?Ich bin ein Star ? Holt mich hier raus! zum Jahresbeginn. 37,7 Prozent der jungen Zuschauer schalteten das Dschungelcamp im Schnitt ein, in der Spitze waren sogar bis zu 42,9 Prozent dabei. Sehr erfolgreich waren auch die großen Comedy-Showreihen bei RTL: ?Willkommen bei Mario Barth sahen im Schnitt 20,3 Prozent, ?Die Kaya Show 19,5 Prozent und ?Cindy aus Marzahn & Die jungen Wilden 18,5 Prozent der jungen Zuschauer.