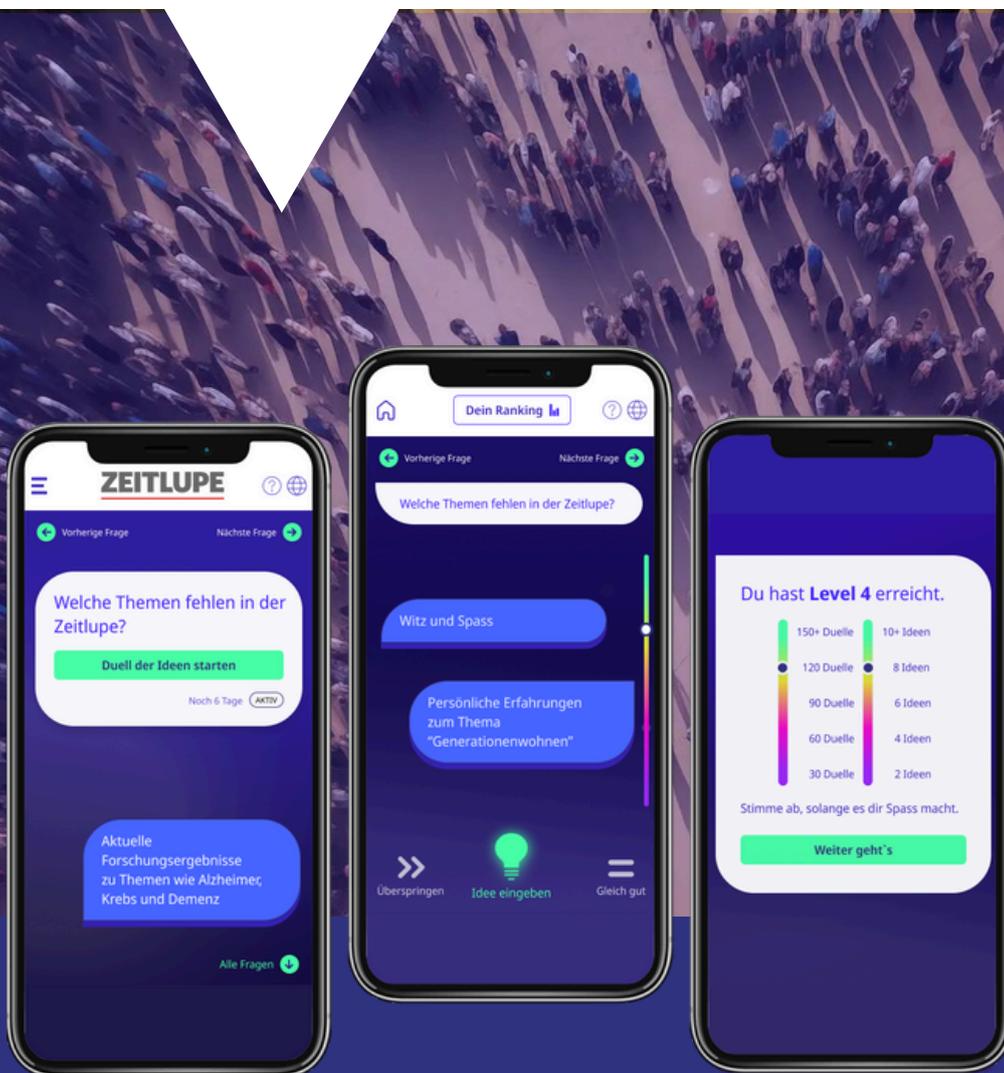


# Wie Herausgeber eines Senioren-Magazins aus der Leserschaft ein breites Meinungsbild mit guten Ideen erhielten – und dies für eine redaktionelle Neuausrichtung nutzten.

*Erfahre, wie rund 1.800 Leserinnen und Leser innert 4 Wochen über 500 Ideen/Meinungen einreichten & diese mit rund 180.000 Interaktionen in ein verlässliches Ranking brachten.*



Wie können sich **Verlage** mit einer **erfolgreichen Neukonzeption ihrer Zeitungen und Magazine gegen sinkende Auflagen stemmen**? Und wie motivieren Verlage die Abonentinnen und Abonnenten zur **maximalen Partizipation**?

Viele Verleger und Herausgeber hatten schon immer das **Problem: Sie wissen nicht genau, was die Leserschaft will**. Bei **Umfragen** sind Antworten wie „ja“ und „nein“ oder „gut“ und „nicht gut“ **nicht wirklich aussagekräftig**. **Befragungen mit klassischen Marktforschungsinstituten sind oft umständlich und wenig ergiebig**. Relaunches von Zeitungen und Magazinen stützen sich deshalb meist auf vereinzelte Leserreaktionen, Redaktionssitzungen, eigene Erfahrungen oder aufs Kopieren der erfolgreichen Konkurrenz. **Entspricht das überarbeitete redaktionelle Konzept aber nicht den Wünschen der breiten Mehrheit, drohen Ab-Kündigungen**. **Umsatzverluste durch sinkende Auflagen können oft nur über Preiserhöhungen kompensiert werden** – und ziehen dann weitere abwandernde Nutzer nach sich.

## Case Zeitlupe



Die Macher des mehr als 100 Jahre alten Schweizer Seniorenmagazins „**Zeitlupe**“ suchten einen Ausweg, um sich gegen die sinkenden Auflagen auf Grund des veränderten Mediennutzungsverhaltens zu stemmen. Dafür musste die Verlagsleitung **so präzise wie möglich in Erfahrung bringen, was ihre Leserschaft wollte** – und was nicht. Nur so konnte der redaktionelle Inhalt besser auf die **tatsächlichen Bedürfnisse der 45'000 Abonentinnen und Abonnenten** abgestimmt werden.

Zu beantworten waren für alle Teilnehmenden acht Fragen, darunter: **„Welche Themen sollen in der Zeitlupe zukünftig mehr Aufmerksamkeit erhalten?“** Auf Basis der eingereichten Vorschläge änderten die Macher von „Zeitlupe“ die redaktionelle Ausrichtung auf ein etwas jüngeres Zielpublikum in der Umbruchphase zwischen Erwerbsarbeit und Pensionierung.



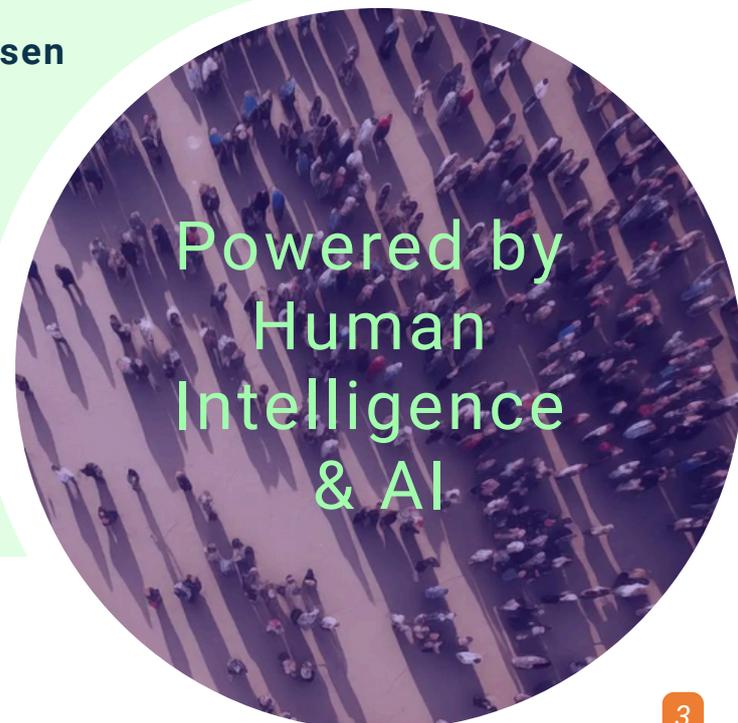
**Duell der Ideen: Der Gamification-Ansatz von BrainE4** führte zu mehr als **100 Interaktionen pro Teilnehmenden**, welche nicht nur neue Ideen einreichten, sondern auch gleichzeitig die Ideen & Meinungen der anderen beurteilten.



Die Macher der „Zeitlupe“ setzten dafür **auf den interaktiven Insight Hub von BrainE4**: Hier ist **echte Mitwirkung, anonyme Partizipation und inklusive Beteiligung mit authentischen Daten garantiert**. In jeweils maximal 130 Zeichen durften die Teilnehmenden Fragen wie „Welche Ratgeber-Themen und Serviceangebote zu Altersfragen sind hilfreich?“ **100% anonymisiert beantworten**.

Mehr als **1'800 Personen** beteiligten sich mit **über 500 Ideen, Meinungen und Vorschlägen** und brachten mit **rund 180'000 Interaktionen** Ordnung in diese kreative Fülle. Für die „Zeitlupe“-Redaktion entstand so nach eigener Aussage **„ein absolut repräsentatives Bild der Wünsche und Meinungen“** ihrer Leserschaft. Die Redakteure wussten somit klar, was gewünscht war (zum Beispiel Berichte über zweitägige Bahn-Reisen) – und was nicht (zum Beispiel Horoskope).

**„Wir waren überwältigt von dem grossen Engagement unserer Leserschaft“**, sagt Marianne Noser, Chefredaktorin des Seniorenmagazins. **„Uns überzeugte auch, wie einfach, schnell und jederzeit transparent wichtige Daten zu bekommen waren. Wir hatten intern sehr wenig Aufwand und fühlten uns vom BrainE4-Team gut beraten und begleitet.“**



- |   |  |   |
|---|--|---|
| ① |   | <b>Bis zu 50% weniger Kosten</b> gegenüber klassischen Umfragen/Partizipationsverfahren |
| ② |   | <b>100+ Interaktionen pro Teilnehmenden</b> dank Gamification                           |
| ③ |   | <b>10x mehr Daten: Ideen, Meinungen &amp; Vorschläge</b>                                |
| ④ |   | Authentizität & psychologische Sicherheit durch <b>100% Anonymität</b>                  |
| ⑤ |   | <b>&gt;90% weniger Arbeitsaufwand</b> – maximal 1 Tag Vorbereitungszeit                 |
| ⑥ |   | <b>In nur 2 Wochen Live-Schaltung</b> möglich   |
| ⑦ |  | <b>10x höhere Teilnahme</b> auch ohne Incentivierung                                    |

## Echte Insights - Echte Erfolge

Wir revolutionieren deine Feedback- und Ideenprozesse: Anstelle statischer Umfragen und oberflächlicher Likes erhältst du lebendiges, ehrliches Feedback und innovative Ideen von deinen Stakeholdern – authentisch und unverfälscht, dank unserem interaktiven Insight Hub.

BrainE4 ist ein innovativer Ansatz! Es ist spannend, nicht einfach Meinungen abzufragen, sondern Ideen aufzunehmen und diese weiterzuverfolgen. Die Meinungs- und Ideenvielfalt der Menschen kann so optimal eingesetzt werden.



Martin Hitz, Geschäftsleiter, AWB Comunova AG



Der Insight Hub ist ein Vielfaches effizienter als eine klassische Umfrage und die Anwendung sehr einfach und intuitiv. Ich kann Ideen sammeln, diese zugleich bewerten lassen und erhalte am Ende eine fixfertige Auswertung.



Thomas Geier, CFO, Mitglied der Geschäftsleitung, Aveniq



Die Anwendung des Insight Hubs von BrainE4 ermöglichte uns, weitreichende und innovative Einblicke zu gewinnen, um das Bildungserlebnis der Kalaidos-Studierenden zu verbessern. Die Zusammenarbeit mit BrainE4 erwies sich als entscheidender Faktor für den Erfolg dieses Projekts.



Markus Prandini, Professor für Innovation und Entrepreneurship, Kaleidos Fachhochschule



Jetzt Expert Call mit Andreas Seonbuchner vereinbaren

Spannend?



+41 41 561 38 66



info@braine4.com