

Pressemitteilung zum ersten Geburtstag

7. Februar 2011

SegelReporter.com: Ein Jährling wird erwachsen

Segeln ist cool, faszinierend, vielseitig – SR berichtet, erklärt, steckt an

HAMBURG. Im Dickicht des Internets schießen neue Websites wie Pilze aus dem Boden. Viele verschwinden schon wieder aus dem Cyberspace, bevor ihre Zielgruppe sie richtig wahrgenommen hat. Als am 7. Februar 2010 ein kleines, aber enthusiastisches Team im Netz unter www.SegelReporter.com zum 33. America's Cup aus Valencia online ging, waren Skeptiker und Missgünste nicht weit. Der mediale Kuchen sei verteilt, die Szene angeblich gesättigt. Aber es gab auch andere Stimmen, Optimismus und viel Zuspruch. Genau ein Jahr danach verzeichnet die Seite jeden Tag rund 2.500 Besuche. Allein mehr als 18.000 unterschiedliche „Surfer“ informierten, inspirierten und amüsierten sich im Januar durch hintergründige News, augenzwinkernde Streiflichter und Knarrblogs sowie multimedialen Content rund um den Segelsport. SegelReporter.com wächst und wächst – sehr zur Freude seiner Macher Andreas John und Carsten Kemmling sowie der stetig wachsenden Schar an Fans.

Als das Hamburger Duo im Internet an den Start ging, gründete es kein fett finanziertes Startup der dot.com-Hysterie. Klein, aber fein wurde die Plattform, deren Ursprungsidee ein reiner Segelblog war, als statische Seite scharf geschaltet. Kinderkrankheiten mussten geheilt werden, kleinere Bugs; aber ihrem Leitgedanken sind die Initiatoren bis heute nicht nur treu geblieben, sie entsprechen ihm stets auf Neue: Segeln ist cool, faszinierend, vielseitig – SegelReporter berichtet, erklärt, steckt an. Über ansprechenden Inhalt setzt er sich wohltuend von unpräziser Gemengelage ab.

Das Besondere an SegelReporter.com ist zunächst, dass es nicht der verlängerte, virtuelle Arm eines gestandenen Printmediums ist,

sondern quasi eine permanent aktualisierte Netzzeitung für sich. „Segeln ist der ideale Internetsport“, waren John und Kemmling damals wie heute hundertprozentig überzeugt, auch weil die Lieblingsdisziplin vieler hunderttausend Deutscher in der klassischen Tagespresse so spärlich berücksichtigt wird. Die Seglerinnen und Segler seien allerdings ein anspruchsvolles, kritisches Klientel. John: „Deshalb ist Kompetenz oberstes Gebot und gilt auch für unser Super-Netzwerk an Reportern und Informanten aus der Wassersportbranche und aus der Regattaszene.“

Andreas John (50) – „ich fühle mich noch jung genug fürs Internet“ – arbeitet seit zehn Jahren als Business Coach. Er war Gründer und Sportchef des ersten deutschen America's Cup-Teams, segelt in der Formula-18-Katamaranklasse und eine spektakuläre Flügel-Moth. John ist der Kaufmann und Vermarkter. Chefredakteur Carsten Kemmling (45), der Journalist mit spitzer Feder, arbeitete zehn Jahre als Reporter bei der Zeitschrift YACHT. Der dreimalige Deutsche Meister im Match Race schätzt Wettkämpfe ebenso wie den gemütlichen Fahrtentörn mit der Familie. Der Reiz: „Es gibt keine Blaupause für die Webseite. Wir pushen unser eigenes Produkt und lernen jeden Tag dazu. Kostspielige Fehler müssen sofort abgestellt werden. Manchmal wäre etwas mehr Budget im Hintergrund schön, aber diesen Luxus haben wir nicht.“

Mancher Beitrag wird auch wider den tierischen Ernst ins World Wide Web gestellt. „An einem trüben, nassen (iggelligen) Wintertag starte ich nach dieser Lektüre äußerst erheitert in den Tag“, kommentierte Ole H. einen bissig satirischen Blog vom „SR-Herausgeber“ unter Pseudonym Herbert Grabufke, der die Leserschaft zuweilen spaltet wie kein Zweiter. 78 Reaktionen, darunter Pro und auch scharfes Contra, hatte sein humorvoll gemeinter Vorab-Test eines fiktiven Bootstyps namens Favela 45 hervorgerufen – allein das schafft nur äußerst selten ein Text im angeblich so vergänglich flüchtigen Internet. „Wir wollen das Publikum wecken und reizen“, verrät der Chefredakteur das Konzept, „mit braven Allerweltgeschichten würde das nicht gelingen.“ So wurden in nur vier Monaten schon insgesamt 1.239 Kommentare

geschrieben.

Mit einem feinsinnigen Gespür für das besondere Foto, das spektakuläre Video und den pffiffigen Dreh einer Story produziert das Team inzwischen deutlich mehr als die verlässlichen zwei bis drei Artikel pro Tag, mit denen angefangen wurde, um die Reichweite kontinuierlich aufzubauen. 836 wurden es in einem Jahr. Inzwischen verzeichnet das digitale Zählwerk fast im Wochentakt neue Allzeithochs. Knapp 200.000 Seitenaufrufe gab es im Januar, obwohl die Seite nicht als Klick-Maschine aufgebaut ist. Durchschnittlich vier Minuten verweilen die Leser pro Besuch. „Sogar die Profis, die uns im Hintergrund freundschaftlich zur Seite stehen, sind vom Erfolg erstaunt“, sagt John und hebt den Internetdienstleister „Multimediacs“ aus Hamburg hervor, ohne den das erste halbe Jahr „undenkbar“ gewesen wäre. Das aktuelle Webdesign und die Programmierung stammen von der Kieler Internetagentur „vektorrausch“.

Doch was wäre die schönste Website auf Dauer anderes als Liebhaberei, wenn sie nicht auch wirtschaftlich erfolgreich würde. Lange blieb die Seite werbefrei, denn Andreas John setzte nicht auf die „schnelle Mark am Bahnhof“ durch billige Banner. Inzwischen gibt es die ersten überzeugten Inserenten, die auf SegelReporter.com ihre Produkte zielgerichtet anbieten. „In der deftigen Wirtschafts- und Finanzkrise haben viele Kunden zurecht abgewartet, ob wir uns überhaupt durchsetzen“, so John, „den langen Atem hatten wir mitgebracht, und inzwischen sprechen die Fakten für unser Konzept und seinen Erfolg.“

Viele neue Projekte seien für 2011 auf der Startrampe, kündigen die Jährlinge an. Dabei stapeln die Chefs ein wenig tief, gar so als wollten sie noch nicht richtig erwachsen werden: „SegelReporter.com ist jetzt aus dem Maxi-Cosi heraus, steht im Laufstall und macht durch rhythmisches Reißen am Geländer Kund, dass wir bereit sind für weitere Taten.“ Alle Ideen haben gemein, dass Andreas John und Carsten Kemmling sie in einigen vielleicht entscheidenden Punkten etwas anders umsetzen als erwartet. Eben SR-like. Wie sagt der Kommentator alias Ostnordost so treffend: „Damit Segeln nicht zu

trocken wird, legen Sie einfach ein paar Beaufort drauf. Danke dafür und weiter Kurs halten!“

Weitere Informationen und Fotos:

www.SegelReporter.com

Carsten Kemmling

Chefredakteur und Gründer

CK@SegelReporter.com, +49 (160) 4451453

Andreas John

Kaufmännische Leitung und Gründer

AJ@SegelReporter.com, +49 (160) 150-2550