

Kooperation oder Werbung – die Erklärung

Von: Jörg Held

Veröffentlicht am: 3. November 2015

Online eine paar „Lousy Pennies“ verdienen – wie das „Kooperationsmodell“ von wir-sind-tierarzt.de funktioniert

Journalistisch arbeiten und damit Geld verdienen, noch dazu im Internet? Da sind doch nur ein paar „Lousy Pennies“ drin, wie es Verleger Hubert Burda spitz formulierte. Oder gibt es doch ein Erlösmodell für Journalismus? wir-sind-tierarzt.de setzt auf Kooperationen: Was das ist und wie es funktioniert, erklären wir hier.

Die gesamte Online-Journalismus-Branche sucht nach *DAS* Geschäftsmodell, das die bewährte Kombi von Abonnement und Anzeigenwerbung aus dem Gedruckten ins Digitale überführt.

- Bannerwerbung und Pop-Up-Werbung werden durch [Werbeblocker](#) ausgetrickst –und die „User“ lehnen Werbung, insbesondere „aufdringliche“ mehrheitlich ab.
- Verlage experimentieren mit Bezahl-Schranken (*Pay-Walls* – etwa [BILDplus](#) oder die [RheinZeitung](#)). Kleine Blogs wie wir würden dadurch zuviel Reichweite verlieren.
- Kaufpreise für einzelne Artikel (*Pay-per-View* – Beispiel [Laterpay](#) oder [Blendle](#)) verlangen eine Infrastruktur und vom Leser immer wieder eine neue Bezahl-Entscheidung.
- Freiwillige Bezahlmodelle, wie sie etwa [die taz erprobt](#), erlösen eher ein Zubrot.

Inhalte-Partner oder „versteckte Werbung“?

wir-sind-tierarzt.de geht einen anderen Weg: **Den der Inhalte-Partnerschaft.** In Kooperationen mit in der Branche bekannten Unternehmen sollen interessante Themen entstehen. Sie sollen für den Leser informativ sein und/oder einen Nutzwert haben, das Unternehmen als kompetenten Partner bekannt machen und wir-sind-tierarzt.de so eine Finanzierung ermöglichen.

Kritiker sehen das als „Native Adds“ – als versteckte Anzeigen, die als redaktionell getarnter Inhalt daherkommen. Wir sehen das anders: Ja, redaktionell aufbereitet sind diese Themen. Es sind Artikel mit einem Unternehmen als Absender. „Getarnt“ oder gar „versteckt“ aber sind sie nicht.

Die eindeutige Kennzeichnung und absolute Transparenz auf Basis klarer Vereinbarungen ist unsere Maxime. Für eine Kooperation gelten auf wir-sind-tierarzt.de deshalb folgende Regeln:

Sie haben Interesse an einer Zusammenarbeit mit wir-sind-tierarzt.de?

Sprechen Sie uns am besten direkt an: zentrale@wir-sind-tierarzt.de. Wir melden uns schnell – versprochen!

1. Redaktionelle Unabhängigkeit

Diese ist in jeder Kooperation festgeschrieben. Die journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit ist für das Team von wir-sind-tierarzt.de nicht verhandelbar. Bei allen Kooperationen haben wir das Recht, Beiträge abzulehnen, wenn wir diese für zu wenig nutzwertig, zu werblich oder anderweitig redaktionell bedenklich halten.

2. Volle Transparenz bei den Kooperationen

Das bedeutet: Keine Schleichwerbung, keine verdeckten Marken- und Marketingbotschaften. Jeder Beitrag, den wir gemeinsam mit unseren Partnern erstellen oder der einen Bezug zu einem Vertragspartner hat, wird klar auch

als solcher gekennzeichnet:

- **Durch die Kategorie Kennzeichnung** [„Werbepartner/Sponsored Post“](#) (platziert über einem Artikel) lassen sich mit einem Klick alle Partnerbeiträge auf unserer Webseite jederzeit auflisten – so können Leser sich einen Überblick verschaffen, mit welchem Unternehmen wir bei welchen Themen zusammen gearbeitet haben und überprüfen, ob dies unsere redaktionelle Arbeit beeinflusst.
Wenn Sie den Eindruck haben, dass dies der Fall war/ist, bitten wir um Rückmeldung an: zentrale(at)wir-sind-tierarzt.de.
- Auch **der Firmenname unserer jeweiligen Partner, ist als „Schlagwort“** angelegt und wird unter jedem Kooperations-Artikel angezeigt. So sind alle mit diesem Partner gemeinsam erstellten Beiträge zu finden.
- **Durch Namensnennung/Logoeinbindung des Partners in die Beiträge** (ein „Beitrag“ kann ein Artikel, ein Video oder auch eine Bilderstrecke sein) machen wir noch einmal deutlich, dass dieser Beitrag in einer Kooperation entstanden ist.

Diese „Kennzeichnung“ verstehen wir nicht als „Abgrenzung“ von den Inhalten unserer Partner – im Gegenteil, diese „Wahrnehmbarkeit“ ist ja zugleich der Wert für das Unternehmen: Es wird auf unserer Webseite mit seinen Inhalten in Verbindung gebracht und über diese Themen auch gefunden.

Wenn wir selbst in den Themen keinen Nutz- oder Informationswert für unsere Leser sähen, hätten wir sie gar nicht erst veröffentlicht.

3. Offenlegung von Interessen

Wir schließen mit langfristigen Partner einen Kooperationsvertrag. Darin lässt sich nachlesen in welchem Umfang wir wie zusammenarbeiten. Nicht genannt werden Vergütungen oder wettbewerbsrechtliche Vereinbarungen. Bei kurzfristigen Buchungen nennt die untenstehende Liste was wir mit dem Partner wie vereinbart haben.

Aber natürlich ist die Finanzierung ein Teil des Vertrages. Es fließt Geld.

Wir glauben dabei an eine Win-Win-Situation: wir-sind-tierarzt.de verkauft nicht einfach Werbefläche, sondern gewinnt noch Fachinhalte dazu. So kann die journalistische Arbeit auf wir-sind-tierarzt.de bezahlt werden.

Außerdem legen wir unter/in Beiträgen offen, wenn einer unserer Autoren – die ja nicht nur für wir-sind-tierarzt.de alleine arbeiten – für ein Thema/einen Artikel, das/der auch auf unserer Webseite vorkommt, in einem anderen Medium oder einem anderen Zusammenhang (als Autoren) honoriert worden ist.

Für Leser kostenlos – dank Kooperationen

Diese Form der Kooperation soll es ermöglichen, dass wir weiter Zeit und Energie in journalistische Recherchen und die Artikel investieren können.

wir-sind-tierarzt.de soll so nicht nur fortbestehen, sondern wachsen.

- Dabei sollen möglichst alle Inhalte für die Leser kostenlos bleiben.
- Ergänzend werden wir künftig aber auch weitere Finanzierungsmodelle prüfen. Etwa eine Bezahlfunktion für einzelne Inhalte oder Mehrwertangebote.
- Denkbar ist auch ein Förder-Modell, bei dem die Inhalte frei sind, aber eine Gruppe von Förderern die Redaktion finanziell unterstützt.

Im Web gibt es eine Reihe von journalistischen Projekten, die Alternative Finanzierungsmodelle versuchen oder versucht haben – hier einige Beispiele:

Das gemeinnützige [Recherche-Büro „correctiv“](#) arbeitet als Stiftung mit unterstützenden Förderern. Die Initialstiftung stammt von Anneliese Probst (bzw. ihrer *Probst Stiftung*), der Gründerin der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (*WAZ/heute Funke-Mediengruppe*).

Inzwischen ist das Projekt erfolgreich etabliert, hat Redaktionen in Essen und Berlin und wird [über verschiedene Fördermöglichkeiten unterstützt](#). Alle correctiv-Artikel und Recherchen sind frei zugänglich und können auch von anderen Medien genutzt/veröffentlicht werden.

Die [Krautreporter](#) haben per Schwarmfinanzierung (*Crowdfunding – daher der abgeleitete Name*) über einer Million Euro eingesammelt, sind aber mit dem freien Zugang [letztlich gescheitert](#). Das

Projekt setzt inzwischen alternativ auf [Monatsabos oder Förderbeiträge](#) – Teile der Artikel liegen hinter einer Paywall.
Schweizer Journalisten haben im "[Project R](#)" ebenfalls eine [sehr erfolgreiche Crowdfinanzierung](#) für den Start genutzt. Aber auch dieses Projekt setzt inzwischen auf [\(Förder-\)Abo-Strukturen](#). Die Inhalte sind im wesentlichen nur Abonnenten/Förderern/Gesellschaftern zugänglich
Eine [Vielfalt von Bezahl/Fördermöglichkeiten](#) erprobt auch die genossenschaftlich organisierte Journalistenplattform "[riffreporter.de](#)".

- Das Finanzierungskonzept eines "geförderten" und womöglich [„gemeinnützigen Journalismus“](#), dessen Inhalte immer frei zugänglich sind, ist also noch Zukunftsmusik.
Aktuell braucht es zur Finanzierung entweder Werbung, großzügige Förderer, Abonnenten – oder eine Mischung von allem.
- **Auch für einzelne Anzeigen ist wir-sind-tierarzt offen** – Pop-Up-Werbung oder Overlays – alles was sich ungefragt öffnet, über Texte legt oder Töne von sich gibt und eine Aktion verlangt oder die Sicht versperrt – wird es bei wir-sind-tierarzt.de aber NICHT geben.

Ein Dank geht an die Kollegen von [lousypennies.de](#), von deren Erfahrungen und Hinweisen zum Online-Geldverdienen wir bei der Entwicklung unseres Konzeptes profitiert haben.

Langfristige Kooperationspartner sind aktuell:



[Die Wirtschaftsgenossenschaft Deutscher Tierärzte \(WDT\)](#) unterstützt uns als Logo-Sponsor seit 2016 – mit der WDT (oder der WDT verbundenen Unternehmen) gemeinsam realisierte Themen [finden Sie hier](#) oder [hier \(goVet\)](#)

Das im Aufbau befindliche [Praxisnetzwerk VetSana](#) ist in den Sommermonaten 2018 Premium-Sponsoringpartner von wir-sind-tierarzt. Artikel zu [VetSana finden Sie hier](#).



[Mera Tiernahrung](#) ist seit Januar bis Juni 2018 ebenfalls ein Sponsorpartner

kurzfristige/Einzelartikel Kooperationspartner sind/waren:

- [Leipziger Tierärztekongress](#) – im Dezember 2017/Januar 2018 Premium-Sponsor – Logopräsenz und ein [Sponsored Post](#) – bei der Berichterstattung vom/über den Kongress wurde auf die Partnerschaft hingewiesen
- [Deutsche VET](#) – im Frühjahr 2017 zur ersten Deutschen Vet in Köln für zwei Monate Premium Sponsor – [Artikel hier](#)

-
- [Thieme/Enke-Verlag](#) mit den **Baden-Badener Fortbildungstagen 2016** – Logo-Sponsor Februar bis März 2016 – [2 Fachartikel](#)
 - [Vetkom](#) – mit bei [zwei Berichten](#) zum Euro-Kongress für TFA in 2015

Anzeigenkunde für mehrer Anzeigen waren/sind:

Die [AVA Veterinärakademie](#) – über/von [Veranstaltungen der AVA](#) haben wir auch berichtet, dies aber redaktionell aufgrund der inhaltlichen Relevanz und nicht im Rahmen einer bezahlten Zusammenarbeit.

Längerfristige Kooperationspartner waren:

- [TVD Finanz](#) (und zeitweise [TVD Consult](#)) als Premium-Sponsor von November 2015 bis Januar 2017 – alle mit TVD realisierte Themen [finden sie hier](#)
- Der Tierkrematorienanbieter [cremare](#) war Sponsorpartner im 2. Halbjahr 2016 – gemeinsam mit cremare realisierte Themen [finden Sie hier](#)