

Holtzbrinck mischt mit Ratgeberportal erfolgreich im Internet mit [_gutefrage.net](http://gutefrage.net)

»Paid Content spielt für uns keine zentrale Rolle«

Die Community gutefrage.net hat in den letzten Jahren stark zugelegt. Geschäftsführer Markus Wölflick sieht hohe Wachstumspotenziale.

Kein alternativer Informationskanal stellt die Buchbranche derzeit vor größere Herausforderungen als das Internet. Besonders aufmerksam beobachten die Ratgeberverlage das Web, weil dort heute zu fast jedem Thema auch kostenlos Informationen bereitgestellt werden. Das 1992 gegründete Portal gutefrage.net ist mit über 700 000 registrierten Nutzern, von denen sich nach Unternehmensangaben täglich 20 000 einloggen, eine der größten Ratgeber-Communities in Deutschland. Täglich werden auf gutefrage.net über 40 000 neue Beiträge von Nutzern verfasst. Geschäftsführer der Holtzbrinck-Tochter ist Markus Wölflick. *buchreport* sprach mit ihm über Ratgebermodelle im Netz und ihre Perspektiven.

Welche Stärken hat ein größtenteils aus Nutzerinhalten gespeistes Ratgeberportal?

Die Stärken von Portalen wie www.gutefrage.net oder www.gesundheitsfrage.net liegen in den vielfältigen und reichhaltigen Lebenserfahrungen unserer Nutzer zu allen erdenklichen Problemstellungen des täglichen Lebens begründet. Unsere Aufgabe ist es im Community-Management, diesen ratgebenden Charakter auf der Plattform im Fokus zu halten und eher private Chats oder Spam von der Plattform fernzuhalten. Da uns dies nach der Einschätzung vieler Nutzer meist auch gelingt, kann der Leser bei seinen Problemen oder Fragestellungen auf den Erfahrungsschatz vieler Personen in sehr kurzer Zeit zurückgreifen. Die meisten neuen Fragen werden innerhalb von fünf Minuten mehrfach beantwortet. Somit sind nutzergenerierte Plattformen ideal, um sich mehrere Meinungen, Einschätzungen oder persönliche Erfahrungen von „Leidensgenossen“

abzuholen. Über Bewertungsmechanismen wie „Daumen hoch“ werden diese Erfahrungsberichte zusätzlich nach Relevanz und Beliebtheit geordnet.

Wie lassen sich die Personen charakterisieren, die bei Ihren Gesundheitsportalen mitmachen?

Die aktiven Nutzer auf unseren Plattformen eint, dass Sie gern anderen Menschen mit ihren Erfahrungen unentgeltlich weiterhelfen wollen und sich bei eigenen Fragestellungen auch an andere Nutzer wenden, um wiederum von deren Erfahrungen zu profitieren. Dies ist bei Gesundheitsthemen nicht anders. Bei Gesundheitsthemen auf gutefrage.net sind zwei Punkte aber speziell. Erstens: Der Rat anderer Nutzer kann natürlich den Arztbesuch nicht ersetzen. Folglich geht es den Nutzern speziell bei Gesundheitsfragen oft darum, sich mit Patienten mit identischen Symptomen auszutauschen. Oft suchen [gutefrage](http://gutefrage.net)-Nutzer in diesen Situationen, etwa kurz nach einer unerfreulichen Diagnose, auch persönlichen Zuspruch und menschliche Nähe in der Community. Zweitens: Immer wieder eskaliert bei Fragestellungen zu Gesundheitsthemen der Konflikt zwischen Anhängern der Schulmedizin und Homöopathen. In solchen Fällen ist es unsere Aufgabe, den Meinungsaustausch sachlich zu halten und die Emotionen nicht zu hochkochen zu lassen.

Wie wird Qualitätssicherung gewährleistet?

Hier müssen wir unterscheiden zwischen Portalen mit nutzergenerierten Inhalten wie gutefrage.net und unserem redaktionellen Portal www.helpster.de. Auf gutefrage.net greifen wir inhaltlich bewusst nicht in die Diskussionen mit ein, denn das wäre bei über 40 000 täglichen Beiträgen auch gar nicht möglich. Jedoch sorgen wir im Com-

munity-Management für die angemessenen Netiquette und stellen sicher, dass der rechtliche Rahmen eingehalten wird. Der größte Faktor in der Qualitätssicherung sind aber unsere engagierten Nutzer. Gerade die Topnutzer melden uns über den Button „Inhalte beanstanden“ täglich über 1000 fragwürdige Beiträge. Diese prüfen wir sehr zeitnah rund um die Uhr und manuell auf Verstöße gegen unsere Richtlinien und löschen daraufhin Beiträge bzw. sperren Nutzer dauerhaft. Bei Helpster stecken wir aus Qualitätsgründen viel Aufwand in die Auswahl und Schulung unserer freien Autoren. Zusätzlich wird jede Anleitung von unserer internen Redaktion vor Liveschaltung geprüft und erst dann freigeschaltet. Gesundheitsthemen werden außerdem zusätzlich von einem Arzt fachlich überprüft.

Mit welchem Erlösmodell ist gutefrage.net unterwegs?

Wir setzen mit allen unseren Portalen auf die Werbefinanzierung. Diese Werbeeinnahmen kommen aus zwei großen Töpfen. Google adsense ist speziell im Longtail-Bereich sehr stark über die sehr passgenaue Werbezuspaltung. Die Displayvermarktung betreiben wir mit unserem Partner Tomorrow Focus. Beide Bereiche laufen in diesem Jahr sehr gut und wir profitieren dabei natürlich auch von den weiterhin jährlich zweistelligen Wachstumsraten der Online-Werbebudgets. An weiteren Erlösmodellen arbeiten wir, können dazu aber noch nichts Konkretes sagen. Paid Content spielt dabei aber für uns keine zentrale Rolle.

Und wie sieht es mit dem Umsatz aus?

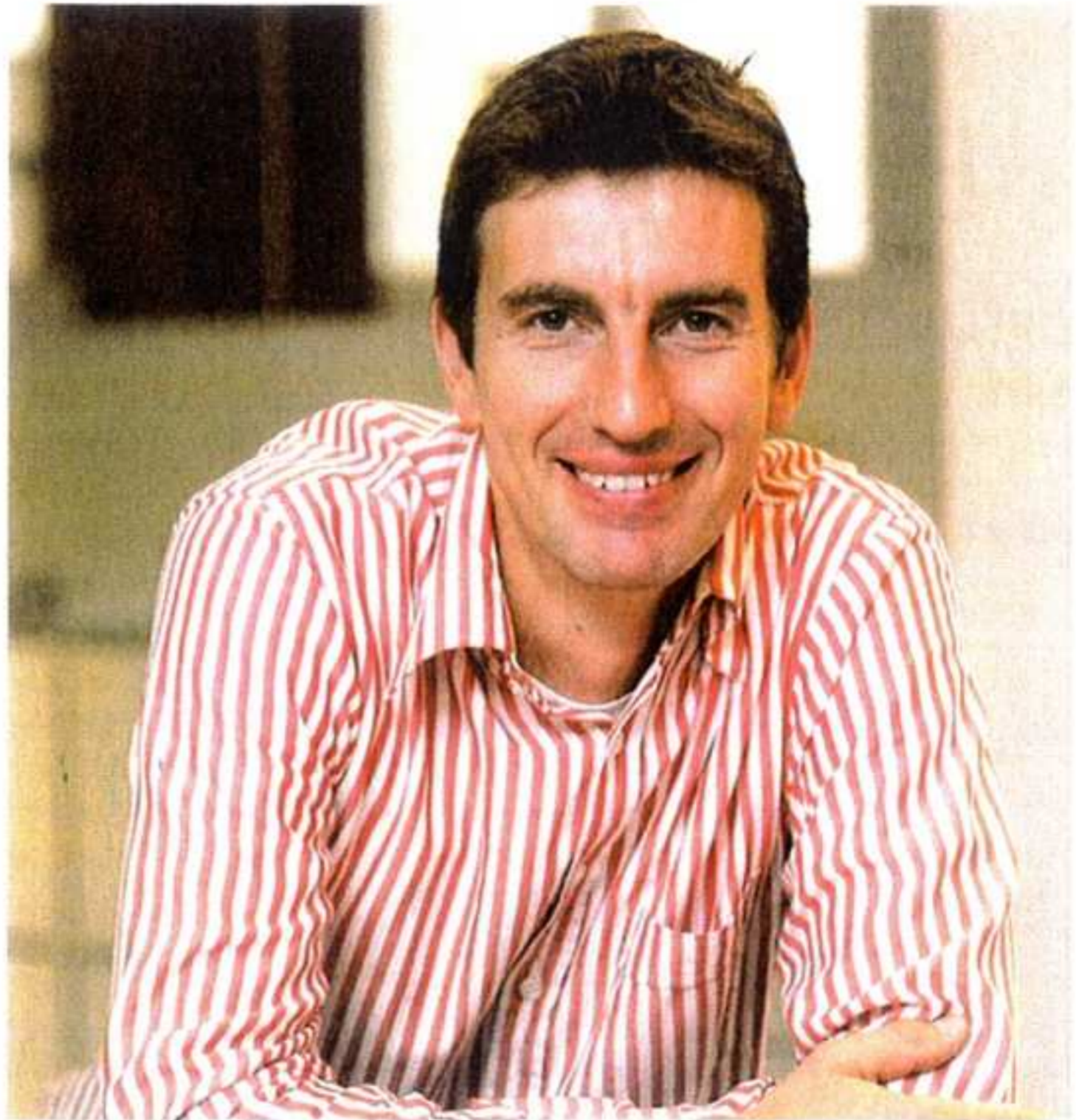
Die gutefrage.net GmbH ist seit zwei Jahren sehr profitabel. Der Umsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt.

Ist der Online-Markt reif für Paid Content?

Meine persönliche Einschätzung ist, dass sich Paid Content in Deutschland nur sehr zögerlich durchsetzen wird. Dafür stehen einfach zu viele auch hochwertige Inhalte weiterhin kostenlos von anderen Marktteilnehmern im Netz zur Verfügung. Nur wer wirklich einmalige Inhalte mit hohem Nutzwert bieten kann, darf sich hier Hoffnungen auf relevante Einnahmen machen. Ein paar aktuelle Meldungen aus den USA machen hier ja durchaus Hoffnung.

Welche Perspektiven sehen Sie für den Markt der gedruckten Ratgeber?

Der Markt der Print-Ratgeber scheint auch



in diesem Jahr wieder von größeren Umsatz- und Absatzeinbrüchen verschont zu bleiben. Obwohl es schon seit mehreren Jahren immer wieder Prognosen gibt, dass speziell Online größere Teile des Kuchens übernehmen wird. Dieser Trend scheint aber deutlich langsamer voranzuschreiten, als viele Marktteilnehmer noch vor Jahren prognostiziert haben. Die Leser schätzen offensichtlich weiterhin den Vorteil, den Ratgeber auch in den Händen zu halten. Deswegen gehe ich davon aus, dass die etablierten Player im Ratgeber-Markt noch über Jahre gute Geschäfte machen werden.

Können Sie sich Kooperationen vorstellen?

Schon seit der Gründung von gutefrage.net im Jahr 2006 waren wir gegenüber Kooperationen auch mit Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsverlagen sehr aufgeschlossen. Unsere Mutter Holtzbrinck Digital ist dazu natürlich ein idealer Einstiegspunkt für Kontakte in die Branchen. Aktuell nutzen einige Buchverlage unser Kooperationsangebot, sich auf gutefrage.net mit Partnertipps der Community als Ratgeber-Experten zu präsentieren. Als Beispiele kann ich hier den Ulmer Verlag, den Frechverlag, Mixtvision oder auch Karriere.de nennen.

Kenner der Buchbranche: Markus Wölflick hat nach dem Studium von 1995 bis 2000 im ADAC Verlag gearbeitet. Von 2000 bis 2004 war er General-Manager Books bei Amazon Deutschland. Nach einer Station bei Thalia in Österreich dockte er 2006 unter dem Dach der Holtzbrinck-Gruppe als Geschäftsführer von gutefrage.net an.