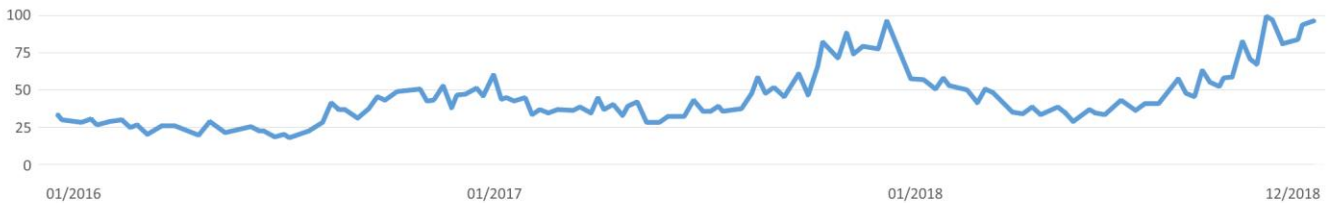


Wie groß ist das Interesse der deutschsprachigen Redaktionen und der Online-User an "Smart Home"-Inhalten? Welche Begriffe sollten Kommunikatoren in Zukunft in PR-Stories verwenden?

Datenquellen | Für die Analyse wurden Tools wie Google Trends und die Themen- und Mediendatenbank TOPIC PRO genutzt.

Google-Suchabfragen national: "Smart Home"



Die Bedeutung von "Smart Home" steigt. Die Anzahl der Suchabfragen zeigt, dass im Zeitraum von Januar 2016 bis Dezember 2018 vermehrt jeweils zum Jahresende die Abfrage nach dem Thema "Smart Home" zunimmt. Eine Tendenz, die sich voraussichtlich auch in das Jahr 2019 übertragen lässt.

Online-Suchabfragen

Der Wert 100 ist angegeben, wenn anteilig zur Gesamtheit der Google-Suchabfragen in 2018 die höchste Anzahl erzielt wurde.

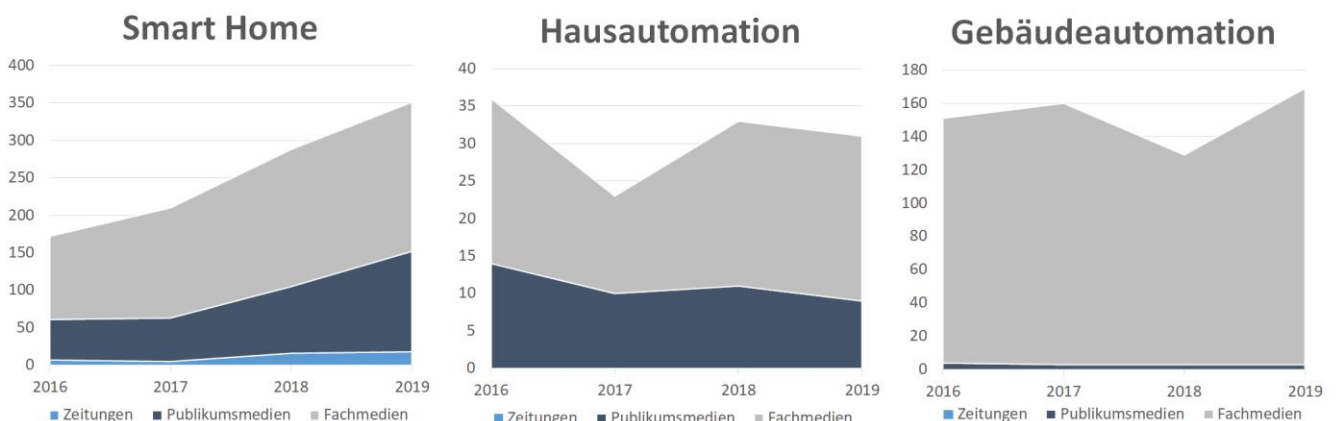
In Nordrhein-Westfalen wurde 2018 online am häufigsten nach "Smart Home"-Inhalten gesucht. In Mecklenburg-Vorpommern wurde vergleichsweise selten danach gesucht.



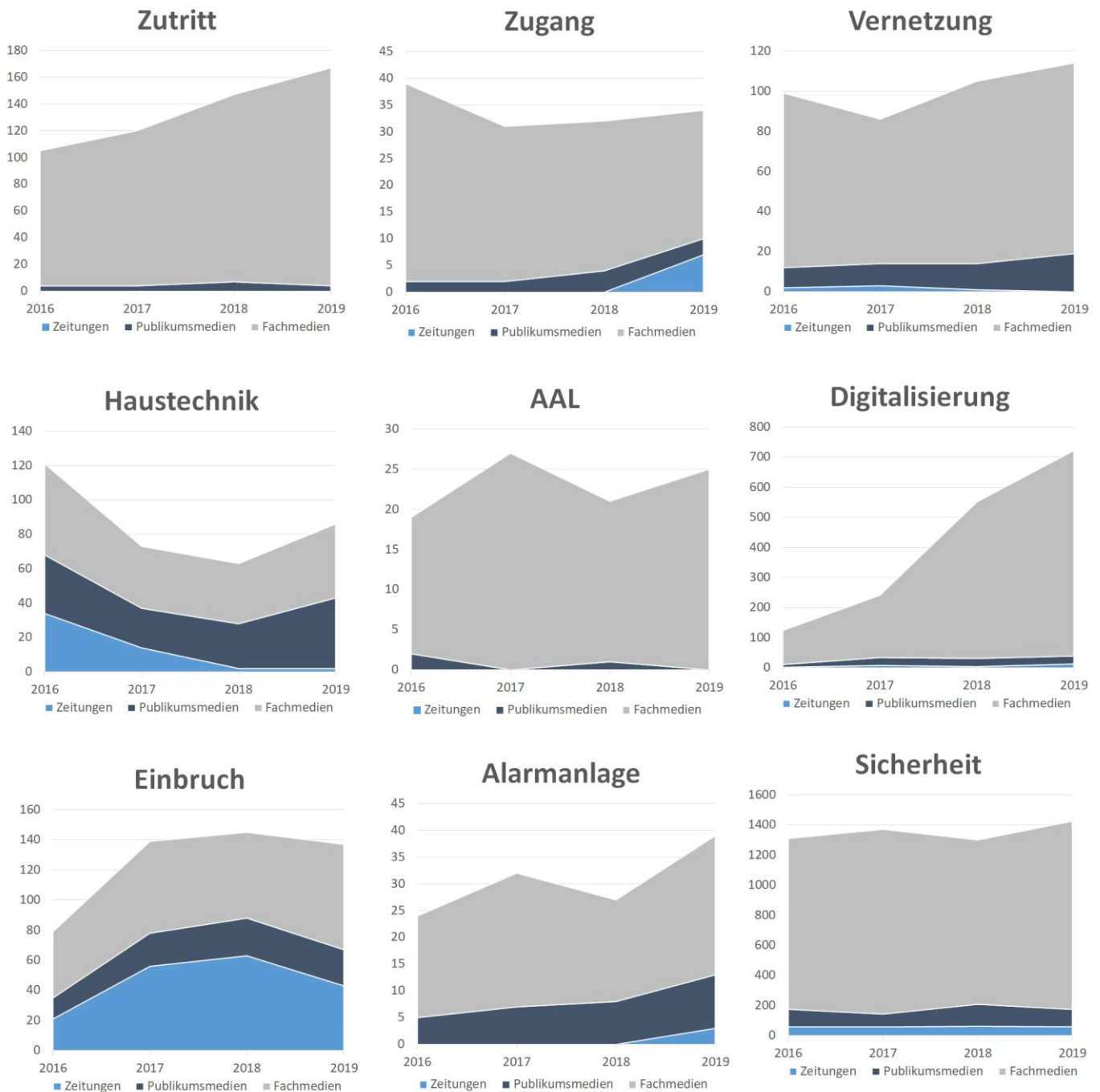
Nordrhein-Westfalen:	100
Hamburg:	97
Saarland:	90
Brandenburg:	89
Bremen:	88
Niedersachsen:	87
Schleswig-Holstein:	86
Rheinland-Pfalz:	85
Baden-Württemberg:	84
Bayern:	80
Thüringen:	78
Hessen:	76
Sachsen-Anhalt:	73
Sachsen:	73
Berlin:	71
Mecklenburg-Vorpommern:	66

Die geplanten Redaktionsthemen zwischen 2016 und 2019

Unterschiedliche Begriffe spielen in den Redaktionsplänen der deutschsprachigen Medien eine unterschiedlich große Rolle. Begriffe, die im Alltag gebräuchlich sind, können redaktionsintern selten Verwendung finden, und umgekehrt. Die Grafiken zeigen die Entwicklung der Verwendung einzelner Begriffe in den Themenplänen.



Die Wortkombination "Smart Home" wird in den Redaktionen sämtlicher Printmedien seit 2016 häufiger verwendet (2016 bis 2019 +95%). Auch die Begriffe "Sicherheit", "Zutritt", "Einbruch" und "Alarmanlage" nehmen in ihrer Verwendung zu. Der Begriff "Digitalisierung" steigt im aufgeführten Zeitraum sogar um mehr als 600%. "Zugang" steigt in der Bedeutung für Zeitungen, wo hingegen derselbe Begriff für Publikums- und Fachmedien



Redaktionsthemen '16-'19

Auf der y-Achse ist die Anzahl der Themenpläne aufgeführt, in denen der entsprechende Begriff als geplantes Redaktionsthema aufgeführt ist.

an Bedeutung verliert. Auch "Hausautomation" ist ein Begriff, der im Rahmen der Redaktionsthemenplanung seit 2016 seltener genutzt wird. Begriffe wie "AAL", "Ambient Assisted Living", "Zutritt", "Digitalisierung" und "Gebäudeautomation" werden im Grunde nur von Fachmedien verwendet.

Während in den letzten Jahren das Wort "Haustechnik" in Zeitungen gebräuchlich war, wird dieser Begriff heute nur noch in Publikums- und Fachmedien im Rahmen ihrer Themenplanung genutzt.

Hilfreich für die PR-Arbeit und für das Entwickeln von PR-Stories und Presstexten ist die Kenntnis von der Verwendung von verschiedenen Begriffen innerhalb der Redaktionen.

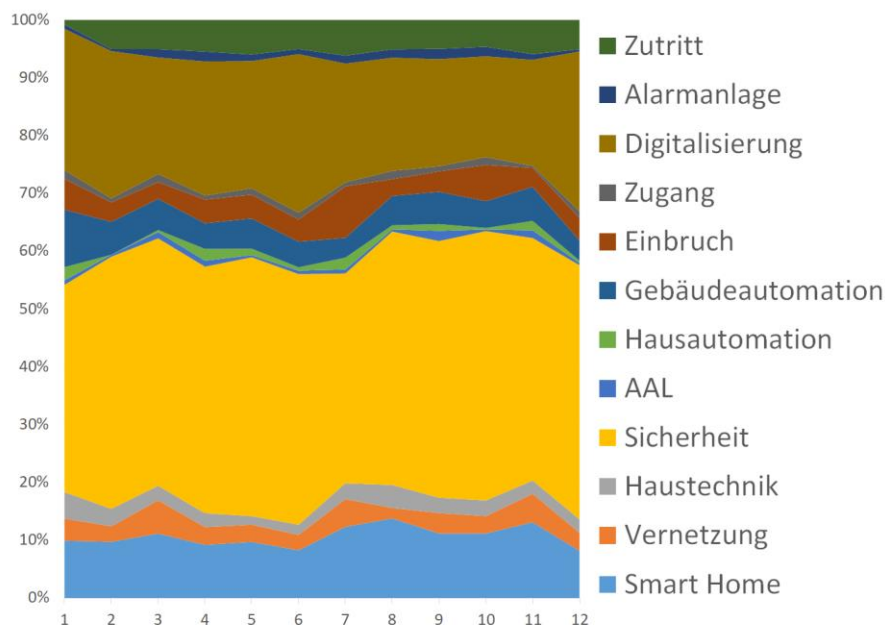
Die geplanten Redaktionsthemen der Printmedien 2019

Innerhalb eines Jahres variiert die Verwendung von Branchenbegriffen. Die Wortkombination "Smart Home" wird beispielsweise im März, August und November vergleichsweise häufig in der Themenplanung genutzt.

Printthemen 2019

Prozentuale Verteilung von geplanten Begriffen aus dem Themenbereich "Smart Home". Zeitungen, PZs und FZs für den Zeitraum Januar bis Dezember.

Der Begriff "Digitalisierung" spielt hingegen in den Monaten Februar, Juni und Dezember eine große Rolle. Und der Begriff "Sicherheit" ist in den Monaten Mai, August und Oktober relevant für die PR.



Fazit

Das Thema "Smart Home" gewinnt seit den letzten 4 Jahren an Bedeutung - online und in Print. Es gibt regionale Unterschiede hinsichtlich des Interesses der Konsumenten an "Smart Home"-Inhalten. Für die PR haben sich verschiedene Worte herausgestellt, die es im Rahmen der Kommunikation mit Redaktionen zu verwenden gilt: "Smart Home", "Zutritt", "Einbruch", "Digitalisierung" und "Sicherheit" sollten in Presstexten und PR-Stories verwendet werden.

Hinsichtlich des Zeitpunkts der Versendung von Presstexten/PR-Material sollte berücksichtigt werden, dass bestimmte Begriffe wie "Digitalisierung" und "Sicherheit" vor allem im Frühsommer und Winter von den Redakteuren in deren Redaktionsplanung verwendet werden.

Wann genau bestimmte Inhalte - welche Themen in welchen Medien - von Seiten der Redaktionen geplant sind, erfahren Kommunikatoren in der Themendatenbank TOPIC PRO. In TOPIC PRO sind die zukünftigen Redaktionsthemen der deutschsprachigen Medien erfasst. Nutzer der Datenbank können detailliert nach Inhalten suchen und sich die jeweiligen Erscheinungstermine der Medien, Redaktionskontakte und viele weitere PR- und mediarelevante Informationen anzeigen lassen.



MOUNT BARLEY
PUBLISHING