

# FAZ VS. SZ

## Die bevorzugten Quellen deutscher Entscheidungsträger im online Vergleich

In der deutschen Medienlandschaft haben sich diese beiden überregionale Tageszeitungen als Leitmedien und vertrauensvolle Nachrichtenquelle etabliert. Wie gut ist ihre online Präsenz? Ihre digitale Reichweite und inhaltliche Ausrichtung?

### Veröffentlichte Beiträge insgesamt

**223Tsd.**  
(faz.net)



**269 Tsd.**  
(sueddeutsche.de)



### Journalistische Beiträge

Auf faz.net wurden in den letzten 12 Monaten 223.000 Artikel veröffentlicht. Auf sueddeutsche.de hingegen 268.000 Artikel. Bei beiden Medien dominieren die dpa oder Reuters Agenturmeldungen. Über 70 Prozent aller Veröffentlichungen der SZ und 63 Prozent der Beiträge bei der FAZ gehen auf Agenturmeldungen zurück, die häufig automatisiert eingebunden werden.

### Online schlägt Offline

Die höhere Auflage sowie die stolze Zahl von 160.000 Digital-Abos zeigt, dass die SZ besser als die FAZ geschafft hat, ihre Leser:innen zu bündeln. Immerhin liegen die Page-Visits von faz.net mit 71,1 Mio. deutlich über der SZ. Wie die gesamte Branche verzeichnen auf diese beiden Tageszeitungen rückläufige Verkaufszahlen bei der gedruckten Ausgabe innerhalb des Untersuchungszeitraums.

#### Frankfurter Allgemeine

**192 TSD**

Verkaufte Auflage

**71,1 MIO**

Visits/ Monat

**112 TSD**

Digital-Abos

#### Süddeutsche Zeitung

**284 TSD**

Verkaufte Auflage

**61,5 MIO**

Visits/ Monat

**160 TSD**

Digital-Abos



### Beiträge mit inhaltlichem Schwerpunkt auf

\*Ausschluss: Einfach Unternehmensnennungen und Agenturmeldungen wurden nicht berücksichtigt.

- Volkswagen 13,1%
- Commerzbank 9,1%
- Deutsche Bank 7,7%
- BMW 6,1%
- Porsche 6,0%

- Oliver Blume 15,9%
- Christian Sewing 10,6%
- Manfred Knof 4,9%
- Martin Brudermüller 4,3%
- Werner Baumann 4,2%

#### DAX 40

2.164

1.005

#### CEO

1.174

329

- BMW 15,3%
- Volkswagen 10,9%
- Airbus 6,2%
- RWE 6,0%
- Deutsche Bank 5,8%

- Oliver Blume 15,5%
- Christian Sewing 11,2%
- Bjorn Gulden 6,7%
- Armin Papperger 6,4%
- Werner Baumann 5,8%

### Medienprofil

Beide Medienhäuser sind bekannt für ihren Fokus auf Wirtschafts- und Finanzthemen. Interessant, dass die FAZ doppelt so häufig wie die SZ dabei über DAX-40-Unternehmen und deren Vorstände berichtet. Ebenfalls interessant ist, dass die SZ mit 203 Zitaten deutlich häufiger von der FAZ zitiert wird als umgekehrt. 81 Mal verweist die SZ auf die FAZ als Quelle.

### Social Media Reichweite

Die stärkste Plattform ist und bleibt Twitter. Die Süddeutsche Zeitung erreicht dort über 1,8 Mio. Follower (Bild und WELT je. 1,9 Mio. Follower). Bei Facebook stagniert das Followerwachstum beider Medien trotz 26.000 bzw. 22.000 Posts der letzten 12 Monate. Gleichstand herrscht auf der Plattform LinkedIn. Bei TikTok ist nur die FAZ und somit nicht zu vergleichen.

### Follower:innen

813.478



1.880.274

565.903



769.851

241.748



350.878

### Referenzen

Insgesamt wurden alle Veröffentlichungen inklusive Paid Content auf den beiden Onlineauftritten faz.net und sueddeutsche.de für einen Zeitraum von 01.06.2022 bis 31.05.2023 erfasst. Medienanalyse über Landau Media Explore (faz.net und sueddeutsche.de). Zuerst erschienen im KOM-Magazin <https://www.kom.de/>.