

# # UGC User Generated Content

Interagieren Sie  
mit unseren UserInnen

# Was ist User Generated Content?

## Artikel 19.1.:

**Jeder User hat  
das Recht auf  
freie Meinungs-  
äußerung.**

### # Die größte Community Österreichs

derStandard.at hat die größte und aktivste Community aller Online-Medien Österreichs. Die Bereitschaft zu posten ist unter den STANDARD-UserInnen sehr hoch.

### # UserInnen aktiv einbinden

Mit UGC bietet derStandard.at seinen UserInnen eine über herkömmliche Foren hinausgehende, seriöse Plattform, um einen Dialog in Echtzeit mit anderen UserInnen zu führen und sich somit aktiv an der Diskussion aktueller Themen zu beteiligen.

### # Ein Thema zum Thema der Community machen

Dieses enorme Potential kann auch von Werbekunden erschlossen werden. Sie können mittels UGC-Projekten direkt mit unserer aktiven Community in Kontakt treten und deren Meinung einholen.

### # Professionelle Unterstützung

Unsere UGC-Formate sind äußerst vielfältig und werden jeweils mit der hauseigenen UGC-Abteilung abgestimmt, um sicherzustellen, dass das Thema userfreundlich ist und natürlich, um Interesse und rege Beteiligung seitens der UserInnen zu erzielen.

# Das #1-Diskussionsmedium in Österreich

## Zugriffe im Forum

	<b>1999</b> 1. Posting: 04/99	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b> Hochgerechnet 06/16
Unterschiedliche Poster/Tag	40	1.100	3.300	5.000	bis zu 7.500
Unterschiedliche Poster/Jahr	3.750	28.000	50.000	60.000	70.000
Postings/Jahr	43.000	1,3 Mio.	4,2 Mio.	7,6 Mio.	8,5 Mio.
Postings täglich (Mo-Fr)	Ø 180	Ø 4.000	Ø 13.500	Ø 25.000	Ø 30.000
Posting-Rekord an einem Tag	-	6.185	20.391	44.000	56.000
Visits	-	-	-	38 Mio.	44 Mio.
Page Impressions	-	-	-	180 Mio.	220 Mio.

## Qualitätssicherung im Forum

Die Qualität der Diskussionen ist uns ein großes Anliegen, denn derStandard.at ist die Plattform für lebendige, interessante und einladende Dialoge. Dazu erfolgt die Forenmoderation zweistufig:

- Der Großteil der Postings geht unmittelbar nach der Prüfung durch eine eigens entwickelte Software, die wir **Foromat** nennen, online.
- Ein Teil der Postings wird auch manuell von unserem **Community-Management** geprüft.

Sehen Sie selbst: <http://derstandard.at/User>

# # Werben mit UGC: Ihre Möglichkeiten



## # UGC in Kombination mit einer Promotion

Steigern Sie die Attraktivität Ihrer klassischen Promotion durch UGC-Elemente, die mit der für UGC typischen magenta-farbenen Raute gekennzeichnet sind. Wesentlich für eine erfolgreiche Umsetzung ist dabei der Mehrwert für die Community, der es neben Information und Unterhaltung vor allem darum geht, Meinungen auszutauschen und Erfahrungen zu teilen.

Folgende Elemente stehen u.a. hierfür zur Verfügung:

- User-Aufruf: Call to Action
- Umfrage/Voting: Meinung einholen, Präferenzen abfragen,...
- Quiz: unterhaltsame Auseinandersetzung mit einem Thema

Alle Elemente einer UGC-Promotion sind werblich gekennzeichnet. Die inhaltliche Verantwortung der Artikel liegt beim Kunden, bei allen UGC-Elementen behalten wir uns Mitspracherecht vor. Seitens UGC erfolgt auch bei #Promotions ein Management der Postings.

Jedes UGC-Projekt bedarf der Freigabe unserer UGC-Abteilung. Voraussetzung für eine UGC-Beteiligung ist immer ein besonderer Mehrwert bzw. interessante Möglichkeiten zum Austausch und zur Diskussion mit der Community. Inhalte, die nicht für eine UGC-Beteiligung freigegeben werden, können i.d.R. als Promotion umgesetzt werden.

# # Werben mit UGC: Ihre Möglichkeiten



## # UGC in Kombination mit einer Kooperation

Bei besonders gesellschaftsrelevanten Inhalten ist – nach Freigabe durch die UGC-Abteilung – eine Kooperation mit dem STANDARD möglich (Produkt- und Parteiwerbung sind ausgeschlossen). Hier übernimmt der STANDARD die inhaltliche Verantwortung für alle Artikel, der Kunde wird als Kooperationspartner in allen Elementen angeführt. Für den Kunden wird ein eigener Account für die Foren-Diskussion eingerichtet. Somit kann der Dialog mit den UserInnen auch aus dieser Richtung geführt werden.

Folgende Elemente stehen hierfür exklusiv zur Verfügung:

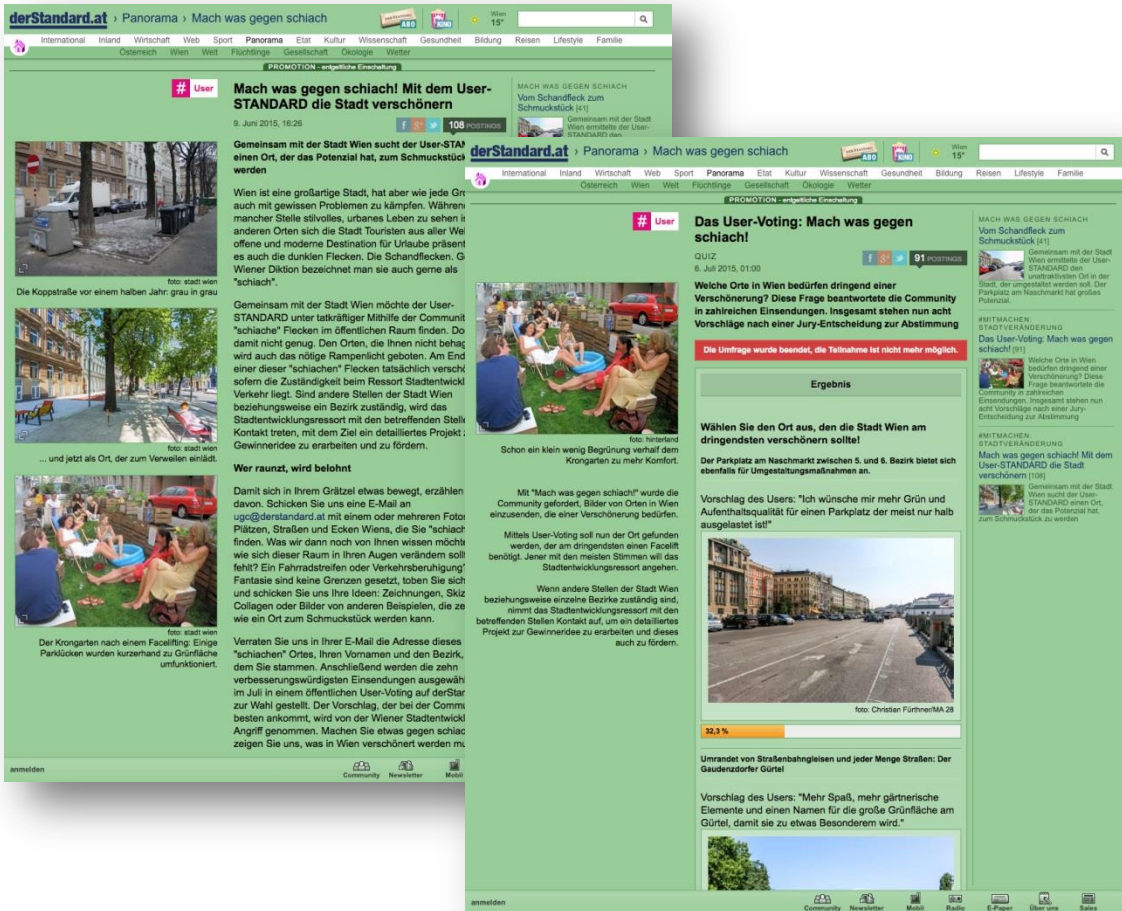
- Mitreden: Diskussion über ein Thema im Forum
- Expertenartikel: Ein/e ExpertIn stellt seine/ihre Ansichten zu einem Thema dar
- Q&A: Die Fragen der Community aus dem Forum werden von einem/einer ExpertIn beantwortet

Kooperations-Teaser werden nicht auf Werbeplätzen sondern auf Content-Plätzen ausgespielt. Ein AI-Reporting ist nicht möglich.

Jedes UGC-Projekt bedarf der Freigabe unserer UGC-Abteilung. Voraussetzung für eine UGC-Beteiligung ist immer ein besonderer Mehrwert bzw. interessante Möglichkeiten zum Austausch und zur Diskussion mit der Community. Inhalte, die nicht für eine UGC-Beteiligung freigegeben werden, können i.d.R. als Promotion umgesetzt werden.

# # UGC als Promotion / User-Aufruf, Voting

Live



Die UserInnen werden zu einer aktiven Teilnahme aufgerufen (z.B. etwas per Mail einzusenden, im Forum zu posten, sich über ein Formular zu bewerben,...)

Anwendungsbeispiele:

- Einsendung von Rezepten, Fotos, Ideen
- Bewerbung für Produkttests
- Eventteilnahmen als UserInnen-Reporter
- u.v.m.

Auf den Aufruf sollte ein Nachbarbericht zum Projekt folgen oder dieser in einer größeren Promotion integriert sein.

Abb.: „Mach was gegen schiach!“ / Kunde: Stadt Wien

# # UGC als Promotion / Quiz

Live

The screenshot shows a web page from derStandard.at titled 'Berufsbild Croupier'. The main article features an interview with Bibiana Tosic and Lucas Kreid, two croupiers at Casinos Austria. The text discusses their work, the skills required for the job, and the training process. There are two photographs: one of the two croupiers at a roulette table and another of a roulette wheel. Below the article is a quiz section titled 'Quiz: Haben Sie das Zeug zum Croupier?' with a question: 'Als Croupier und Croupière gilt es aufmerksam zu sein und viel Wissen mitzubringen. Mächen Sie unser Quiz und erfahren Sie, ob auch Sie fit für den Job sind!'. The quiz has three multiple-choice options: 'Neunzehn', 'Zwanzig', and 'Einzundzwanzig'. The correct answer is 'Zwanzig'. The page also includes a navigation menu, search bar, and social media sharing options.

Den UserInnen wird ein spezielles Thema nahegebracht und erklärt. Im Anschluss daran setzen sich die UserInnen im Rahmen eines Quiz spielerisch noch einmal mit dem Thema des Kunden auseinander.

Anwendungsbeispiele:

- Stimmung für ein Thema schaffen
- Wissen der LeserInnen abfragen
- Bewerbungen generieren
- u.v.m.

Ähnliche Formate: Umfrage/Voting

Abb.: „Berufsbild Croupier“ / Kunde: Casinos Austria

# # UGC als Kooperation / Expertenartikel, Q&A

Live

In Kooperation mit derStandard.at setzen sich ExpertInnen mit einem Thema von breitem Interesse auseinander und stehen für den Austausch mit der Community im Forum sowie in einem Q&A zur Verfügung.

Anwendungsbeispiele:

- Öffentlicher Diskurs zu einem Thema
- Forschung & Wissenschaft
- Corporate & Social Responsibility

Voraussetzung ist ein breites, gesellschaftsrelevantes Thema, das interessant aufbereitet wird und zur Diskussion im Forum anregt. Die ExpertInnen müssen allgemein anerkannt und neutral sein.

Abb.: „Semesterfrage“ / Kooperationspartner: Uni Wien



# # Individuelle UGC-Projekte



Über die standardisierten UGC-Formate hinaus erarbeiten wir im Bedarfsfall gerne auch individuelle Projekte mit UGC-Beteiligung.

Erfolgreich umgesetzt wurde z.B. Greenlife Drive:

UserInnen testen für UserInnen

Bei „Greenlife Drive“ bekamen UserInnen die Chance, die neuesten Elektro-, Hybrid- und alternativ angetriebenen Autos einen Monat lang zu testen und laufend in Form von Text-, Foto- oder Videobeiträgen über ihre Erfahrungen auf derStandard.at zu berichten.

Über den gesamten Zeitraum hinweg wurden interessante Aufgaben gestellt, welche die teilnehmenden User mit Hilfe ihres Testfahrzeuges erfüllen mussten.

Abb.: „Greenlife Drive“ / Kunden: Toyota, Volvo, BMW, Nissan, Renault

# # Werben mit UGC: Ihre Vorteile

## # Native Advertising mit UGC

- Inhalte sind informativ, beratend, unterhaltend und animieren zum Mitmachen/Mitreden
- direkter Austausch mit der Community
- Look & Feel von derStandard.at, dezente Werbekennzeichnung
- UGC-Kennzeichnung für hohe Wiedererkennung und Impuls zum Teilnehmen
- UGC-Projekte haben immer bzw. in erster Linie einen qualitativen Zugang, der auf einen aktiven Dialog mit den UserInnen abzielt – im Gegensatz zu herkömmlicher Online-Werbung, die primär auf Performance und direkt messbare Ergebnisse abzielt.

## # Professionelle Unterstützung

Die Voraussetzung für eine UGC-Einbindung ist, dass diese den Kriterien unseres Community Managements entspricht. Damit wird sichergestellt, dass das Thema userfreundlich ist und somit Interesse und rege Beteiligung seitens der UserInnen erzielt wird.

## # Auffindbarkeit der Inhalte/SEO

Alle mit der UGC-# gekennzeichneten Artikel können mit der derStandard.at-Suche gefunden werden (klassische Promotions ohne # werden dort nicht angezeigt). Kooperations-Elemente werden zudem bei Google-Suchen angezeigt (derStandard.at hat einen hohen PageRank).

## Was passt zu Ihrem Kommunikationsziel?

Wir stehen jederzeit zur Beratung und Entwicklung Ihres individuellen, maßgeschneiderten Konzepts zur Verfügung!

**Kontakt aufnehmen**



## Vielen Dank für Ihr Interesse!

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

