

Pressemitteilung

Technische Universität Darmstadt

Silke Paradowski

17.02.2016

<http://idw-online.de/de/news646214>

Forschungsergebnisse
Gesellschaft, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Politik, Wirtschaft
überregional



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Politskandale und Flüchtlingsdebatte: Studie zu Nachrichtenverbreitung in Sozialen Medien

Gemeinsame Pressemitteilung der TU Darmstadt und der TU Dresden Darmstadt/Dresden, 17. Februar 2016. Worüber spricht das Web? Welche Nachrichten werden am häufigsten geteilt? Und über welche Plattformen? Mit diesen Fragen befasst sich ein Forscherteam der Technischen Universitäten Darmstadt und Dresden in einer Langzeitstudie. Die Zahl der Nachrichten-Empfehlungen steigerte sich gegenüber dem Vorjahr um etwa 48 Prozent. Der Tenor in den Sozialen Medien ist ernster geworden. Beherrschende Themen: Skandale, die Anschläge von Paris und die Flüchtlingsfrage.

Im Rahmen der Langzeitstudie fertigen die Forscher und Forscherinnen auch Momentaufnahmen des jeweils abgelaufenen Jahres an. Dabei werden die Artikel auf den 15 beliebtesten Nachrichten-Seiten im Internet berücksichtigt. Deren „Karriere“ in den Sozialen Netzen wird nachverfolgt. Für das Jahr 2015 gingen mehr als 487.000 Artikel in die Untersuchungen ein. Die Leserinnen und Leser gaben diese Artikel mehr als 123 Millionen Mal weiter (2014: 83,0 Millionen Mal) – 116,7 Millionen Mal über Likes auf Facebook, 4,3 Millionen Mal über Tweets auf Twitter und 2,8 Millionen Mal über One ups auf Google+. Marktbeherrschendes Medium für die Weitergabe von Nachrichten ist also weiterhin Facebook mit einem noch wachsenden Marktanteil von 94 Prozent (2014: 90,8 Prozent). Twitter verlor dagegen stark an Boden. Nur noch 3,5 Prozent der Artikel wurden über den Kurznachrichtendienst geteilt (2014: 6,9 Prozent). „Twitter ist zudem die einzige Nachrichtenplattform, die auch in absoluten Zahlen weniger oft genutzt wird“, sagt Irina Heimbach, Fachgebiet Electronic Markets des Fachbereichs Rechts- und Wirtschaftswissenschaften der TU Darmstadt. Der Kurznachrichtendienst habe im November die Zählerstände abgeschafft, die früher neben dem Twitter-Button angegeben gewesen seien. So werde man in Zukunft keine fundierten Angaben über die Zahl der via Twitter geteilten Nachrichten mehr machen können. „Der Niedergang von Twitter sogar unter technik-affinen Nutzern zeigt sich deutlich, wenn man schaut, auf welchem Weg Nachrichten des Informations-Portals Heise.de geteilt werden“, sagt Professor Thorsten Strufe, Leiter des Fachgebiet Datenschutz und Datensicherheit am Fachbereich Informatik der TU Dresden. Wurden 2012 noch 57 Prozent der heise-Nachrichten über Twitter weitergereicht, waren es 2015 gerade 5 Prozent.

Die beliebteste Quelle für geteilte Nachrichten war wie schon im Vorjahr Bild.de. Focus Online, im vergangenen Jahr noch auf Platz vier, schaffte es auf Rang zwei. Spiegel Online verlor einen Platz und rutschte auf Platz drei. Die nachlassende Beliebtheit von Spiegel Online zeigt sich auch bei der Ressortauswertung: Lag die Website 2014 noch auf dem Spitzenplatz in den traditionellen Nachrichtenressorts Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, übernahm Focus Online in den Bereichen Politik und Wirtschaft die Rolle als beliebteste Quelle der Nutzerinnen und Nutzer. Bei Technik-Themen griffen die User am häufigsten auf die Quellen Heise.de und Chip.de zurück.

Anhand der für die Studie erhobenen Daten können die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auch Aussagen zum Nutzerverhalten treffen. Mehr als 70 Prozent aller erfassten Artikel wurden per Facebook-Like geteilt, und die meisten dieser weitergegebenen Artikel erzielten auch eine beträchtliche Zahl von Likes – im Durchschnitt 239,7 pro Nachricht. Praktisch jeder der erfassten Artikel wurde zwar via Twitter verschickt, doch nicht unbedingt mit vielen Tweets oder großem Echo. Hier lag der Durchschnittswert bei 8,83 Tweets. „Das lässt darauf schließen, dass Mainstream-Themen,

die viele Menschen interessieren, auf Facebook diskutiert werden, während Twitter eher von der Informationseliten genutzt wird“, erklärt Benjamin Schiller, Fachgebiet Datenschutz und Datensicherheit der TU Dresden.

Bemerkenswert ist: Der Ton in den Sozialen Medien ist 2015 ernster geworden. Ging es bei den am häufigsten geteilten Artikeln der vergangenen Jahre überwiegend um „bunte“ Themen wie den Mario-Götze-Transfer zu Bayern, Deutschlands ersten Marihuana-Laden, das Wohlergehen von Michael Schumacher oder die lebensphilosophischen Betrachtungen der Poetry-Slammerin Julia Engelmann, bewegten 2015 Terroranschläge, Flüchtlingsdebatte, Politik und Skandale das Netz. Der mit Abstand am häufigsten geteilte Artikel stammte von Stern.de. Schauspieler Til Schweiger kommentierte die Affäre um den Politiker Sebastian Edathy – und 133.332 Facebook-User klickten den „Like“-Button.

Die kontinuierliche Datensammlung zur Studie „Development of the Social Network Usage in Germany since 2012“ begann vor vier Jahren. Den Forschern der TU Darmstadt und der TU Dresden geht es vor allem darum, verlässliche Zahlen für die Nutzung der Sozialen Netzwerke zu gewinnen. Die reinen Nutzer-Statistiken seien wenig aussagekräftig, da viele User beispielsweise mehrere Accounts anlegten. Die wirkliche Nutzungs-Aktivität, die sich zum Beispiel am Teilen von Nachrichtenartikeln festmachen lasse, sei dagegen verlässlicher, so Professor Oliver Hinz, Leiter des Fachgebiets Electronic Markets der TU Darmstadt.

Die untersuchten Websites:

Bild.de, bunte.de, chip.de, faz.net, focus.de, handelsblatt.com, heise.de, n-tv.de, spiegel.de, sport1.de, stern.de, sueddeutsche.de, tagesschau.de, welt.de, zeit.de

Einzelergebnisse:

Gesamtergebnis (Top 10) für 2015
(in Klammern die Platzierung im Gesamtjahr 2014)

Rang/Webseite/Wie oft geteilt?

- 1 (1)/Bild.de/24.458.218
- 2 (4) /Focus Online/22.128.132
- 3 (2)/Spiegel Online/20.130.998
- 4 (5) /Welt.de/14.389.119
- 5 (8)/n-tv.de/9.798.487
- 6 (3)/Zeit.de/9.580.278
- 7 (7)/Faz.net/7.371.610
- 8 (9) /Sueddeutsche.de/6.257.745
- 9 (10)/Sport1.de/3.751.061
- 10 (-)/Handelsblatt.com/2.183.274

Die meistgeteilten Artikel ...

... in Facebook

Rang/Quelle Website/Titel der Nachricht/Wie oft geteilt?

- 1/Stern.de/Til Schweiger exklusiv im stern: „Herr Edathy, Ihr larmoyantes Verhalten ist zum Kotzen“/133.332
- 2/n-tv.de/Wem nutzt das Volkswagen-Bashing? – „Mr. Dax“: VW-Skandal ist überzogen/112.589
- 3/Stern.de/Diskussion über 5000 Euro Geldauflage für Edathy – Warum die Einstellung juristisch korrekt ist/105.891

4/Stern.de/Joko und Klaas gegen rechte Hetzer: „Ihr seid die Dummheit. Die Peinlichkeit“/102.119
5/Welt.de/„Wenn es euch hier nicht gefällt, haut doch ab!“/97.421

... in Twitter

Rang/Quelle Website/Titel der Nachricht/Wie oft geteilt?

1/Spiegel.de/Newsblog zu Anschlägen in Paris: Das waren die Nachrichten des Wochenendes/5.086
2/Welt.de/Davutoglu beschwert sich persönlich bei Merkel/4.284
3/Faz.net/Flüchtlingskrise: Die arabische Halbinsel schottet sich ab/3.966
4/Faz.net/Smartphone-Anwendungen: Wie eine App zum Erfolg wird/3.560
5/Spiegel.de/Paris: Explosionen und Schüsse in Paris - viele Tote/3.470

... in Google Plus

Rang/Quelle Website/Titel der Nachricht/Wie oft geteilt?

1/Stern.de/„The Fast and the Furious“-Star Vin Diesel: „Es wurde viel geweint am Set“/1.369
2/Welt.de/Migration: Peter Maffay schickt klare Warnung an Flüchtlinge/1.280
3/Chip.de/GEMA-Sperre bei YouTube: Dieser Irrsinn ist nur in Deutschland verfügbar/1.169
4/Spiegel.de/Internet in Deutschland: Sie haben die Zukunft verbockt/1.100
5/Stern.de/CSU-Kritik an Merkel: Seehofer will Flüchtlinge notfalls zum Kanzleramt fahren lassen/1.062

Pressekontakt:

Prof. Dr. Oliver Hinz

Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften

Fachgebiet Electronic Markets

Tel. 06151/16-75220

E-Mail hinz@wi.tu-darmstadt.de

MI-Nr. 14/2016, sip

URL zur Pressemitteilung: <http://www.emarkets.tu-darmstadt.de/forschung/social-network-usage-in-germany-study/>
Die Studie zur Nachrichtenverbreitung

Anhang Pressemitteilung mit Ergebnissen der Studie in Tabellenform <http://idw-online.de/de/attachment48709>