

Pressemitteilung 04/2018

## Top-Social-Beiträge deutscher Anzeigenblätter aus 2017: Das bewegt die User in den sozialen Medien

**Gogol Publishing hat die Online-Beiträge deutscher Anzeigenblätter hinsichtlich ihrer Interaktionen in sozialen Netzwerken untersucht. In einer Analyse der Top-Beiträge in fünf verschiedenen Kategorien wurden Best-Practice-Strategien zur Reichweitensteigerung auf Facebook und Co. abgeleitet. Zu den erfolgreichsten Maßnahmen gehören das Posten von Beiträgen zu Blaulicht-Themen, Human-Interest- und Tier-Geschichten, das Teilen von Veranstaltungsankündigungen sowie die Behandlung kontroverser Themen.**

Gogol Publishing hat die interaktivsten Beiträge deutscher Wochenzeitung in sozialen Netzwerken untersucht. Gemessen werden dabei sogenannte Social Signals, die sich aus Likes, Shares, Kommentaren und Erwähnungen auf Plattformen wie Facebook und Co. ergeben. Die besten Beiträge wurden dabei in fünf Kategorien ermittelt: Blaulicht, Panorama & Vermischtes, Kultur & Vereinsleben, Lokalpolitik sowie Lokalsport. Erhoben wurden die Social Signals über das gesamte Jahr 2017 mit Hilfe des Online-Analyse-Tools Sistrix.\*

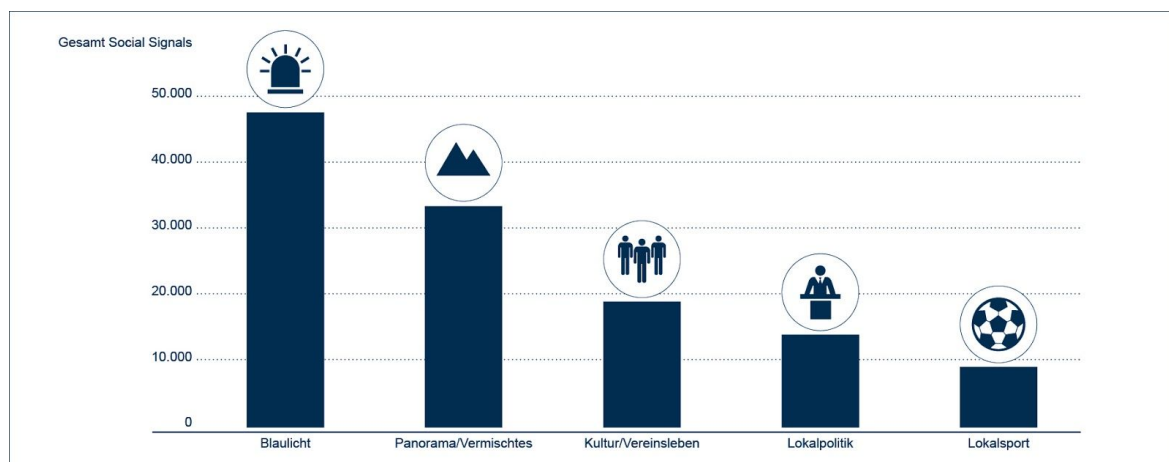
### Ergebnisse der Studie und individuelle Analyse

Die nachfolgenden Erkenntnisse basieren auf einer Analyse der besten Beiträge in unserem Social Ranking. Zusätzlich zu den Ergebnissen der Studie wird interessierten Verlagen eine individuelle Analyse angeboten, die unter [www.gogol-publishing.de/anzeigenblattstudie](http://www.gogol-publishing.de/anzeigenblattstudie) oder per E-Mail an [nicole.scherer@gogol-publishing.de](mailto:nicole.scherer@gogol-publishing.de) angefordert werden kann. Diese enthält unter anderem den interaktivsten Beitrag des eigenen Portals in sozialen Medien sowie konkrete Handlungsempfehlungen zur Reichweitensteigerung auf Facebook & Co.

### Erkenntnis 1:

#### Beiträge in der Kategorie Blaulicht sorgen für die meisten Interaktionen in sozialen Netzwerken

Da Berichte aus unterschiedlichen Kategorien in sozialen Medien verschiedene Interaktionsgrade haben, wird die Erhebung in fünf verschiedene Gruppen aufgeteilt. Denn Nutzer können sich mit bestimmten Themen besser identifizieren und wollen diese mit Freunden teilen. Andere Themen erregen mehr Aufsehen und werden dadurch öfter kommentiert. Gerade Berichte zu Unfällen und Polizeieinsätzen bewegen die Nutzer auf Facebook und Co., weshalb diese die meisten Social Signals erhalten.



## Erkenntnis 2:

### Rubrik Blaulicht – nicht nur negative Berichterstattung bringt viel Aufmerksamkeit, sondern auch Kontroversen und Überraschungen


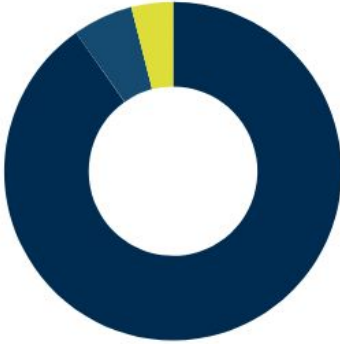
Allgemein haben in der Kategorie Blaulicht vor allem negative Ereignisse einen hohen Interaktionsgrad. Dabei gilt: je negativer ein Ereignis, desto stärker wird es beachtet. Dass aber auch positive Beiträge im Umfeld Blaulicht sehr gut funktionieren, zeigt der folgende Beitrag: "Getarnt gegen Motorrad-Raser" auf [www.wochenspiegellive.de](http://www.wochenspiegellive.de). Der Beitrag erzählt von einer Geschwindigkeitskontrolle in Zivil. Die Polizisten tarnten sich als Camper, um Motorrad-Raser zur Kasse zu bitten. Die Aufmerksamkeit für diesen Beitrag auf Social-Media-Plattformen basiert stark auf dem Überraschungsfaktor – als Touristen verkleidete Polizisten sind kein alltäglicher Anblick. Außerdem hat die Frage, ob diese Aktion berechtigt ist, eine Debatte in den Kommentaren des Posts angeregt. Daher führte dieser überraschende und kontroverse Beitrag insbesondere auf Facebook zu überdurchschnittlich hohen Interaktionsraten.

<h3>Getarnt gegen Motorrad-Raser</h3> <p><b>Bruttig.</b> Die Cochemer Polizei hatte Probleme Motorradraser zu messen. Jetzt hat sie eine gute Möglichkeit gefunden. Am Sonntag wurden erste Führerscheine "kassiert".</p> <p><a href="#">Bilder</a> <a href="#">Video</a> <a href="#">Karte</a></p>  <p>Einfache, aber effektive Art die Raser auf der K36 zu messen: Zwei Beamte der Polizei Cochem sitzen wie Touristen am Straßenrand. In Flip-Flops und mit Sonnenbrille samt Mütze - die perfekte "Tarnung". Die meisten Motorradfahrer rasten bei dieser Messung ungeniert an den Zivil-Beamten vorbei.</p>	<p><b>Domain:</b> <a href="http://www.wochenspiegellive.de">www.wochenspiegellive.de</a></p> <p><b>Datum:</b> 31. Mai 2017</p> <p><b>Link zum Beitrag:</b> <a href="#">Getarnt gegen Motorrad-Raser</a></p> <p><b>Social Signals: 5.370</b></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>● Likes</li><li>● Shares</li><li>● Comments</li></ul>
---	---

### Erkenntnis 3:

#### Rubrik Panorama/Vermischtes – Human-Interest- und Tier-Geschichten erzielen hohe Interaktionsraten auf Social-Media-Kanälen



In der Kategorie Panorama/Vermischtes sorgen vor allem Geschichten, die den menschlichen Aspekt in den Vordergrund stellen – sogenannte Human-Interest-Stories – für viele soziale Interaktionen. Dies gilt insbesondere für Lokalnachrichten, da den Lesern die Personen, über die berichtet wird, häufig bekannt sind. Eine wichtige Dimension bei solchen Geschichten bildet der Faktor Personalisierung, d.h. je stärker das Handeln oder Schicksal von Einzelpersonen in den Vordergrund gerückt wird, desto größer ist das Leserinteresse. Abgesehen von Human-Interest-Stories erhalten in dieser Kategorie auch Tier-Geschichten viele Social Signals (fünf der Top Ten Stories). Mit der entsprechenden Visualisierung – süße Tierbilder – erzielen auch diese Beiträge hohe Interaktionsraten. Unser Best-Practice-Beispiel in der Rubrik Panorama/Vermischtes aus dem Portal [www.stadtzeitung.de](http://www.stadtzeitung.de) ist eine Geschichte über den ersten geprüften Wasserrettungshund in der Augsburger BRK-Wasserwacht und seinen Trainer. Der Beitrag ist eine Mischung aus Human-Interest- sowie Tier-Geschichte und eignet sich daher bestens für Social Media.

<p><b>Geschafft: Buddy ist Deutschlands erster geprüfter Wasserrettungshund in der Augsburger BRK-Wasserwacht</b></p>  <p>Der Augsburger Bernersennenhund Buddy hat am Sonntag, 11. Juni, in Mailand erfolgreich die Prüfung zum Wasserrettungshund abgelegt. Gemeinsam mit Herrchen Marco Greiner von der BRK-Kreiswasserwacht Augsburg-Stadt bestand Buddy unter erschwerten Bedingungen die anspruchsvolle Prüfung in allen Disziplinen. Er ist damit der erste deutsche Hund mit einer Ausbildung bei der italienischen Elite-Hundeschule „Squadra Italiana Cani Salvataggio“ (S.I.C.S.) und der erste Vierbeiner mit international anerkanntem Patent als Wasserrettungshund.</p> <p>Eineinhalb Jahre intensives und hartes Training liegen hinter Buddy und seinem Herrchen Marco Greiner. „Heute ist ein Lebenstraum wahr geworden“, sagte der ehrenamtliche BRK-Wasserretter erschöpft und glücklich nach der bestandenen Prüfung in Mailand. In mehreren Disziplinen stellte sein 4-jähriger Bernersennenhund am vergangenen Sonntag sein Können unter Beweis. Unter der strengen Aufsicht der italienischen Trainer musste Buddy verschiedene Rettungstechniken zeigen, zunächst eine und später sogar zwei Personen ans sichere Ufer bringen. Dafür schwamm der Wasserrettungshund jedes Mal weit über 100 Meter. Den Abschluss der Prüfung bildete ein 20-minütiges Ausdauerschwimmen.</p> <p><b>"Ich bin mächtig stolz auf ihn"</b></p> <p>„Erschwert wurde es durch die Hitze und dass der Prüfungssee massiv mit Algen überwuchert war. Das kostete sowohl mich als auch Buddy enorm viel Kraft beim Durchschwimmen“, beschreibt Greiner die Situation, die Hund und Mensch an ihre Grenzen brachte. „Mehrfach wurden unsere Beine von Algen umwickelt. Aber Buddy ist zielstrebig immer weiter Richtung der Patienten geschwommen. Er war in Topform und ich bin mächtig stolz auf ihn.“</p>	<p><b>Domain:</b> <a href="http://www.stadtzeitung.de">www.stadtzeitung.de</a></p> <p><b>Datum:</b> 13. Juni 2017</p> <p><b>Link zum Beitrag:</b> <a href="#">Geschafft: Buddy ist Deutschlands erster geprüfter Wasserrettungshund in der Augsburger BRK-Wasserwacht</a></p>
	<p><b>Social Signals: 624</b></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>● Likes</li><li>● Shares</li><li>● Comments</li></ul>

#### Erkenntnis 4:

#### Rubrik Kultur- und Vereinsleben – Persönliches Interesse an lokalen Events sorgt für hohe Social-Signal-Werte für Veranstaltungsankündigungen

Im Themenumfeld Kultur- und Vereinsleben performen Beiträge über lokale Veranstaltungen auf Facebook und Co. besonders gut. Grund für die hohe Interaktionsrate ist das direkte Interesse der Nutzer, an dem Event teilzunehmen. In unserem Beispiel geht es etwa um den Vortrag eines Forensikers über seine spektakulärsten Fälle, veröffentlicht auf [www.wochenblatt.de](http://www.wochenblatt.de). Gerade weil die Veranstaltung ein so außergewöhnliches Thema behandelt, performt der Beitrag noch besser. Die Social-Signal-Werte bei dieser Art von Beiträgen profitieren insbesondere durch Markierungen im Kommentarbereich, mit denen Facebook-Nutzer ihre Freunde auf die Veranstaltung aufmerksam machen. Durch eine gezielte Forcierung eines solchen Vorgehens lässt sich die Reichweite zusätzlich steigern.

<p>VORTRAG AB 18!</p> <p>10.11.2017, 13:11 Uhr</p> <h3>Gerichtsmediziner Dr. Mark Benecke referiert in Straubing</h3>  <p>Forensiker berichtet im Straubinger Markmillersaal über seine spektakulärsten Fälle.</p> <p>STRAUBING Ist es möglich, Menschen mit Körperteilen zu töten? Und hat der Bordellbetreiber und Waffenhändler wirklich Nichts mit dem erschossenen Mann in seiner Bar zu tun? Diesen und weiteren Fragen widmet sich der Gerichtsmediziner und -biologe Dr. Mark Benecke auf skurrile bis zum Teil eklige Weise, um Antworten zu finden, die man manchmal nicht finden hätte wollen. Am 27. Januar hält er um 20 Uhr im Markmillersaal in Straubing einen Multimedia-Vortrag über seine spektakulärsten Fälle. Der Zutritt unter 18 Jahren ist hierzu nicht gestattet!</p> <p>Seit mehr als 20 Jahren ist Dr. Mark Benecke in der wissenschaftlichen Forensik tätig und gilt heute weltweit als Korvohäe auf diesem Gebiet. Der Kölner wurde vom FBI ausgebildet und oeriert.</p> <p>Quadratmeterpreise 2018 Gratis-Wertermittlung vor Verkauf! immoverkauf24</p>	<p><b>Domain:</b> <a href="http://www.wochenblatt.de">www.wochenblatt.de</a></p> <p><b>Datum:</b> 10. November 2017</p> <p><b>Link zum Beitrag:</b> <a href="#">Gerichtsmediziner Dr. Mark Benecke referiert in Straubing</a></p> <p><b>Social Signals: 1.537</b></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>● Likes</li><li>● Shares</li><li>● Comments</li></ul>
--	---



## Erkenntnis 5:

### Rubrik Lokalpolitik – politisch kontroverse Themen generieren die meisten Social Signals



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 eigene Argumente zu unterstreichen. Diesen Trend in der Rubrik Lokalpolitik kann man auch gut in unserem Beispiel aus dem Portal [www.berliner-woche.de](http://www.berliner-woche.de) erkennen, in dem es um eine Demonstration gegen die Eröffnung eines AfD-Büros in Lichterfelde Ost geht. Hier wurde die bundespolitische Kontroverse um die AfD auf lokaler Ebene aufgegriffen und die Debatte auf Facebook fortgesetzt. Dass die AfD die Gemüter entzweit, kann man auch an dem hohen Anteil an Kommentaren unter diesem Beitrag entnehmen. Insbesondere auf Social Media kann so mit kontroversen Themen eine hohe Interaktionsrate erzielt werden.

<p><b>Jugendverband und Anwohner demonstrieren gegen Eröffnung eines AfD-Büros</b></p>  <p>Rund 50 Bürger protestierten kürzlich gegen die Eröffnung eines Bürgerbüros der AfD in Lichterfelde Ost. (Foto: K. Rabe)</p>	<p><b>Domain:</b> <a href="http://www.berliner-woche.de">www.berliner-woche.de</a></p> <p><b>Datum:</b> 02. März 2017</p> <p><b>Link zum Beitrag:</b> <a href="#">Jugendverband und Anwohner demonstrieren gegen Eröffnung eines AfD-Büros</a></p>
<p>Lichterfelde. „Refugees Welcome“ und „Rassisten und Nazis entgegnetreten“ stand auf den Transparenten, mit denen rund 50 Menschen kürzlich hinter dem Bahnhof Lichterfelde Ost demonstrierten. Ihr Protest richtete sich gegen die Eröffnung eines AfD-Bürgerbüros.</p> <p>Lautstark machten die Demonstranten mit Trillerpfeifen und „Nazis raus“-Rufen ihren Protest deutlich. „Wir wollen mit unserer Demonstration zeigen, dass die AfD hier keinen Platz hat und nicht erwünscht ist“, sagt Michael Hapke von der „Linksjugend solid Berlin“.</p> <p>Er gehört zu den Initiatoren der Aktion gegen die Eröffnung des Büros der beiden Berliner AfD-Abgeordneten Hans-Joachim Berg und Andreas Wild. „Wir wollen einen weltoffenen Bezirk und keine Intoleranz, wie sie von der AfD vertreten wird“, sagte Hapke.</p> <p>Er betonte, dass sich die Proteste gegen die rassistische und menschenverachtende Hetze richten, die von der AfD und insbesondere von Andreas Wild, Mitglied des Abgeordnetenhauses und Spitzenkandidat zur Bundestagswahl 2017, verbreitet wird. Wild ist unter anderem auch die Forderung zuzuschreiben, „Geflüchtete in spärlich besiedelten Landstrichen in Deutschland unterzubringen“. Auch während der Eröffnung des sogenannten „Büros für Staatsreparatur“ machte er seine Haltung gegenüber geflüchteten Menschen deutlich, als er von einer „Migrationskatastrophe“ und von „bedrohten Arbeitsplätzen durch den Einsatz von Migranten“ sprach.</p> <p>„Das wollen wir nicht! Befürworter eines rassistischen und völkischen Weltbildes sollen keinen festen Anlaufpunkt in Steglitz-Zehlendorf haben. Mit unserer Demo möchten wir dieses Büro als Ort der Schande und der Menschenverachtung markieren und ein Zeichen gegen Diskriminierung und Ausgrenzung setzen“, erklärte Hapke weiter.</p> <p>Viele der Demonstranten kamen von der Linksjugend. Aber auch Bewohner aus dem Kiez schlossen sich den Protesten an. „Die Demo ist gut und wichtig, damit auch wahrgenommen wird, was hier passiert“, sagen zwei Spaziergängerinnen, die zufällig vorbeigekommen sind. „Das hat uns gerade noch gefehlt“, sagte eine andere Passantin angesichts der Büroeröffnung auf der anderen Straßenseite. <b>KaR</b></p>	<p><b>Social Signals: 1.685</b></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>● Likes</li><li>● Shares</li><li>● Comments</li></ul>

## Erkenntnis 6:

### Rubrik Lokalsport – lokale Erfolgsgeschichten als Schlüsselfaktor

Um das Potenzial zur Reichweitenerhöhung in der Rubrik Lokalsport voll auszuschöpfen, sollten Verlage auf lokale Erfolgsgeschichten setzen. Beiträge über erfolgreiche lokale Sportler oder Sportteams erzeugen hier die meisten Social Signals, da die Leser die Sportler häufig persönlich kennen oder sich aufgrund der geographischen Nähe stärker mit ihnen identifizieren können. Außerdem stärken die Erfolge dieser Sportler den Heimatbezug der Leser und damit auch das Interesse an lokalen Nachrichten. An unserem Best-Practice-Beispiel aus dem Portal [www.wuppertaler-rundschau.de](http://www.wuppertaler-rundschau.de) kann man zudem erkennen, dass dank des Lokalbezuges auch Beiträge über Erfolge in Nischensportarten gut performen.

<p>12. Februar 2017</p> <p>Boxen: WM-Kampf im Schwergewicht des WBU-Verbandes</p> <h3>Kreiskott weiter Weltmeister</h3>  <p>Die Entscheidung: Werner Kreiskott wird zum Sieger erklärt. FOTO: Stefan Ritterhaus</p> <p>Wuppertal / Velbert. Der Wuppertaler Werner Kreiskott bleibt Schwergewichtsweltmeister des Verbandes WBU und Internationaler Champion der WBF. Sein Gegner Epifano Mendoza aus Kolumbien wurde am frühen Sonntagmorgen (12. Februar 2016) in der vierten Runde disqualifiziert.</p>	<p><b>Domain:</b> <a href="http://www.wuppertaler-rundschau.de">www.wuppertaler-rundschau.de</a></p> <p><b>Datum:</b> 12. Februar 2017</p> <p><b>Link zum Beitrag:</b> <a href="#">Kreiskott weiter Weltmeister</a></p>
<p><b>Social Signals: 661</b></p>  <ul style="list-style-type: none"><li>● Likes</li><li>● Shares</li><li>● Comments</li></ul>	

**Verlagen wird eine individuelle Auswertung der Studie angeboten. Diese besteht aus Detail-Analyse und Benchmarking des interaktivsten Beitrags des eigenen Portals sowie konkreten Hinweisen zur Reichweitensteigerung auf Social-Media-Plattformen. Die individuelle Auswertung kann bei Gogol Publishing angefordert werden:**

**Nicole Scherer**

**E-Mail: [nicole.scherer@gogol-publishing.de](mailto:nicole.scherer@gogol-publishing.de)**

**Telefon: +49 (821) 907 844-64**

#### \*Über die Datenerhebung

Es wurden 193 Portale mit einem redaktionellen Onlineauftritt betrachtet. Für die Studie wurde das Online-Analyse-Tool Sistrich verwendet, bei dem die 100 Beiträge pro Portal aufgelistet werden, die auf Plattformen wie Facebook, Twitter oder LinkedIn die meisten Likes, Shares oder Kommentare sowie Erwähnungen bekommen haben. Für diese Erhebung wurde pro Portal der beste Beitrag aus dem Jahr 2017 in den 5 Kategorien Blaulicht, Panorama & Vermischtes, Kultur & Vereinsleben, Lokalpolitik sowie Lokalsport gewertet.

#### Über Gogol Publishing:

Gogol Publishing bietet zusammen mit dem Schwesterunternehmen multicom ein breites Portfolio an Werkzeugen für Medienprodukte in Print und Digital aus einer Hand. Mit den Systemen werden über 600 Zeitungen, Magazine und Onlineportale von Medienhäusern in der DACH-Region produziert. Damit gehören Gogol und multicom zu den führenden Anbietern von Multimedia-Publishinglösungen. Zu den Kunden gehören bedeutende Tageszeitungsverlage wie die DuMont Mediengruppe, mh:n Medien, die Rheinpfalz u.w.. Im Anzeigenblatt-Bereich vertrauen die Nr. 1 Anzeigenblattverlage in Deutschland (FUNKE) und Österreich (Regionalmedien Austria) sowie zahlreiche kleine und mittelgroße Anzeigenblätter auf das System. Bereits 33% der Besuche aller Onlineportale deutscher Anzeigenblätter entfallen auf Gogol-Kunden.

Kontakt Gogol Publishing:

Nicole Scherer, +49 (821) 907 844-39, [nicole.scherer@gogol-publishing.de](mailto:nicole.scherer@gogol-publishing.de)