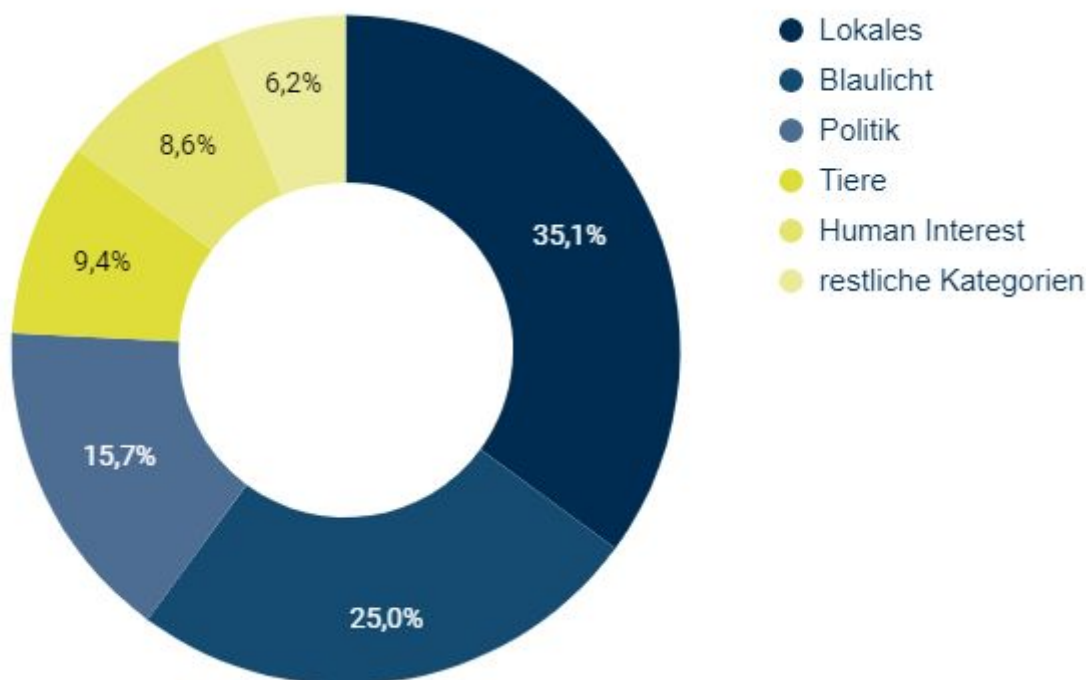


Pressemitteilung 07/2018

Social-Media-Ranking der Lokalzeitungen 2018: Diese Themen bekommen die meiste Aufmerksamkeit auf Facebook

multicom und Gogol Publishing haben die 1.000 interaktivsten Beiträge deutscher Lokalzeitungen untersucht. Artikel zu den Themen Lokales, Blaulicht, Politik, Tiere und Human Interest funktionieren dabei besonders gut.

multicom und Gogol Publishing haben 2017 zum ersten Mal die interaktivsten Beiträge deutscher Lokalzeitungen untersucht. Analysiert wurden die jeweils fünf Beiträge mit den meisten Facebook Engagements von über 200 Lokalzeitungen. Dabei konnten Themen identifiziert werden, die in sozialen Netzwerken besonders gut funktionieren. Die Rubriken, die am häufigsten unter den 1.000 untersuchten Beiträgen zu finden waren, sind Lokales, Blaulicht, Politik, Tiere und Human Interest. Alle übrigen Kategorien machen zusammengenommen nur etwa 6 % der interaktivsten Beiträge deutscher Lokalzeitungen aus.



Mehr als ein Drittel der interaktivsten Beiträge auf Social Media aus der Rubrik Lokales

35,1 % der 1.000 interaktivsten Beiträge entfallen auf die Rubrik Lokales. Dies ist ein positives Zeichen für Lokalzeitungen, da die Berichterstattung über diese Themen zu ihrem Kerngeschäft zählt. Lokalnachrichten sind deshalb für soziale Netzwerke so gut geeignet, weil Menschen stärker von Ereignissen in ihrer Umgebung betroffen sind als von nationalen oder internationalen Vorkommnissen.

Die Rubrik Blaulicht schafft Aufmerksamkeit

Allgemein gilt: Umso negativer ein Ereignis, desto stärker wird es beachtet. Beiträge zu Straftaten, Unfällen, Polizeieinsätzen und Vermisstenmeldungen erzeugen viel Aufmerksamkeit auf sozialen Medien und erhalten daher hohe Interaktionsraten. Ein Viertel der interaktivsten Beiträge entfällt daher auf die Kategorie Blaulicht.

Politisch kontroverse Themen animieren Nutzer zum Kommentieren

Je umstrittener das Thema, je kontroverser die Debatte, desto mehr wird in den Kommentaren unter den Beiträgen diskutiert und umso öfter wird der Artikel geteilt, um die eigenen Argumente zu unterstreichen. Weil politische Themen oft sehr umstritten sind, generieren Beiträge in dieser Rubrik generell viele Reaktionen. Die in Lokalzeitungen veröffentlichten Artikel zum Thema Lokalpolitik sind besonders gut für hohe Interaktionsraten geeignet: Da solche Ereignisse und Entscheidungen direkten Einfluss auf den Nutzer und sein näheres Umfeld haben, will er sich dazu äußern und darauf reagieren – wofür wiederum soziale Medien eine hervorragende Plattform bieten. 15,7 % der untersuchten interaktivsten Beiträge entfallen auf die Rubrik Politik.

Tiere erfreuen sich auf Facebook und Co. großer Beliebtheit

Bekannterweise erhalten Artikel über Tiere in sozialen Medien gute Interaktionsraten. Knapp ein Zehntel der Top-Beiträge deutscher Lokalzeitungen behandeln Tier-Themen. Dabei schaffen sowohl positive als auch negative Berichte Aufmerksamkeit und lösen bei den Nutzern Emotionen aus. Während bei positiv besetzten Beiträgen die Visualisierung zentral ist („süße Tierbilder“), steht bei Beiträgen zu Tierquälerei der Aspekt Tierschutz im Mittelpunkt: Denn damit wollen viele Menschen gerne auf sozialen Medien in Verbindung gebracht werden. Zudem haben die User häufig das Gefühl, mit ihrer Interaktion etwas bewegen zu können und sind deswegen besonders motiviert auf solche Inhalte zu reagieren.

Emotional behaftete Human-Interest-Beiträge funktionieren gut in sozialen Medien

Geschichten, die menschliche Schicksale in den Vordergrund stellen – sogenannte Human Interest Stories – sorgen für viele soziale Interaktionen. Bei 8,6 % der 1.000 interaktivsten Beiträgen handelt es sich um Human-Interest-Beiträge. Eine wichtige Dimension bei solchen Berichten bildet der Faktor Personalisierung, d.h. je stärker das Handeln oder Schicksal von Einzelpersonen in den Vordergrund gerückt wird, desto größer ist das Leserinteresse. So können die Nutzer mit den Menschen, über die berichtet wird, besser mitfühlen. Wenn sich der Leser in die Person hineinversetzen kann, wird sich dies auch in den Reaktionen auf sozialen Netzwerken widerspiegeln.

Verlagen wird eine individuelle Auswertung der Studie angeboten. Diese enthält eine Analyse der wichtigsten Online KPIs, eine detaillierte Untersuchung des interaktivsten Beitrags des Verlagsportals sowie konkrete Hinweise zur Reichweitensteigerung. Verlage können ihre individuelle Auswertung bei Gogol Publishing anfordern:

Nicole Scherer

E-Mail: nicole.scherer@gogol-publishing.de

Telefon: +49 (821) 907 844-64

***Über die Datenerhebung:**

Für die Erhebung der Top-Social-Beiträge wurde das Online-Analyse-Tool Buzzsumo verwendet, bei dem jene Beiträge pro Portal aufgelistet werden, die auf sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, Pinterest oder Reddit die meisten Likes, Shares, Kommentare oder Erwähnungen bekommen haben. Pro Online-Auftritt wurde der beste Beitrag aus dem Jahr 2017 gewertet. Um die Top 5 Facebook-Beiträge 2017 zu ermitteln, wurden die Facebook-Engagements mit der Anzahl der Facebook-Fans (Stand Mai 2018) verrechnet. So haben wir die Beiträge ermittelt, die unter Berücksichtigung ihres Reichweitenpotenzials die größte Interaktionsrate mit ihren Beiträgen erzielt haben.

Über multicom und Gogol Publishing:

multicom bietet zusammen mit dem Schwesterunternehmen Gogol Publishing ein breites Portfolio an Werkzeugen für Medienprodukte in Print und Digital aus einer Hand. Mit den Systemen werden über 600 Zeitungen, Magazine und Onlineportale bei Medienhäusern in der DACH-Region produziert und ca. 400 Millionen Seiten im Netz ausgeliefert. Heute nutzen über 500.000 Redakteure und Autoren die Systeme. Damit gehören multicom und Gogol zu den führenden Anbietern von Multimedia-Publishinglösungen. Zu den Kunden gehören bedeutende Tageszeitungsverlage wie die DuMont Mediengruppe, mh:n Medien, die Rheinpfalz u.w.

Kontakt Gogol Publishing:

Nicole Scherer, Gogol Publishing, +49 (821) 9078440, contact@gogol-publishing.de