

## Kurzstudie zu Google News und der Stichwahl 2016

---

Die letzten Stimmen sind ausgezählt – Alexander Van der Bellen ist Österreichs designierter Bundespräsident.

Aktuelle Themen wie Wahlen sind für Medien ein enorm wichtiger Zeitpunkt, um topaktuell zu berichten und mit umfassenden Details, Hintergründen und informativen Formaten im Internet präsent zu sein. Die Stichwahl haben wir und deshalb wieder zum Anlass genommen, die Sichtbarkeit der Medien in der letzten Woche vor der Wahl und rund um die Stimmauszählung zu messen.

Rund um die Bundespräsidentenwahl 2016 und die Stichwahl hat die Otago Online Consulting exklusiv die Sichtbarkeit von Medien in der Google One Box erhoben. **Die Frage: Welche Online-Medien haben es geschafft, sich mit ihrer Berichterstattung rund um die Stichwahl in der Google One Box zu behaupten? Welche Portale waren am häufigsten in der One Box sichtbar?** Das Ergebnis präsentieren wir in dieser Studie.

### Das Ergebnis:

---

Bei der Berichterstattung zur Stichwahl haben **derStandard.at** und **diePresse.com** die ersten zwei Plätze belegt, an dritter Stelle konnte sich überraschenderweise **gmx.at** platzieren. Am Wahltag dominierte, wie auch schon unter der Woche (16.5. – 22.5.), klar **derStandard.at**, mit einigem Abstand folgten **orf.at** und **vienna.at**. Neu mit in den Top 10 am Montag: **salzburg.gv.at**, **meinbezirk.at** und **trend.at**!

#### Fazit von Jan Königstätter:

*„Aktuelle Inhalte, richtig gesetzte und aussagekräftige Überschriften und interaktive Formate abseits klassischer Artikel unterstützen die Sichtbarkeit in Google News und der Google One Box. Gute handwerkliche Arbeit zahlt sich bei einem Blick auf die Google One Box aus – auch kleinere Portale haben so die Chance, sich ihren Anteil an der Sichtbarkeit neben den großen Medien zu sichern. Wie schon im ersten Wahldurchgang waren gängige Überschriften wie „Das Rennen um die Hofburg“ wenig erfolgreich, da sie als Suchbegriffe nach wie vor nicht verwendet wurden. Eine besondere Herausforderung war wieder die Top-Zeit während der Hochrechnungen – das Kopf-an-Kopf-Rennen um die Wahlstimmen war eine Situation mit viel Potenzial für die Berichterstattung. Gerade zu dieser Zeit ist auch viel Leben in der Auswertung der Sichtbarkeit zu erkennen. Insgesamt haben jene Medien, die auch schon unter der Woche die Top 10 belegt haben, auch am Wahltag eine sehr gute Performance in der Google One Box hingelegt – und konnten sich mit ihrer Berichterstattung Sichtbarkeit und in Folge wahrscheinlich auch gute Besucherzahlen sichern.“*

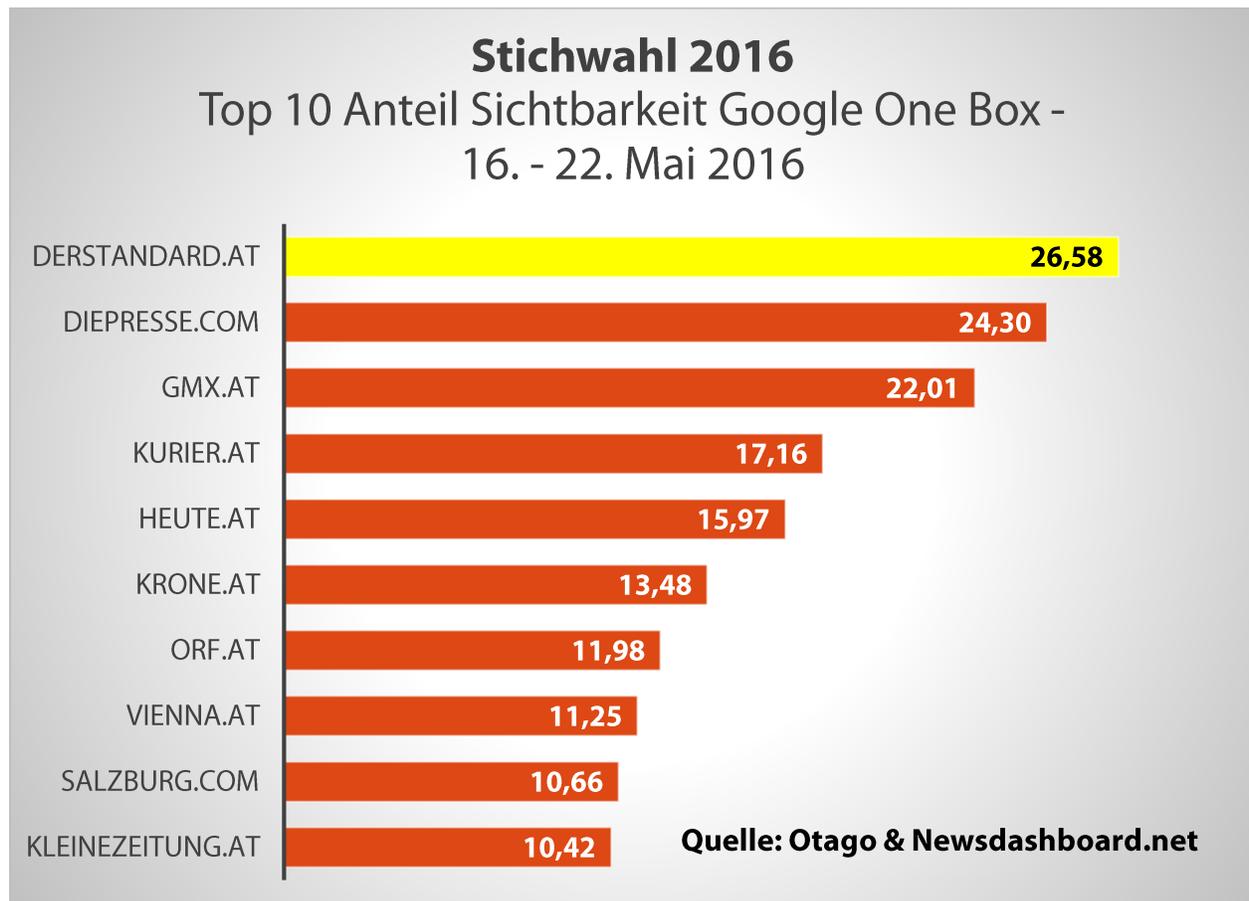
Tagesaktuelle Themen sind für Medien eine gute Möglichkeit, im Netz präsent zu sein. Google bleibt dabei ein wichtiges Medium – Menschen suchen nach den Themen, Google präsentiert dazu relevante Seiten. Bei Newsthemen kommt in der Suchmaschine die Google One Box zum Einsatz – relevante Artikel zur Suchanfrage werden hier über den Ergebnisseiten angezeigt.

---

Die **Otago Online Consulting GmbH** hat in Kooperation mit der Firma **Trisolute GmbH** die Sichtbarkeit von Medien in der Google One Box rund um die Bundespräsidentenwahl untersucht. Die Studie zeigt, welche Online-Medien es am besten geschafft haben, auf Google.at eine hohe Aufmerksamkeit zu erreichen und potenzielle LeserInnen zu gewinnen.

Ergebnisse gesamter Betrachtungszeitraum 16.5. - 22.5.2016
 

---



**Abbildung 1 - Anteil der Sichtbarkeit im Google.at Suchergebnis bei Suchen zur Bundespräsidentenwahl**

Klarer als beim Wahlergebnis konnte **derStandard.at** das Rennen um die Sichtbarkeit in der One Box für sich gewinnen – im Lauf der Woche konnte er stark an Sichtbarkeit zunehmen und sicherte sich so den ersten Platz.

**diePresse.com**, ebenso wie **kurier.at**, haben über den gesamten Betrachtungszeitraum hinweg eine sehr gute Performance gezeigt, unter den Regionalmedien haben es **salzburg.com** und **kleinezeitung.at** unter die Top 10 geschafft.

Wie auch schon beim ersten Wahldurchgang haben sich **gmx.at** und **heute.at** ihren Platz in den Top 5 gesichert.

Sichtbarkeit am Wahltag – 22.5.2016

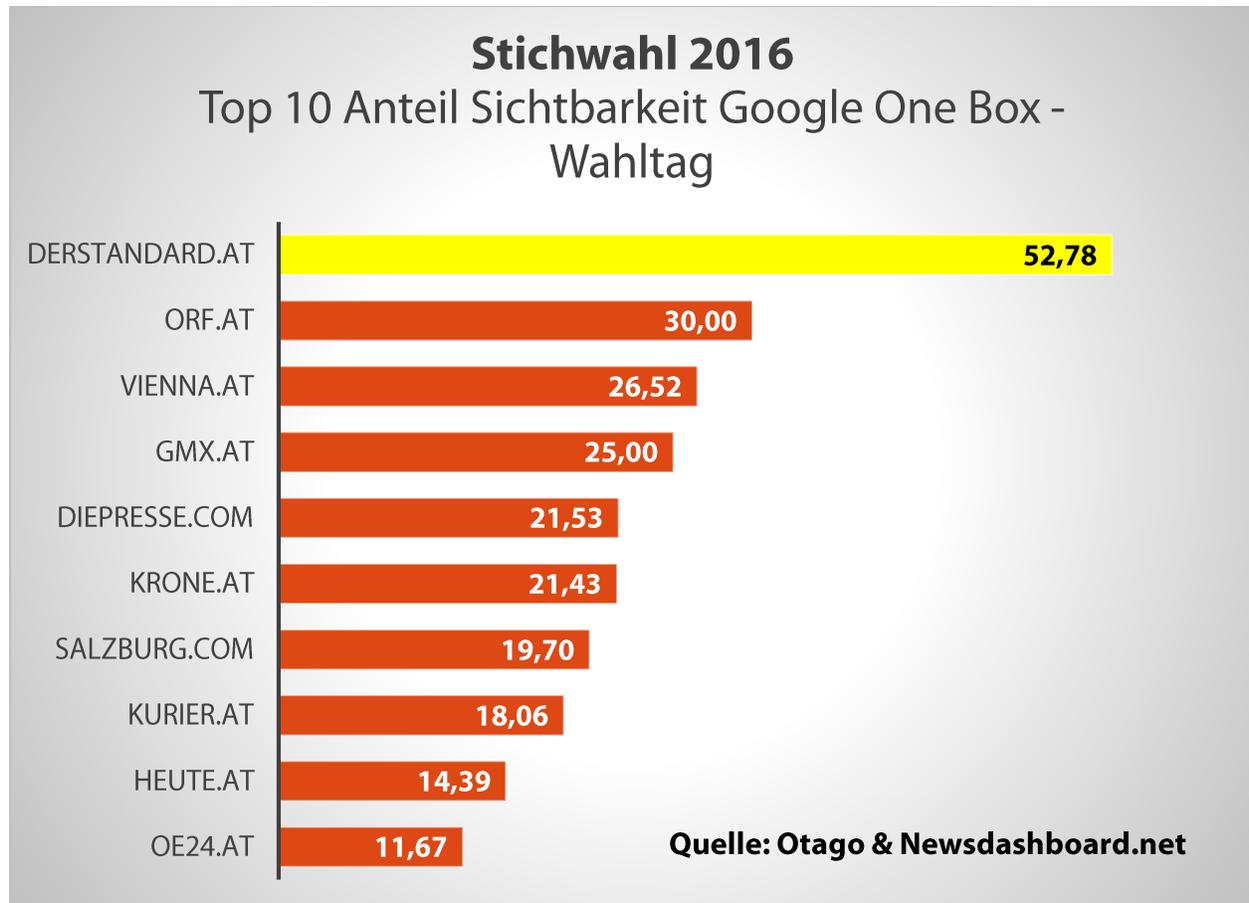


Abbildung 2 - Anteil an Google News Einschüben (Google One Box) im Suchergebnis am Wahltag

Etwas früher als beim ersten Wahldurchgang kam an diesem Stichwahl-Sonntag bereits am frühen Nachmittag Bewegung ins Feld.

Der klare Sieger am Wahlsonntag ist, wie auch schon im gesamten Betrachtungszeitraum, **derStandard.at**, der sich konstant an der Spitze der Top 10 halten konnte.

**gmx.at** war ebenfalls konstant im Spitzenfeld, erst am frühen Nachmittag kamen mit **vienna.at** und **orf.at** starke Konkurrenten ins Feld, die sich dann auch die Plätze zwei (orf.at) und drei (vienna.at) sichern konnten.

Mit **diePresse.com** hat sich der Zweitplatzierte aus der Wochenbetrachtung noch einen Top 5 Platz am Wahltag sichern können. Von den Regionalmedien konnte sich **Salzburg.com** einen Platz in den Top 10 ergattern.

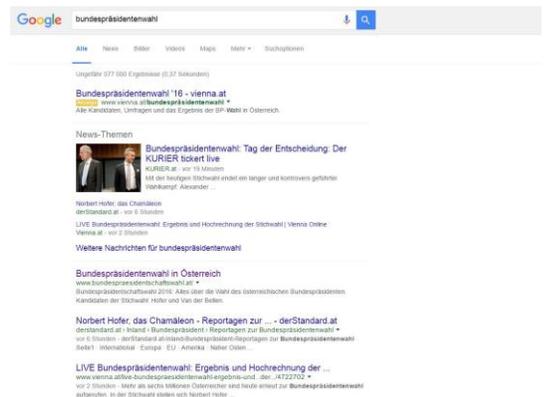


Abbildung 3 - Google One Box am 22.5.2016 mit Suchbegriff „bundespräsidentenwahl“

Sichtbarkeit am Montag nach der Wahl (Auszählung Briefwahl) – 23.5.2016

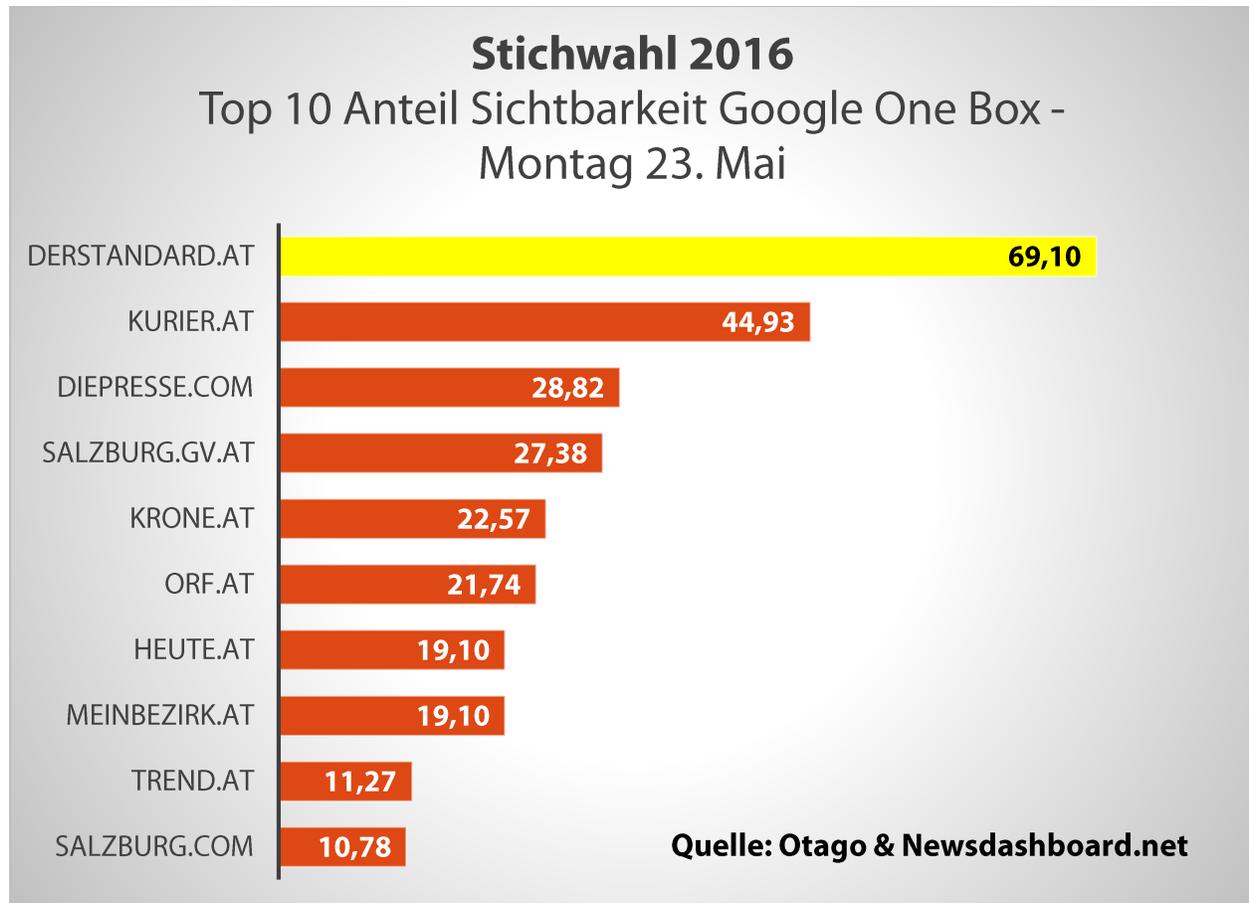
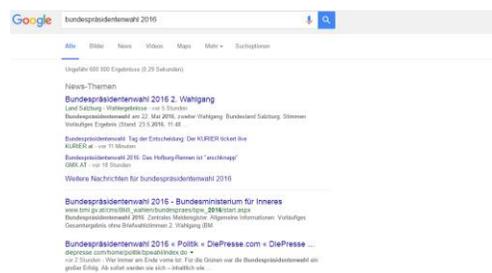


Abbildung 4 - Anteil an Google News Einschüben (Google One Box) im Suchergebnis am Montag nach der Wahl



Die ausgedehnte Auszählung der letzten Briefwahlstimmen hat auch einen Bedarf nach Newsmeldungen mit sich gebracht.

**derStandard.at** konnte auch am Montag nach der Wahl die beste Sichtbarkeit in der One Box erreichen – und das wieder mit großem Vorsprung vor den Mitbewerbern. Wie auch schon am Wahlsonntag hat sich **diePresse.com** einen Platz unter den Top 5 sichern können. Im Laufe des Tages konnte sich **kurier.at** enorm steigern und erzielt einen wohlverdienten 2. Platz.

Abbildung 5 - Google One Box am 23.5.2016 mit Suchbegriff „bundespräsidentenwahl 2016“

Alle drei Medien haben die letzten Auszählungen und das Warten auf die Pressekonferenz des BM.I mit einem Liveticker begleitet.

Sehr interessant ist, dass mit **salzburg.gv.at** auch eine offizielle Landesseite unter die Top 5 geschafft hat. Ebenfalls neu in der Wertung sind **meinbezirk.at** und **trend.at**

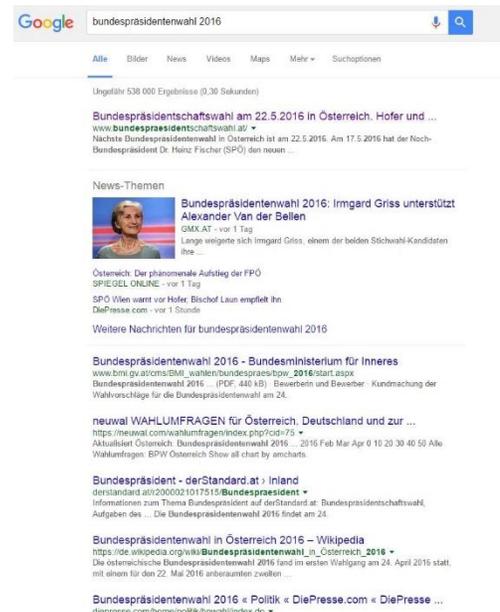
## Methodik

Für die Stichwahl zum Bundespräsidenten 2016 wurden relevante Begriffe definiert (Kandidatennamen, Begriffe zum Ereignis wie „Hochrechnung“, „Wahlergebnis“ etc.).

Für diese Begriffe wurde im Zeitraum von 16.05.-22.05.2016 alle 15 Minuten abgefragt, ob es eine Google One Box gibt, und falls ja, welche Medien mit welchen Artikeln darin aufscheinen.

**Die Methodik erlaubt keine Aussage darüber, ob z.B. ein Parteiname öfter oder seltener als andere in Medien vorgekommen ist, sondern wie häufig ein Medium in den Google News Einschüben sichtbar war.**

Die Daten wurden für Google.at erfasst, Details zur Methodik erhalten Sie gerne auf Rückfrage.



**Abbildung 6 - Google One Box in der Woche vor der Wahl mit Suchbegriff „bundespräsidentenwahl 2016“**

## Hintergrundinfo Google News

Wann immer aktuelle Nachrichten für einen bestimmten Suchbegriff Sinn machen, fügt Google bei den Suchergebnissen eine sogenannte **Google One Box** ein – so wie eben rund um ein aktuelles Thema wie die Wahlen, zu dem sehr viele Medien online berichtet haben. In der One Box erscheinen Schlagzeilen zu Artikeln mit einem direkten Link zur Zielseite des Online-Mediums.

Wenn die **Google One Box** in den Suchergebnissen erscheint, dann meistens im sichtbaren Bereich.

Diese Einbindung kann Nachrichtenseiten, wenn sie bei relevanten Themen präsent sind, sehr viele Besucher liefern.

Die Google One Box ist für Medien besonders interessant, da durch sie zu aktuellen Themen bzw. aktuelle Artikel sehr viele LeserInnen gewonnen werden können.

**Informationen zu unserer Studie zum ersten Wahldurchgang finden Sie unter:**

<http://www.otago.at/2016/04/25/bundesprasidentenwahl-2016-medien-in-der-google-news-box/>

## Über den Autor

---



Jan Königstätter beschäftigt sich seit über 12 Jahren mit dem Thema Webanalyse & Suchmaschinenoptimierung. 2002 wurde er technischer Leiter bei immodirekt.at, 2009 wechselte er zu derStandard.at und baute dort den Bereich Webanalyse, Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing auf und aus. 2014 gründete er zusammen mit Markus Inzinger die Otago Online Consulting GmbH.



**Für Details kontaktieren Sie Jan Königstätter bitte unter**

[jan.koenigstaetter@otago.at](mailto:jan.koenigstaetter@otago.at) | Tel: +43 1 996 21 05 10

## Über Otago Online Consulting

---

Otago Online Consulting GmbH wurde von Mag. Markus Inzinger und Jan Königstätter gegründet und fokussiert sich auf die Beratung im Bereich Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Otago zählt namhafte Kunden aus der Medienbranche in der Schweiz und in Österreich zu ihren Kunden, u.a. die Salzburger Nachrichten, die Niederösterreichischen Nachrichten, die Styria Digital One und andere wichtige Player. Beide Gründer waren langjährig für derStandard.at in leitenden Positionen tätig.

[www.otago.at](http://www.otago.at)

## Über die Trisolute GmbH

---



Die Trisolute Software GmbH entwickelt und betreibt das News Dashboard, auf dessen Basis die vorstehenden Analysen erstellt wurden. Es ist das in Deutschland führende Instrument für die Near-Time Analyse von Sichtbarkeiten in Google News und den Google One Boxen. Die Trisolute Software GmbH sitzt an den Standorten Dortmund und Königstein im Taunus.

[www.newsdashboard.net](http://www.newsdashboard.net)