

Pressemitteilung 08/2018

## Die Top 5 im Social-Media-Ranking 2018

**multicom und Gogol Publishing haben rund 1.000 Beiträge mit den meisten Facebook-Interaktionen deutscher Lokalzeitungen aus 2017 untersucht und daraus ein Social-Media-Ranking erstellt. Die Top-5-Beiträge wurden genauer unter die Lupe genommen, um daraus Strategien abzuleiten, mit denen Lokalzeitungen in sozialen Medien Aufmerksamkeit generieren können.**

multicom und Gogol Publishing haben zum ersten Mal die Beiträge mit den meisten Interaktionen deutscher Lokalzeitungen untersucht. Analysiert wurden jeweils die fünf Beiträge mit den höchsten Interaktionsraten von über 200 Lokalzeitungen. Um ein vergleichbares Ergebnis für Verlage mit großem und kleinerem Verbreitungsgebiet zu erhalten, wurden die Interaktionen, d.h. die Likes, Shares und Comments, in Relation zur Anzahl der „Gefällt-mir“-Angaben der Seite gesetzt. Daraus wurde ein Ranking aus Beiträgen mit den meisten Interaktionen je Facebook-Fan erstellt. Das sind die Top 5:

### **Platz 5: Der Teckbote führt vor, wie mit Blaulichtbeiträgen Aufmerksamkeit erregt werden kann**

Den fünften Platz im Ranking erreicht ein Beitrag des Teckboten: Der Artikel handelt von einem Vorfall an einem Bahnhof, bei dem ein Mann versuchte eine Frau vor eine einfahrende S-Bahn zu stoßen. Generell erregen Berichte zu Unfällen und Polizeieinsätzen viel Aufsehen auf Facebook und Co. und generieren daher hohe Interaktionsraten.

### **Platz 4: Die Potsdamer Neuesten Nachrichten generieren eine hohe Interaktionsrate mit einem kontroversen Thema**

Mit einer Reportage über Freitagspredigten in deutschen Moscheen schaffen es die Potsdamer Neuesten Nachrichten auf den vierten Platz im Social-Media-Ranking. Die höchst gegensätzlichen Meinungen zur Rolle des Islams in Deutschland sorgen für Diskussionen in der Kommentarspalte. Zudem wollen Nutzer solche Posts auch teilen, um damit ihre eigenen Ansichten zu untermauern.

### **Platz 3: Die Norddeutschen Neuesten Nachrichten erreichten viele Interaktionen mit einer Erfolgsgeschichte aus der Region**

Eine Erfindung, die Erdöl überflüssig machen könnte, entwickelt in der eigenen Region? Darauf reagieren insbesondere Nutzer, die einen Bezug zu der Gegend haben. Da Menschen stärker von den Ereignissen in ihrer Umgebung betroffen sind, erzeugen Beiträge zu lokalen Themen besonders viele Interaktionen und sind daher für soziale Netzwerke sehr gut geeignet. Der Beitrag der Norddeutschen Neuesten Nachrichten, der es auf Platz 3 im Social-Media-Ranking geschafft hat, setzt den regionalen Faktor erfolgreich ein und erreicht damit 22.800 Social Signals.

### **Platz 2: Die N-Land zeigt, wie Beiträge über Tierquälerei Nutzer zur Interaktion animieren**

Den zweiten Platz im Social-Media-Ranking belegt ein Beitrag vom Onlineportal N-Land, der das Thema Tierquälerei behandelt. Bei solchen Beiträgen steht zumeist der Aspekt Tierschutz im Mittelpunkt. Die User haben das Gefühl, mit ihrer Interaktion etwas zu bewegen und sind deswegen besonders animiert auf solche Inhalte zu reagieren.

## **Platz 1: Die Südwest Presse sichert sich den ersten Platz mit einem emotionalen Thema**

Den ersten Rang im Social-Media-Ranking sichert sich die Südwest Presse. Der Top-Beitrag handelt davon, dass der Vorstand einer Klinik eine Pressemitteilung zum Einsatz eines Medikaments in der Krebstherapie gelöscht hat. Da Krebs ein sehr emotionales Thema ist, das viele Nutzer direkt oder indirekt betrifft, sind diese dazu geneigt, öffentlich auf den Beitrag zu reagieren. So erzielen Artikel mit emotional aufwühlenden Themen eine hohe Reichweite in sozialen Medien. Der Top-Beitrag setzt diese Strategie erfolgreich um und erzielt so 140.100 Facebook-Interaktionen.

**Bei Interesse können Verlage eine individuelle Auswertung der Studie anfordern. Diese enthält eine Analyse der wichtigsten Online KPIs, eine detaillierte Untersuchung des Beitrags mit den meisten Interaktionen des Verlagsportals sowie konkrete Hinweise zur Reichweitensteigerung. Melden Sie sich hierfür bei:**

**Nicole Scherer**

**E-Mail: [nicole.scherer@gogol-publishing.de](mailto: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 wurden die besten fünf Beiträge aus dem Jahr 2017 betrachtet. Um die Top 5 Facebook-Beiträge 2017 zu ermitteln, wurden die Facebook-Interaktionen mit der Anzahl der Facebook-Fans (Stand Mai 2018) verrechnet. So wurden 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](mailto:contact@gogol-publishing.de)