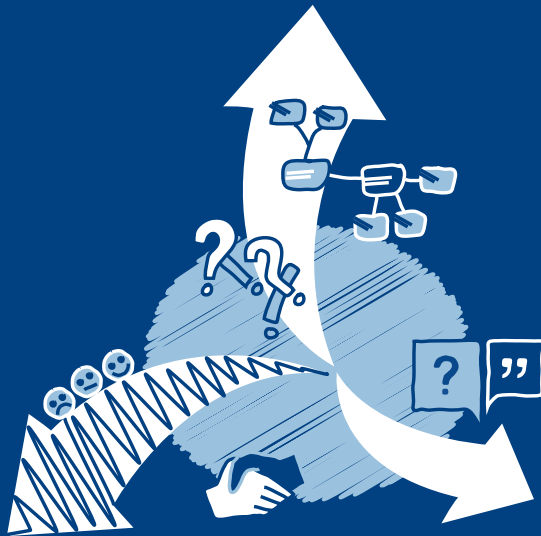


# Austausch. Meinungen. Entscheidungen.

Erfolgreiche Markenkommunikation im Umfeld des Dialogs.



# Entscheidungshilfe

## Meinungsbildung im Netz.

Durch Austausch entstehen Meinungen und durch Meinungen Entscheidungen. Im Internet fragen, kommentieren, diskutieren und teilen die Menschen so viel wie nie zuvor. In den nächsten Jahren wird es zu einer wahren Contentexplosion im Netz kommen. Vor allem der Austausch über Produkte spielt dabei eine wichtige Rolle.

Dieser Austausch ist zentral für Unternehmen, da er zur Meinungsbildung beiträgt und die Kaufentscheidung zunehmend beeinflusst.

Auf gutefrage.net werden täglich millionenfach Meinungen gebildet. Hier können Unternehmen auf potentielle Kunden zugehen und Orientierung bieten.

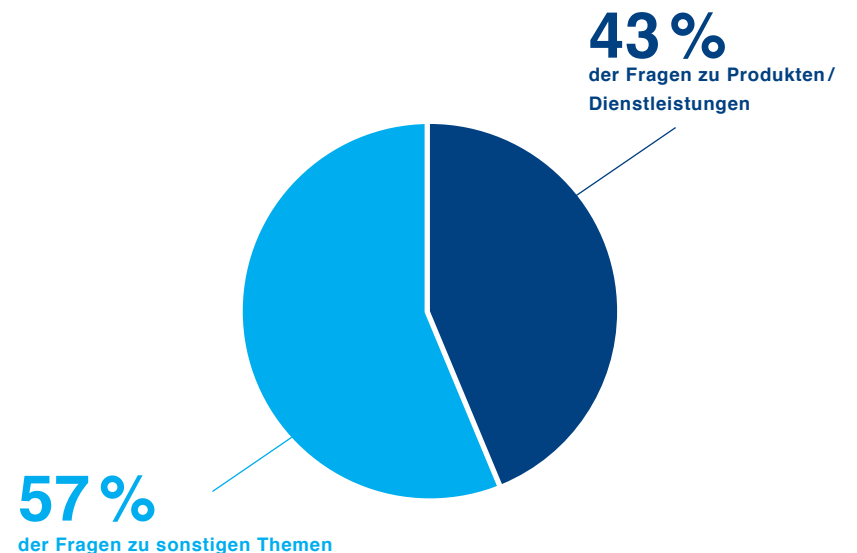


# Interaktion

## Markenkommunikation durch Nutzer.

Über 25% aller Suchergebnisse zu Marken und Unternehmen führen bereits heute zu User Generated Content\*. Das bedeutet: Mehr als ein Viertel der unternehmerischen Informationshoheit liegt auf der Kundenseite. Produkte und Dienstleistungen sind sehr häufig Thema im Austausch zwischen den Nutzern. Damit wird Markenkommunikation nicht mehr nur von Unternehmen betrieben, sondern immer häufiger von Kunden und Nutzern im Web. Deshalb müssen Unternehmen im Umfeld der Interaktion präsent sein, um diese auch beeinflussen zu können.

Auf gutefrage.net drehen sich 43% aller Fragen um Marken und Produkte.



\* Quelle: [www.amisampath.com/2010/04/25-of-search-results-on-google-for.html](http://www.amisampath.com/2010/04/25-of-search-results-on-google-for.html)

# Relevanz

Treten Sie dort auf, wo es drauf ankommt.

An welchem Ort Nutzer auch Fragen stellen oder Kritik äußern: Im Idealfall erhalten sie dort direkt eine Reaktion des betreffenden Unternehmens. Mit passgenauen und relevanten Kommunikationsstrategien erreichen Sie unterschiedlichste Zielgruppen.

Passgenau bedeutet, die Zielgruppe anzusprechen, die tatsächlich aktiviert werden soll. Relevant wird Ihre Kommunikation, wenn das ausgespielt wird, was für die jeweilige Zielgruppe in dem Moment wichtig ist, in dem sie damit konfrontiert wird.

**Frage** von Triuso, 15.01.2014  
**Immobilie verkaufen, trotz bestehenden Kredit's**  
Hallo Leute, ich möchte mein MFH verkaufen mit einem laufenden Kredit darauf. Meine Freage: kann ich das Haus so einfach verkaufen?? Oder muss ich drdt das OK von der Bank dazu einholen? Und auf was muss ich unbedingt achten?  
Vielen Dank

**Hilfreichste Antwort** - ausgezeichnet vom Fragesteller  
von Interhyp, 15.01.2014

Hallo Triuso,

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass beim Verkauf einer Immobilie das Darlehen gekündigt werden kann. Die Gründe für den Verkauf können privater (Scheidung), beruflicher (Versetzung) oder finanzieller Natur (attraktive Veräußerungsmöglichkeit) sein. Die Bank ist in diesem Fall jedoch berechtigt, eine Vorfälligkeitsentschädigung zu berechnen.

Einen ersten Anhaltspunkt über die Höhe der Vorfälligkeitsentschädigung kannst Du Dir unter <http://www.interhyp.de/Vorfaelligkeitsentschaedigungsrechner> errechnen.

Grundsätzlich ist es ratsam vorab mit Deiner Bank zu sprechen. Besonders da Du ja vorhast Dir ein anderes Mehrfamilienhaus zuzulegen. Eventuell stimmt Deine Bank ja einem sogenannten Pfandtausch zu oder erlässt Dir sogar die Vorfälligkeitsentschädigung, wenn Du Deine neue Immobilie auch über Sie finanzierst.

Ich hoffe ich konnte Dir ein wenig weiterhelfen und wünsche Dir viel Erfolg.  
Viele Grüße Annette, Interhyp AG

# Vertrauensbasis

Interaktion mit Personen schafft Vertrauen.

Durch die Contentflut wird es auf Seite der Nutzer zusehends schwerer sich zu orientieren. Damit wächst auch die Unsicherheit. Wem kann man vertrauen? Welche Inhalte sind seriös? Wer bietet mir Orientierung?

Deshalb ist es nachvollziehbar, dass gerade im stetig wachsenden Netz der Wunsch nach authentischen Ansprechpartnern immer größer wird. Dabei spielt Vertrauen eine wichtige Rolle. Wem vertrauen wir und wer hilft uns bei möglichen Entscheidungsfindungen?

**97%**  
Familie

**93%**  
Freunde

**18%\***  
Unternehmen

Vertrauen schaffende Markenkommunikation ist ein wichtiger Grundpfeiler für nachhaltigen Erfolg. Unternehmen, die das erkennen und entsprechend handeln, können von enormen Chancen profitieren: Die direkte Interaktion mit den Nutzern führt zu völlig neuen Möglichkeiten in der Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden. gutefrage.net bietet Ihnen passende Möglichkeiten und unterstützt professionell bei der Kommunikation mit den Nutzern.

\* „Vertrauen schaffende Marken-Kommunikation“ Uni Potsdam 2010

# Gesprächsstoff

Erfahren Sie, was die Nutzer bewegt.

Die Millionen Nutzer auf gutefrage.net tauschen sich intensiv zu vielen Themen und Produkten aus. Nachfolgend eine kleine Auswahl:

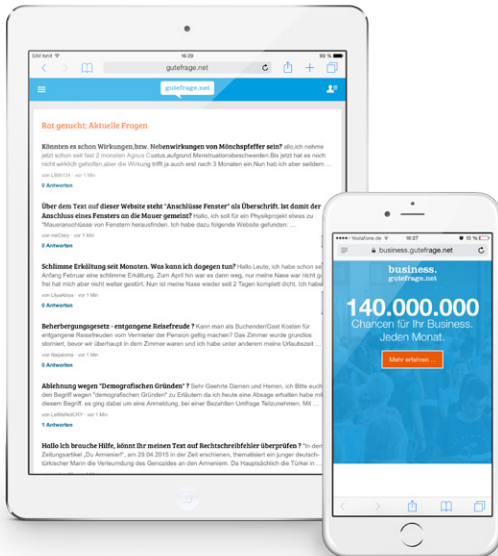
**97.105**  
Fragen zu „Urlaub & Reisen“



**88.307**  
Fragen zu „Ernährung“



**85.079**  
Fragen zu „Finanzen“



## Mobil die Nr. 1

Mit 8,95 Mio. Unique User\* ist gutefrage.net das mobil am stärksten genutzte Angebot in Deutschland.

\*AGOF mobile facts 2014-IV

# Keyword Targeting

Fassen Sie Ihr Ziel ins Auge.

Mit dem Keyword Targeting von gutefrage.net kommunizieren Sie mit Ihren Display Ads genau dort, wo über Sie und Ihre Produkte oder Ihre Themen gesprochen wird. Diese zielgenaue Strategie verbessert die Conversion auf gutefrage.net um ein Vielfaches und unterstützt so positiv den ROI.

Prozentuale Steigerung – Keyword vs. ROS\*:

**35 %**  
Clicks

**35 %**  
Clickthrough  
Rate

**200 %**  
Conversions  
(Viewbased)

**200 %**  
Conversions

Vorteile mit Keyword Targeting\*:

- 200 % bessere Conversions
- Keyword Targeting unterstützt positiven ROI
- Spitze Zielgruppen-Ansprachen mit hoher Lead-Generierung
- 35 % höhere Clickthrough-Rates

Mit unserem Keyword-Targeting-Tool finden Sie sämtliche relevanten Keywords für Ihre Kampagne inklusive Reichweiten auf gutefrage.net. Kostenlos ausprobieren unter: [business.gutefrage.net/keyta](https://business.gutefrage.net/keyta)

\* Beispielkampagnen von Asstel und Weigh Watchers. Vergleich von Keyword Targeting vs. Run of Site.

# Business Profil

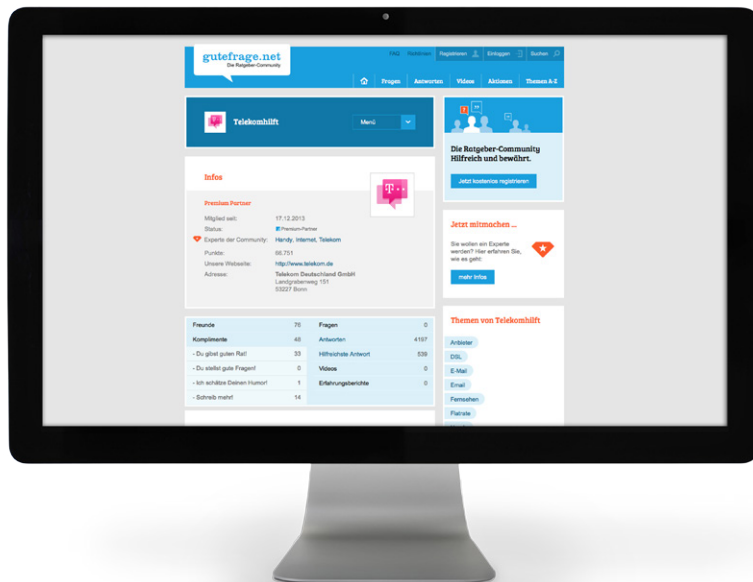
Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht.

Das Profil ist Ihr Zuhause innerhalb der Community. Hier präsentieren Sie sich in den passenden Themen und treten mit Nutzern in den Austausch. Sie überblicken und verwalten Ihre Aktivitäten und können Ihren Auftritt im Netz beliebig anpassen. So schaffen Sie eigene Inhalte mit langfristiger, dauerhafter Sichtbarkeit!



„Auf [gutefrage.net](http://gutefrage.net) sind wir ein vertrauensvolles und hochgeschätztes Mitglied der Community geworden. Durch eine hohe Frequenz von produziertem 'Service Content' erhalten wir wertiges Feedback, welches wir für Produktanalysen und Weiterentwicklungen nutzen. Dieser langlebige Content sorgt für einen starken Buzz mit hoher Sichtbarkeit – auch über die Grenzen von [gutefrage.net](http://gutefrage.net) hinaus.“

Oliver Nissen, Leiter Social Media & Services; Deutsche Telekom Kundenservice GmbH



# Zusatzmodule

## Experten-Sprechstunde

Sie wollen individuelle Themen gezielt platzieren und treiben? Die Sprechstunde bietet Ihnen die einzigartige Gelegenheit, im Dialog mit Ihrer Zielgruppe oder Personen Ihres Unternehmens als Experte aufzutreten. Ausgewählte Experten stehen potenziellen Kunden für Fragen rund um Ihre Marke zur Verfügung. Die Experten-Sprechstunde genießt hohe Akzeptanz innerhalb der Community und die Antworten werden auch jenseits der Grenzen von [gutefrage.net](http://gutefrage.net) wahrgenommen.

### Vorteile der Expertensprechstunde:

- Sie geben Ihrer Firma ein Gesicht und treten als Experte zu einem Thema auf.
- Sie setzen eigene Themen oder reagieren auf aktuelle Entwicklungen.
- Sie erzeugen Vertrauen innerhalb der Community.

## Interaktives Advertorial

Sie möchten mit einer besonderen Aktion für Aufmerksamkeit sorgen? Unsere interaktiven Advertorials finden innerhalb der [gutefrage.net](http://gutefrage.net) Community auf einer dynamischen Landingpage statt.

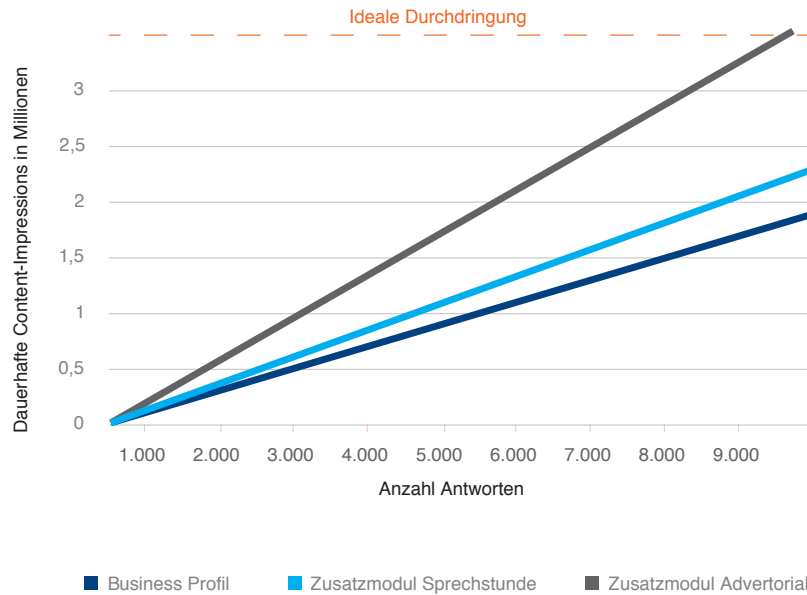
Zeigen Sie sich und Ihre Inhalte auf Deutschlands größter Ratgeber-Community. Siehe: [www.gutefrage.net/specials/dws](http://www.gutefrage.net/specials/dws)

# Positionierung

Machen Sie Ihr Unternehmen sichtbar.

Marken müssen dort auftreten, wo Ihre Kunden sich aufhalten. Auf gutefrage.net sind Sie dort, wo über Sie und Ihre Produkte gesprochen wird. Werden Sie zu einem Teil der Community und seien Sie in den für Sie relevanten Umfeldern präsent.

Mit Ihrem Profil und dem produzierten, themenrelevanten Content sind Sie dauerhaft auffindbar und generieren permanent Traffic auch über die Grenzen von gutefrage.net. Steigern Sie Ihre Reichweite durch die Nutzung von geeigneten Zusatzmodulen bis zur idealen Durchdringung.



# Leistungsdaten

[gutefrage.net auf einen Blick.](#)

gutefrage.net ist Deutschlands größte Ratgeber-Community. Hier zeigt sich, welche Themen diskutiert werden und welche Fragen die Menschen in Deutschland bewegen. Der Austausch zu fast allen Bereichen des Lebens, wird dabei von einem der größten und erfahrensten Community Managements in Deutschland moderiert. Mit 16,6 Millionen Unique Usern\* wird gutefrage.net von fast einem Drittel aller deutschen Internetnutzer besucht.\*

**93.900.000**  
Visits im Monat\*\*



**2.700.000**  
registrierte Mitglieder



**14.500.000**  
Fragen



**56.100.000**  
Antworten



**40.000**  
neue Fragen & Antworten täglich



Hier entstehen Entscheidungen.

Wir helfen Ihnen gerne weiter,  
erarbeiten Lösungen und beraten Sie gern.  
[www.business.gutefrage.net](http://www.business.gutefrage.net)



**business.**  
[gutefrage.net](http://gutefrage.net)

Kontakt: [business@gutefrage.net](mailto:business@gutefrage.net)