

MEEDIA TOPSTORY**WEB-SCHWERGEWICHT MIT 5,75 MILLIONEN BESUCHERN**

Holtzbrincks Gutefrage meldet Break-even

Stefan von Holtzbrincks Digital-Strategie der vergangenen Jahre funktioniert immer besser. Nach Parship, MyHammer oder Brands4Friends hat nun auch Gutefrage.net den Break-even geschafft. "Wir haben nicht nur einen Monat schwarze Zahlen geschrieben, sondern werden das gesamte Jahr 2009 mit einem Gewinn abschließen", bestätigt Geschäftsführer Markus Wölflick gegenüber MEEDIA. Die Frage und Antwort-Community ist längst ein Web-Schergewicht, mit mehr Reichweite als Spiegel Online oder StudiVZ.

Im dritten Quartal 2009 maß die AGOF für Gutefrage.net eine Reichweite von 5,75 Millionen Besuchern. Damit belegt die Holtzbrinck-Plattform den zwölften Platz – vor StayFriends.de und nach MyVideo.de. Die IVW zählte das Portal 31,7 Millionen Visits.

Die Ratgeber-Community funktioniert nach einem einfachen Prinzip. Die Nutzer stellen Fragen und andere Mitglieder versuchen diese zu beantworten. Allerdings befinden sich im Archiv von Gutefrage.net bereits über 9,5 Millionen Fragen und Antworten, so dass die meisten Themen schon längst beackert wurden und eine passende Antwort deshalb sofort verfügbar ist. Insgesamt hat die Community über 400.000 Mitglieder.

Besonders stolz ist Wölflick, dass der Break-even nicht durch einen rigiden Sparkurs erreicht wurde. "Wir haben im vergangenen Jahr sogar kräftig investiert. So haben wir unser Team um zehn Mitarbeiter auf 20 Angestellte erweitert."

Die Umsätze kommen bei Gutefrage.net jedoch nicht aus der klassischen Vermarktung, sondern fast ausschließlich von Google Ad-Sense. "Seit Anfang des Jahres 2010 arbeiten wir bei der Display-Vermarktung mit der Tomorrow Focus AG zusammen und hoffen uns so ein zweites Einnahme-Standardbein erarbeiten zu können."

Möglich wurden die Umsatzsteigerung im abgelaufenen Jahr, vor allem durch den Start zusätzlicher vertikaler Netzwerke wie Sportlerfrage oder Gesundheitsfrage. "Vor allem Finanzfrage entwickelte sich zu einer echten Cashcow. Ohne die neuen Spezial-Portale und -Communitys hätten wir im vergangenen Jahr kaum Gewinne erzielen können."

Dabei haben die Münchener den finanziellen Erfolg nicht übers Knie gebrochen. "Für uns steht und stand die Community immer an erster Stelle. Noch heute sehen die angemeldeten Mitglieder fast keine Werbung", sagt Wölflick. Nur die Besucher, die ausschließlich zum Lesen der Beiträge vorbeisurfen, sehen Werbung. Interessanter Effekt: Weit über die Hälfte der Besucher kommt via Google und sorgt dank Google-Werbung wiederum dafür, dass Gutefrage.net den Break-even schaffen konnte. Kritiker könnten jetzt einwenden: Mit diesem System führt sich Google selbst die Werbeeinnahmen zu.

[Alexander Becker](#)

09.02.2010

