



## Von Usern empfohlen – rund 20 Millionen Mal

### TU-Studie zu Nachrichtenverbreitung auf Facebook, Twitter, Google Plus

Darmstadt, 30. Juli 2013. Immer öfter teilen die Nutzer von Twitter, Facebook und Google Plus Nachrichten, und am liebsten geben sie Artikel der Angebote Spiegel Online und Bild.de weiter – rund 9,2 Millionen Mal in den vergangenen sechs Monaten. Das hat eine Studie an der TU Darmstadt ergeben. Spitzenreiter bei Likes & Co.: Der Transfer von Mario Götze zum FC Bayern.

Die Professoren Oliver Hinz (Wirtschaftswissenschaft) und Thorsten Strufe (Informatik) von der Technischen Universität Darmstadt erfassen in ihrer Studie „Development of the Social Network Usage in Germany since 2012“ die 15 beliebtesten deutschen Nachrichten-Webseiten und untersuchen, wie oft Artikel daraus in den führenden Social-Media-Diensten Facebook, Twitter und Google Plus von den Nutzern geteilt wurden. Mehr als 280.000 Artikel erschienen im ersten Halbjahr 2013 auf den 15 untersuchten Medienseiten. 19,8 Millionen Mal teilten Nutzer Texte. Die Weiterverbreitung ist beträchtlich: Mehr als 70 Prozent aller Beiträge der untersuchten Nachrichtenanbieter wurden über Facebook oder Twitter weitergegeben. Und ein Ende der Entwicklung zeichnet sich nicht ab: „Wenn wir die Top 10 der untersuchten Medien betrachten, sehen wir für alle einen Zuwachs bei der absoluten Zahl der Empfehlungen“, so Prof. Dr. Thorsten Strufe. Dieser Trend ist auch insgesamt zu erkennen: Verzeichneten die TU-Wissenschaftler für das gesamte Jahr 2012 etwa 26,7 Millionen Empfehlungen, lag der Wert allein in den ersten sechs Monaten dieses Jahres bereits bei 19,8 Millionen – eine Entwicklung, die auch mit dem generellen Wachstum der sozialen Netze einhergeht.

Am beliebtesten war dabei nach wie vor Facebook: 16,4 Millionen „Likes“ wurden für Beiträge abgegeben (Gesamt-2012: 21,3 Millionen). Damit lag Facebook nach wie vor weit vor den Diensten Twitter mit 2,8 Millionen geteilten Artikeln (Gesamt-2012: 5 Millionen) und Google Plus mit 493.000 Empfehlungen (Gesamt-2012: 407.000).

#### Aktivität verrät mehr als Statistik

Die Datensammlung begann Anfang 2012, und den Forschern an der TU 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

Kommunikation und Medien  
Corporate Communications

Karolinenplatz 5  
64289 Darmstadt

Ihre Ansprechpartnerin:  
Silke Paradowski  
Tel. 06151 16 - 32 29  
Fax 06151 16 - 41 28  
[paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de](mailto:paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de)

[www.tu-darmstadt.de/presse](http://www.tu-darmstadt.de/presse)  
[presse@tu-darmstadt.de](mailto:presse@tu-darmstadt.de)



Nachrichtenartikeln festmachen lasse, sei dagegen verlässlicher, so Prof. Dr. Oliver Hinz.

Interessiert sind die Forscher auch an Veränderungen seit 2012. Hier zeigte sich, dass der Dienst Twitter gegenüber dem Jahr 2012 nicht mehr so rege für das Teilen von Nachrichten genutzt wird, während Google Plus mit 2,5 Prozent zwar immer noch den kleinsten Anteil an den geteilten Artikeln hat, aber seine Reichweite verdoppeln konnte. So bekamen Nachrichtenartikel im Durchschnitt 58,7 Facebook-„Likes“ (2012: 35,5), wurden 10,1 Mal getwittert (2012: 8,8) und bekamen 1,8 Google-Plus-Empfehlungen (2012: 0,7). „Facebook hat im ersten Halbjahr 2013 offenbar an Aktiven gewonnen, während Twitter jetzt langsamer wächst“, konstatiert Strufe.

Beinahe unverändert ist dagegen gegenüber 2012 die Hitliste der beliebtesten Nachrichtenseiten. Spiegel Online (rund 5,4 Millionen Empfehlungen von Artikeln), Bild.de (3,8 Millionen) und Welt.de (rund 1,7 Millionen) führen sie an. Erfolgreichster Aufsteiger ist das Angebot Zeit.de, das sich mit rund 1,6 Millionen geteilten Artikeln von Platz acht auf Platz vier verbesserte.

### **Spiegel für Politik, Bild für Sport, Heise für Technik**

Die TU-Forscher betrachten in ihrer Langzeitstudie nicht nur die reinen Zahlen, sondern werten die abgegebenen Empfehlungen auch nach Ressorts aus. Hier zeigen sich deutliche Vorlieben bei den Nutzern verschiedener Netzwerke. Spiegel Online ist die beliebteste Quelle für Artikel, die aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft weitergegeben werden. Im Bereich Technik punktet heise.de, bei Sport-Nachrichten liegt klar Bild.de vorn. Das könnte sich möglicherweise ändern, so Hinz: „Bild.de hat eine neue Einnahmequelle erschlossen und verlangt Abonnement-Gebühren für einige Artikel. Es wird interessant sein zu sehen, ob und inwieweit Bild.de im zweiten Halbjahr 2013 dadurch an Reichweite in den sozialen Netzwerken verliert.“

Die Nutzer von Bild.de empfehlen Artikel überwiegend über Facebook, während sich etwa bei Spiegel Online und handelsblatt.com eine breitere Streuung über die drei untersuchten sozialen Netzwerke abzeichnet. Heise.de, Nachrichtenportal für technische Themen, verzeichnet einen relativ hohen Anteil von Empfehlungen über Google Plus – ohnehin ein beliebter Verbreitungsweg für Nachrichten zum Thema „Technik“ (Marktanteil von Google+ bei heise.de: 10 Prozent nach 4 Prozent im Jahr 2012)

So unterschiedlich beliebt die drei Netzwerke zur Weiterverbreitung von Nachrichten auch sind – bei den geteilten Inhalten lassen sich Übereinstimmungen finden. Die Sprachreform an der Uni Leipzig, ein Bericht über Microsoft-Schnüffelei beim Skypen und natürlich der Transfer von Mario Götze zum FC Bayern München sorgten gleich in mehreren Netzen für Furore.



Als Quellen der verbreiteten Nachrichten wurden die folgenden Websites herangezogen: 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 und zeit.de

Die Studie wird fortgesetzt.

### Einzelergebnisse:

#### Gesamtergebnis (Top10) für die erste Jahreshälfte 2013 (in Klammern das Ergebnis im Gesamtjahr 2012)

Rang	Webseite	Wie oft geteilt?
1 (1)	Spiegel Online	5.376.697
2 (2)	Bild.de	3.800.864
3 (3)	Welt.de	1.659.836
4 (8)	Zeit.de	1.568.648
5 (4)	Focus Online	1.477.274
6 (6)	Sueddeutsche.de	1.159.583
7 (5)	Faz.net	1.030.643
8 (9)	stern.de	819.850
9 (7)	n-tv.de	757.137
10 (10)	Handelsblatt.com	496.938

#### Die meistgeteilten Artikel ...

##### ... in Facebook

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Bild.de	Transfer-Hammer! – Götze zu Bayern	68.801
2	Bild.de	Hündin Sheila – Ertränkt, weil sie nicht stubenrein war	62.229
3	Spiegel Online	Sprachreform an der Uni Leipzig: Guten Tag, Herr Professorin	36.855
4	Spiegel Online	Gestohlener Leibniz-Keks: Zeitung bekommt Bekennerschreiben vom „Krümelmonster“	35.062
5	Spiegel Online	Warnung aus Brüssel: EU fehlt Geld für Hochwasserhilfe	30.992



### ... in Twitter

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Bild.de	Transfer-Hammer! – Götze zu Bayern	1.603
2	Heise.de	Vorsicht beim Skypen – Microsoft liest mit	1.409
3	Spiegel Online	Zweiter Weltkrieg: Japanischer Politiker verteidigt Zwangsprostitution	1.144
4	Zeit.de	Todesopfer rechter Gewalt 1990-2013	995
5	Spiegel Online	Sprachreform an der Uni Leipzig: Guten Tag, Herr Professorin	929

### ... in Google Plus

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Chip.de	DSL-Drosselung: Alle Fragen und Antworten	1.967
2	Heise.de	Vorsicht beim Skypen – Microsoft liest mit	1.943
3	Spiegel Online	Sprachreform an der Uni Leipzig: Guten Tag, Herr Professorin	802
4	Welt.de	15-jähriger Schüler revolutioniert die Krebsmedizin	655
5	Spiegel Online	S.P.O.N. – Die Mensch-Maschine: Google macht die Welt zum Spielfeld	639

#### Pressekontakt:

Prof. Dr. Oliver Hinz  
Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften  
Fachgebiet Electronic Markets  
Tel. 06151/16-75220  
E-Mail [hinz@wi.tu-darmstadt.de](mailto:hinz@wi.tu-darmstadt.de)

#### Hinweis an die Redaktionen:

Die Studie ist unter <http://www.emarkets.tu-darmstadt.de/forschung/social-network-usage-in-germany-study/> im Internet einsehbar.

Bildmaterial können Sie im Internet unter [www.tu-darmstadt.de/pressebilder](http://www.tu-darmstadt.de/pressebilder) herunterladen.

MI-Nr. 71/2013, sip