

Pressemitteilung 03/2013

Einer von dreißig ist Leserreporter

gogol medien gibt Einblick in den Datenschatz aus 25 Projekten mit über 200.000 Leserreportern und Millionen von Beiträgen und Bildern.

Augsburg, 28. März 2013 – Die Augsburger Firma gogol medien GmbH & Co. KG (<http://www.gogol-medien.de>) hat in einer lang angelegten Studie die Daten aus ihrer Arbeit mit Leserreportern ausgewertet und die wichtigsten Erkenntnisse in einem Weißbuch verdichtet. Dieses stellt die Erkenntnisse und Erfolgsfaktoren für die Arbeit mit Leserreportern anschaulich dar.

Bei dem Wort Leserreporter denken viele zunächst an die Bild-Zeitung mit ihrem 1414 Leserreporter-Angebot. Auf sublokaler Ebene hat das Phänomen der Leserreporter aber eine ganz andere Entwicklung genommen. Nachdem inzwischen über 200.000 Leserreporter auf den Portalen von gogol medien über lokale Geschichten berichten, hat das Unternehmen diese Datenbasis genutzt, um Fakten zum „Mythos Leserreporter“ zu liefern.

Die Studie verdichtet die Erfahrungen aus 25 Lokalzeitungsverlagen, die mit ihren Lesern zusammenarbeiten, um das Spektrum an lokalen Inhalten auszuweiten. Es wurde große Datenmengen analysiert – z.B. Nutzungsdaten von über 1 Mio. Beiträgen von Leserreportern - und in anschaulicher Form verdichtet.

Im Folgenden stellen wir drei der insgesamt 11 Erkenntnisse exemplarisch vor:

Jeder 30. ist Bürgerreporter

Dort, wo Angebote für Leserreporter sind, werden diese auch genutzt. Dies hat der Vergleich aller angemeldeten Nutzer in Bezug auf die Einwohnerzahlen in den Städten ergeben. So ist zum Beispiel im Großraum Hannover jede 30. Person auf dem Internetportal myheimat aktiv. Statistisch ist somit in jedem Chor, Fußballverein oder in anderen Gruppierungen mindestens eine Person, die über ihre Aktivitäten berichtet.

Leserreporter decken andere Themen als Lokaljournalisten ab

Aus einer Analyse von 85.000 Beiträgen, aus denen eine wissenschaftlich gültige Stichprobe von 556 Beiträgen aus 51 verschiedenen Orten, gewählt wurde, ergab sich ein erstaunliches Bild: Inhalte von Leserreportern konkurrieren nicht mit Inhalten von Lokalzeitungen, sondern ergänzen diese. Während die Lokaljournalisten typischerweise die Felder Lokalpolitik, lokale Wirtschaft und Lokalsport abdecken, berichten Leserreporter eher über Themen, bei denen sie sich selbst engagieren: Vereine, Hobbys, Kindergarten, Schule, etc.

Inhalte von Leserreportern sorgen für ungewöhnlich hohen Traffic

Hauptsächlich zwei Faktoren sind dafür verantwortlich, dass der Einsatz von Leserreportern den Traffic auf den eigenen Seiten stark ansteigen lässt. So wird ein Beitrag eines Leserreporters zwar durchschnittlich nur 253-mal gelesen, die Summe der Page Impressions der über 200.000 Nutzer beträgt aber 253 Millionen. Der zweite Faktor hat etwas mit Leserverhalten zu tun: Es kommen zwar nur 21% aller Leser über sogenannte soziale Kanäle (also über Empfehlungen von Nutzern), diese sorgen jedoch für 41% der Seitenaufrufe.

Über gogol Publishing:

gogol Publishing aus Augsburg bietet ein cloudbasiertes Multikanal-Publishing-System, das durch seine einfach zu nutzenden Best-Practice-Branchenlösungen insbesondere für Anzeigenblätter, Lokalzeitungen, Corporate Publishing und Fachmedien geeignet ist. Das Unternehmen ist zudem Experte für digitalen Journalismus und nutzergenerierte Inhalte: Derzeit schreiben in Summe bereits über 250.000 Leserreporter auf Mitmachportalen von gogol Publishing. Mit WAZ, Madsack und der Regionalmedien Austria nutzen bereits drei der zehn größten Regionalzeitungsverlage in der DACH-Region das System.

Medienkontakt:

Sandra Iris Eilenstein
+49 (89) 898687 20
ITPR Information-Travels Public Relations
sandra.eilenstein@information-travels.de

Kontakt gogol medien:

Dr. Martin Huber
+49 (821) 907844-0
Geschäftsführer gogol medien GmbH & Co. KG
info@gogol-medien.de