

Social Media

Twitter verliert an Boden

Worüber spricht das Web? Welche Nachrichten werden am häufigsten geteilt und über welche Plattformen? Mit diesen Fragen befasste sich ein Forscherteam der Technischen Universitäten Darmstadt und Dresden in einer Langzeitstudie.

Die Forscher der beiden Universitäten haben in ihrer Analyse für das Jahr 2015 deutlich wachsende Aktivitäten rund um die News im Netz festgestellt. Die Zahl der Nachrichten-Empfehlungen stieg gegenüber dem Vorjahr um etwa 48 Prozent. Der Tenor in den Sozialen Medien ist dabei meist ernster geworden. Beherrschende Themen waren vor allem Skandale, die Anschläge von Paris und die Flüchtlingsfrage.

Im Rahmen der Langzeitstudie fertigten die Forscher auch Momentaufnahmen des jeweils abgelaufenen Jahres an. Dafür wurden die Artikel von 15 deutschen Nachrichten-Seiten im Internet berücksichtigt. Dazu zählen 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. Deren "Karrieren" in den Sozialen Netzen wurde im Rahmen der Studie nachverfolgt.

Für das Jahr 2015 gingen mehr als 487.000 Artikel in die Untersuchung ein. Ergebnis: Die Leser gaben diese Artikel mehr als 123 Millionen Mal weiter (2014: 83 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 immer 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**. Heimbach weist darauf hin, dass der Kurznachrichtendienst im November die Zählerstände abgeschafft habe, 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", erklärt **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.



Prof. Thorsten Strufe, TU Dresden, hat Social Media-Aktivitäten analysiert

Ranking der Nachrichten-Quellen

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 Nutzer. Bei Technik-Themen griffen die User am häufigsten auf die Quellen heise.de und chip.de zurück.

Darüber hinaus fällt auf: Der 'Ton' in den Sozialen Medien ist 2015 deutlich 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, Michael Schumachers Gesundheitszustand oder die lebensphilosophischen Betrachtungen der Poetry-Slamerin Julia Engelmann, bewegten 2015 vor allem Terroranschläge, die Flüchtlingsdebatte, Politik und Skandale das Netz. Der mit Abstand am häufigsten geteilte Artikel stammte von stern.de: Schauspieler Til Schweiger kommentierte dort die Affäre um den Politiker Sebastian Edathy – und 133.332 Facebook-User klickten den 'Like'-Button. (vs)