

Kurzstudie zu Google News und der Fußball EM 2016 – Teil 2: K.O.-Phase & Finale, google.de & google.ch

Die EM in Google News – Teil 2: wie haben sich Onlinemedien nach der Gruppenphase der EM in Google News geschlagen? Haben es neue Mitbewerber in die Top 10 geschafft? Gibt es einen Überraschungssieger, der mit bewährten Formaten in Google News aufscheint? Oder konnten die Sieger der ersten Studie weiterhin durch gute Sichtbarkeit in Google News punkten?

Rund um die Fußball EM 2016 hat die Otago Online Consulting exklusiv die Sichtbarkeit von Medien in der Google One Box erhoben. **Die Frage: Welche Online-Medien haben es mit ihrer Berichterstattung in Google News geschafft? Welche Portale waren am häufigsten in der One Box sichtbar?** Das Ergebnis präsentieren wir in dieser Studie.

Für den zweiten Teil der Studie wurden die Keywords an das veränderte, reduzierte Teilnehmerfeld der EM angepasst. Somit spiegeln die Keywords weiterhin aktuelle Suchanfragen wider.

Das Ergebnis:

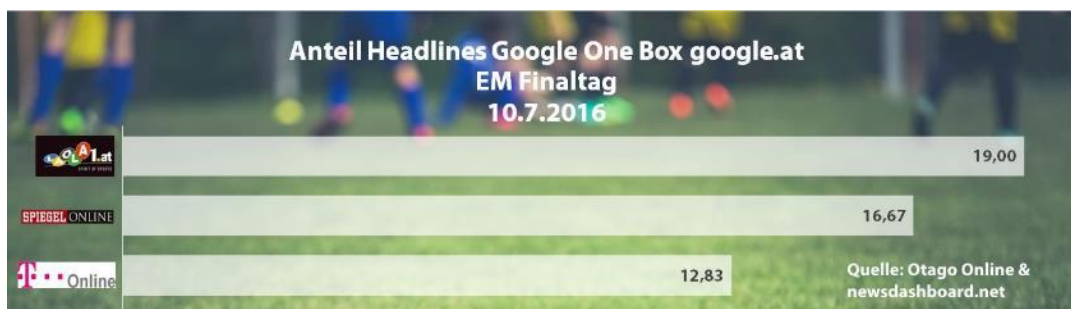


Abbildung 1 – Top 3 Medien – Sichtbarkeit in Google One Box am Finaltag 10.7.2016

Fazit von Jan Königstätter:

„Um am Schluss in den Top 3 zu landen war es zwingend notwendig, eine konstant gute Leistung zu zeigen. Einzelne Ausreißer haben für einen guten Platz definitiv nicht gereicht. Nur wenige Medien haben die über diesen langen Zeitraum geschafft.“

Wichtig war dabei auch, möglichst viele Themen abzudecken – von Nachrichten über Spieler-Stories bis zu den Ergebnissen der einzelnen Spiele. Wer sich nur auf das Abschneiden der österreichischen Mannschaft konzentrierte, hatte somit schlechte Karten.

Besonders relevant für Medien waren natürlich die wichtigen Spieltage – wer am Finaltag vorne war, konnte sicherlich viele Besucher über Google gewinnen. Dabei spielen Timing und technische Umsetzung eine wesentliche Rolle.“

Warum Google News & Google One Box relevant sind

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.

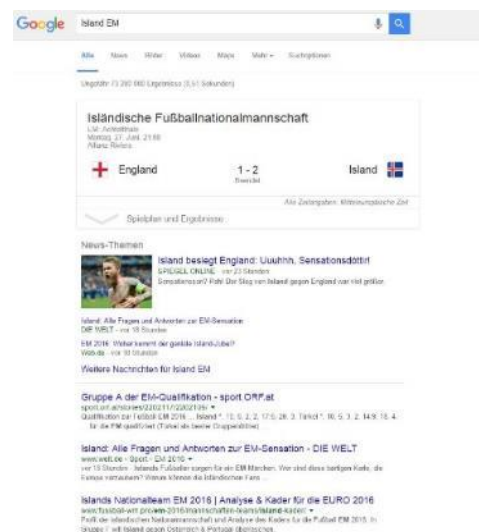


Abbildung 2 - Google One Box mit Suchbegriff „Island EM“

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 Fußball EM 2016 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.

Inhalt

Kurzstudie zu Google News und der Fußball EM 2016 – Teil 2: K.O.-Phase & Finale, google.de & google.ch 1

Das Ergebnis:.....	1
Warum Google News & Google One Box relevant sind.....	2
Medien in der Google One Box - Google.at	3
2. Betrachtungszeitraum: K.O.-Phase – 23.6. - 10.7.2016	3
EM Finale Sonntag, 10.7.2016.....	4
Daten – Google.de und Google.ch	5
Gesamter Betrachtungszeitraum EM: 10.6. – 10.7.2016.....	5
Rückblick Teil 1 – Gruppenphase.....	6
Methodik.....	7
Hintergrundinfo Google News.....	7
Über den Autor.....	8
Über Otago Online Consulting	8
Über die Trisolute GmbH.....	8

Medien in der **Google One Box - Google.at** 

2. Betrachtungszeitraum: K.O.-Phase – 23.6. – 10.7.2016

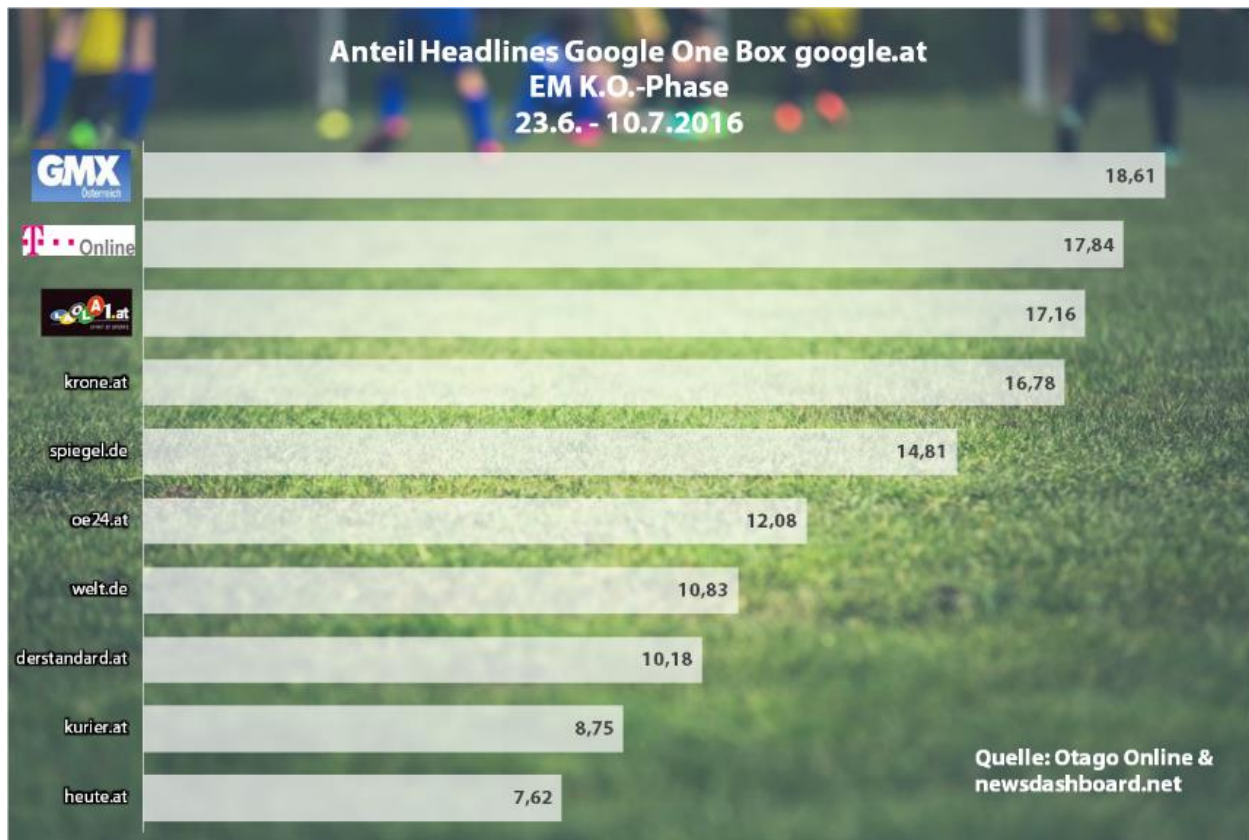


Abbildung 3 - Anteil der Sichtbarkeit im Google.at Suchergebnis bei Suchen zur EM 2016 (gesamter Betrachtungszeitraum Gruppenphase 23.6. – 10.7.2016)

Wie auch schon in der Gruppenphase hat sich **gmx.at** den ersten Platz in der K.O.-Phase gesichert. Die Entscheidung war diesmal dennoch knapp:

T-Online.de und **Laola1.at** folgen dem Führenden mit wenig Abstand auf den Plätzen 2 und 3.

Abgesehen von **spiegel.de** und **welt.de** sind die Top 10 von Österreichischen Tageszeitungen dominiert.

Gmx.at verzeichnet vor allem zu Beginn der K.O.-Phase sehr starke Werte und konnte durch konstant gute Sichtbarkeit das Rennen für sich entscheiden.

T-Online.de überzeugt durch konstant gute Sichtbarkeit, ebenso **Laola1.at**.

Krone.at hat einen starken Start hingelegt, hat dann aber ab Anfang Juli einiges an Sichtbarkeit verloren.

EM Finale Sonntag, 10.7.2016

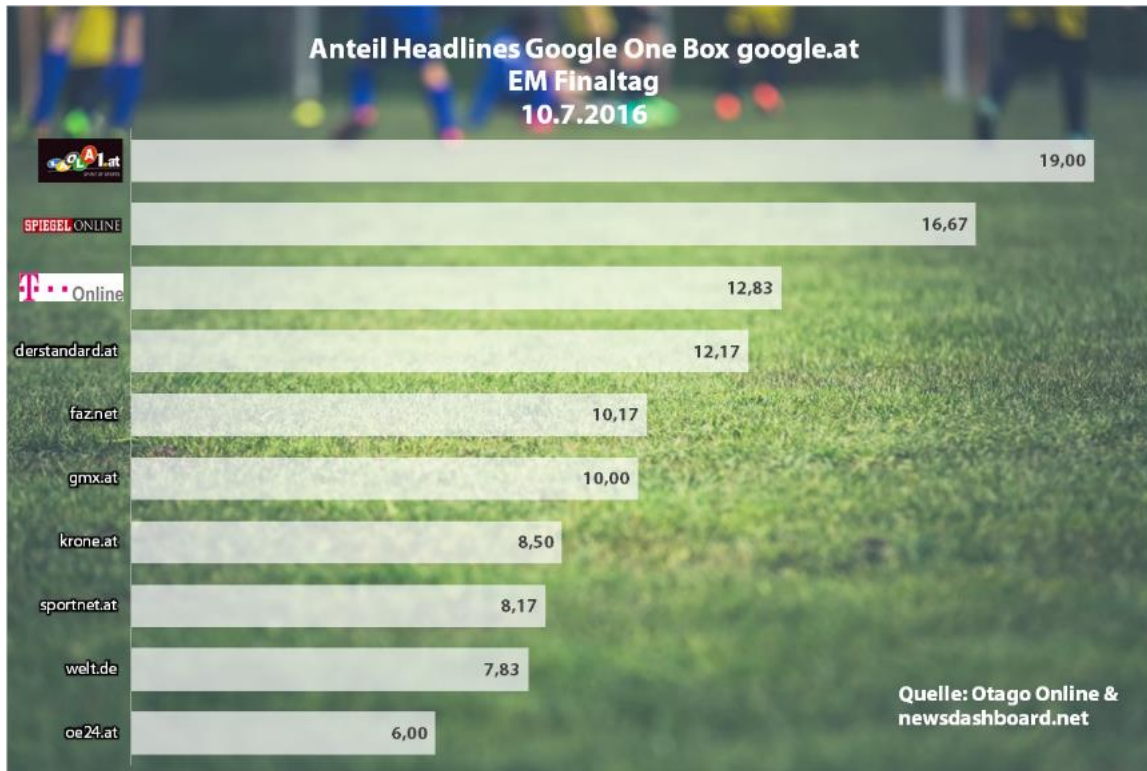


Abbildung 4 - Anteil der Sichtbarkeit im Google.at Suchergebnis bei Suchen zur EM 2016 (EM Finale 10.7.2016)

Laola1.at konnte am Tag des EM-Finales das Rennen um die Sichtbarkeit in der Google One Box für sich entscheiden und somit das einzige Österreichische Medium in den Top 3!

Die Plätze 2 und drei belegen diesmal **spiegel.de** und **T-Online.de**, mit **faz.net** folgt ein weiteres deutsches Medium auf Platz 5.

Mit **derStandard.at** ist nur eine Österreichische Tageszeitung in den Top 5 – insgesamt sind die Top 10 am Finaltag der EM 2016 zur Hälfte in den Händen deutscher Medien.

Sowohl **Laola1.at** als auch **spiegel.de** konnten über den gesamten Tag eine konstante Sichtbarkeit halten, während zum Beispiel **derStandard.at** zwar stark in den Tag gestartet ist, gegen Abend jedoch Sichtbarkeit eingebüßt hat.

Statement von Nikolaus Beier von Laola1.at: „Wir freuen uns, dass wir bei der letzten Analyse zur EURO 2016 gut abgeschnitten haben – wengleich natürlich auch hier immer noch Luft nach oben ist. Auch wenn es sportlich leider nicht perfekt gelaufen ist, war die Europameisterschaft für uns als Österreichs größtes Sportportal ein ganz großes Highlight – sowohl inhaltlich, als auch auf Grund der sehr positiven Nutzerzahlen.“

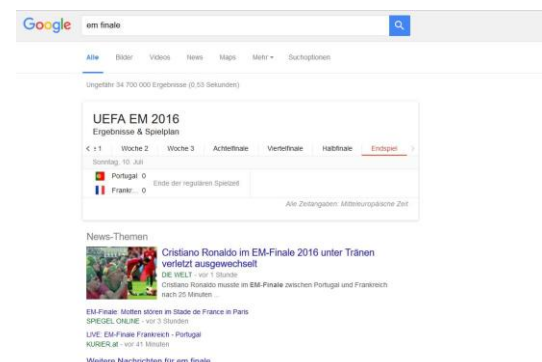


Abbildung 5 - Google One Box mit Suchbegriff „EM Finale“

Daten – **Google.de** und **Google.ch**  

Gesamter Betrachtungszeitraum EM: 10.6. – 10.7.2016

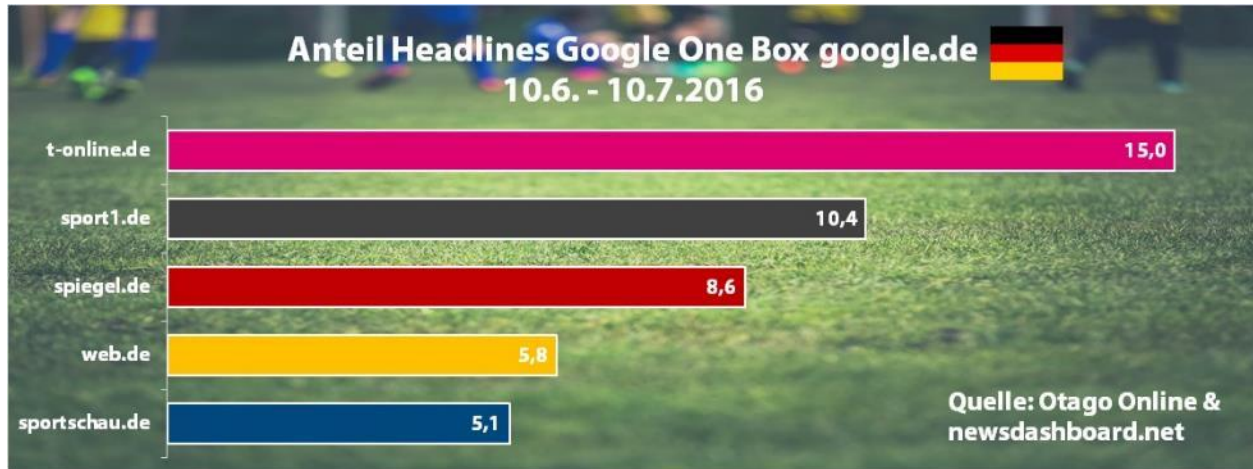


Abbildung 6 - Anteil der Sichtbarkeit im Google.de Suchergebnis bei Suchen zur EM 2016 (Gesamter Betrachtungszeitraum EM: 10.6. – 10.7.2016)

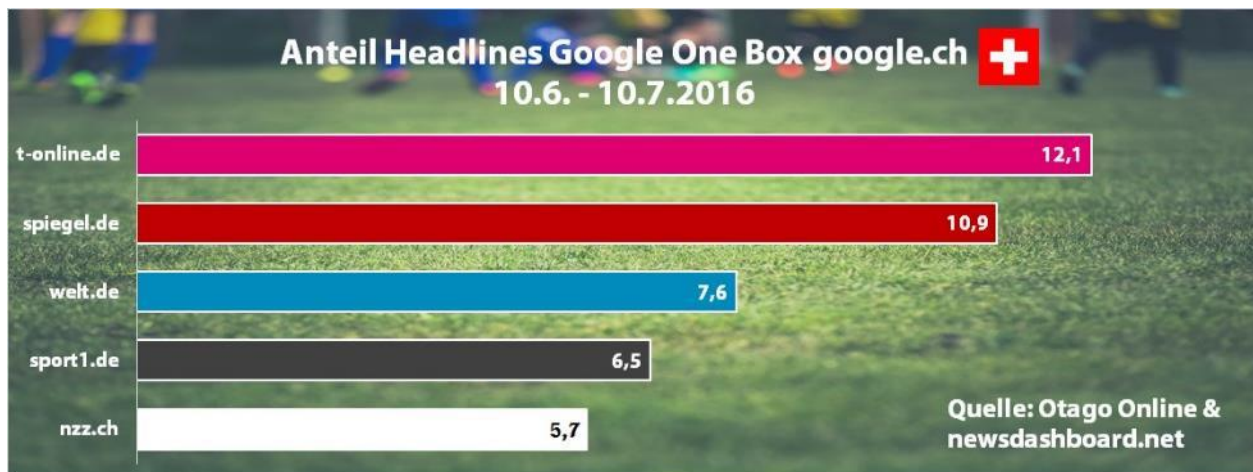


Abbildung 7 - Anteil der Sichtbarkeit im Google.ch Suchergebnis bei Suchen zur EM 2016 (Gesamter Betrachtungszeitraum EM: 10.6. – 10.7.2016)

Interessant zu beobachten ist, dass **t-online.de** als deutsches Medium sowohl in Österreich, als auch in Deutschland und der Schweiz sehr gute Sichtbarkeit erreicht hat.

In der Schweiz ist das Ergebnis extrem: nur ein Schweizer Medium, **nzz.ch**, konnte sich neben vier deutschen Medien einen Platz in den Top 5 sichern.

Kommentar Jan Königstätter:

“Großereignisse wie die EM werden von deutschen Medien augenscheinlich genutzt, um auch in anderen Ländern eine breite Leserschaft zu erreichen. Sportnachrichten werden so oft zum ersten Berührungspunkt mit dem Medium, dem dann weitere Seitenbesuche folgen.”

Rückblick Teil 1 – Gruppenphase



Abbildung 8 – Top 3 Anteil der Sichtbarkeit im Google.at Suchergebnis in der Gruppenphase

In der Gruppenphase (10.-22.6.2016) konnte **gmx.at** die meisten Nennungen in der Google One Box gewinnen – was sich auch am letzte Spieltag der Gruppenphase (22.6.2016) mehr als deutlich zeigte. Auch **kurier.at** hat es in beiden Erhebungen unter die Top 3 geschafft – gemeinsam mit **Laola1.at** über die gesamte Gruppenphase, und **krone.at** am letzten Spieltag.

Mit **t-online.de** und **sportschau.de** schafften es auch zwei deutsche Medium in die Top 10 der One Box von google.at, von den österreichischen Regionalmedien haben sich **kleinezeitung.at**, **salzburg.com**, **tt.com** und **vol.at** in den Top 10 behaupten können.

Die gesamte Studie zu Google News in der Gruppenphase finden Sie unter <http://www.otago.at/2016/06/23/die-em-2016-in-google-news-1-teil-gruppenphase/>

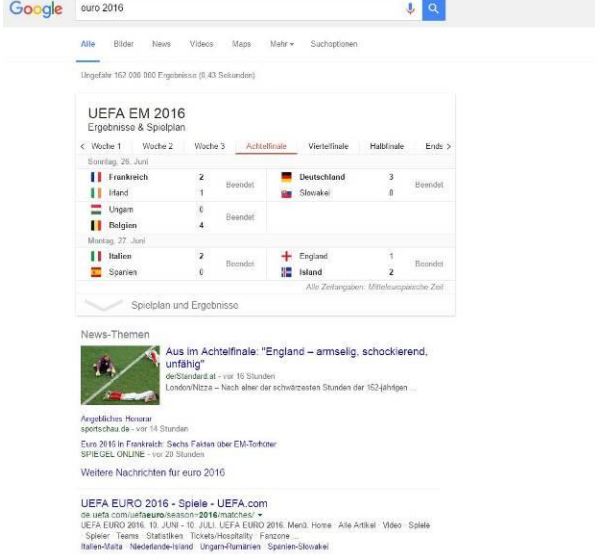
Methodik

Für die Fußball Europameisterschaft 2016 wurden relevante Begriffe definiert (Spielernamen, Begriffe zum Ereignis wie „Spielplan“, „EM Ergebnisse“ etc.).

Für diese Begriffe wurde für die zweite Erhebung zur K.-O.-Phase im Zeitraum von 23.6.-10.7.2016 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 ein Suchbegriff 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.



The screenshot shows a Google search for 'euro 2016'. The search results include a 'Google One Box' for 'UEFA EM 2016' with the following match results table:

Team 1	Score	Status	Team 2	Score	Status
Frankreich	2	Beendet	Deutschland	3	Beendet
Island	1	Beendet	Slowakei	0	Beendet
Ungarn	0	Beendet			
Belgien	4	Beendet			
Italien	2	Beendet	England	1	Beendet
Spanien	0	Beendet	Island	2	Beendet

Below the table, there are news snippets with headlines like 'Aus im Achtelfinale: "England – armselig, schockierend, unfähig"' and 'Euro 2016 in Frankreich: Sechs Fakten über EM-Torhüter'.

Abbildung 9 - Google One Box mit Suchbegriff „EM 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 ist für Nachrichtenseiten besonders interessant: sind die Onlinemedien bei relevanten Themen präsent, kann die Google One Box sehr viele Besucher liefern.

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 | 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

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