

---

# LIVE IS LIFE

---

## Wie Liveblogs Geschichten in Echtzeit erzählen

Ein Whitepaper von Tickaroo





## Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Kapitel 1: Potenzielle Anlässe und Zielgruppen	3
Kapitel 2: How-to	5
2.1 Gute Vorbereitung ist alles	5
2.2 Briefing für das Team	7
2.3 Erstellung der Beiträge	8
2.4 Aufmerksamkeit für den Blog schaffen	9
2.5 Monetarisierung	10
Kapitel 3: Von den Besten lernen	11
Unsere Kunden berichten	13
Fazit Liveblogs – ein Zukunftsformat der Berichterstattung	15
Über Tickaroo	16

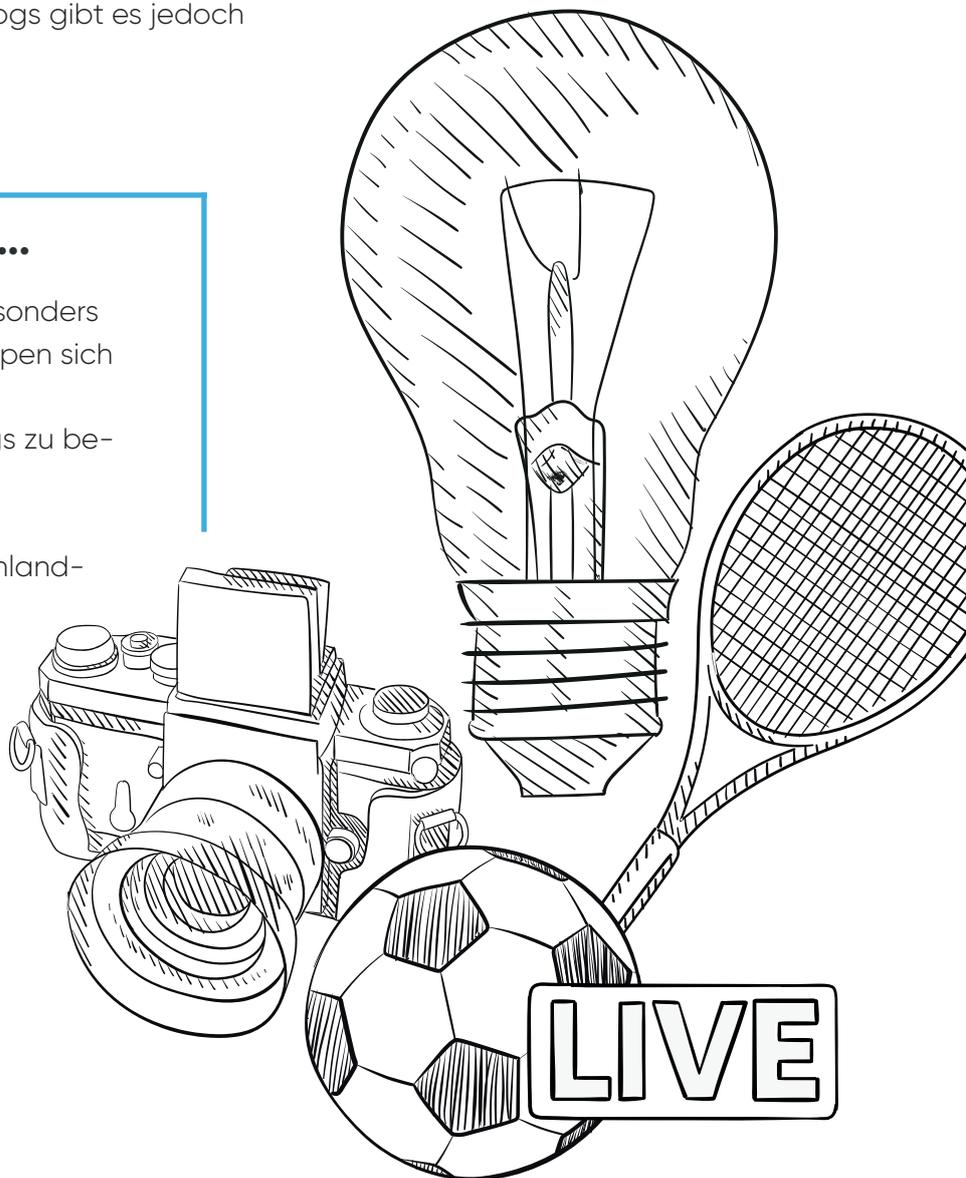


Tor in der 21. Minute, erste Hochrechnungen politischer Wahlen um 18 Uhr, das neue iPhone auf der Keynote von Apple: In der heutigen Berichterstattung kommt es oft auf Schnelligkeit an. Kurze, schnelle und verwertbare Inhalte in Echtzeit haben sich zum vordringlichen Bedarf im Konsum von News entwickelt. Zusätzlich hat der Leser von heute eine niedrige Toleranzgrenze bei der Performance der ausgewählten digitalen Angebote: Ladezeiten über drei Sekunden führen zu hohen Abbruchraten. Dies zeigt: Die Medienlandschaft steckt mitten in einem Veränderungsprozess und muss sich den neuen Gegebenheiten mit neuen Tools und Formaten anpassen.

Seit einigen Jahren sind Liveblogs die Antwort auf die neuen Bedürfnisse der Zielgruppe. Ihren Aufstieg erfuhren sie vor allem durch Sportereignisse, bei denen sie in Form von sogenannten Live-tickern von den gefallenen Toren, gegebenen Karten und Spielständen berichteten. Seit den letzten Jahren kommen sie jedoch auch in der modernen, digitalen Berichterstattung zum Einsatz. Auf dem Weg zu eigenen Liveblogs gibt es jedoch einige wichtige Weichen zu stellen.

### Dieses Whitepaper verrät...

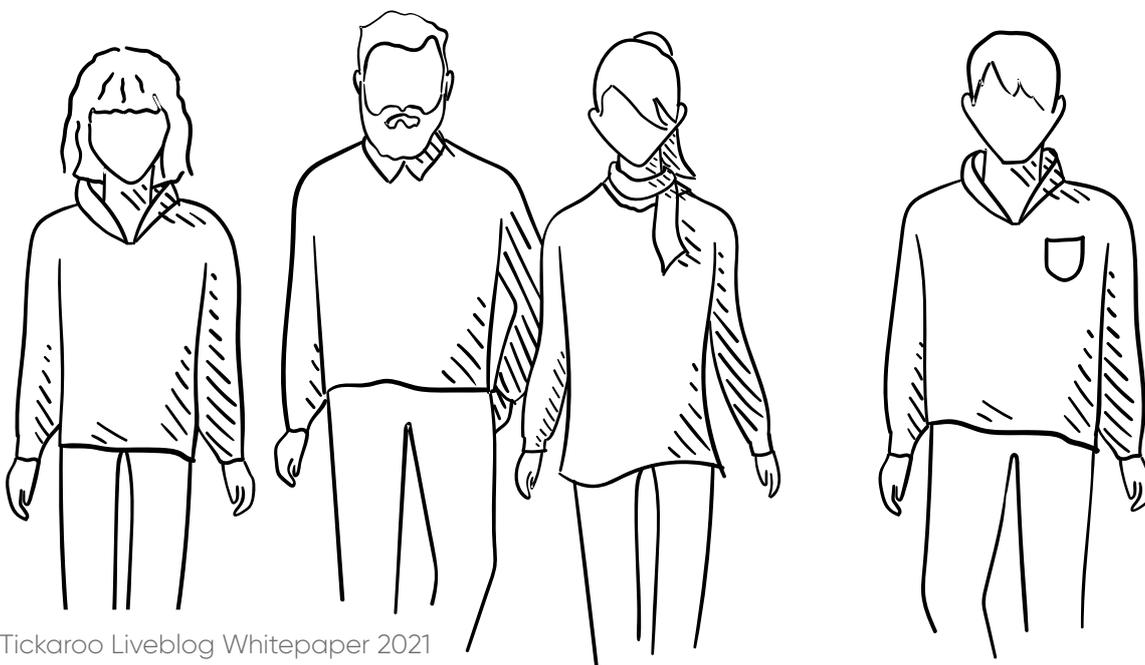
- ...zu welchen Anlässen Liveblogs besonders geeignet sind und welche Zielgruppen sich daraus ergeben
- ...was beim Aufsetzen eines Liveblogs zu beachten ist
- ...wie Live-Content lesenswert wird
- ...welche Vorbilder sich in der Medienlandschaft finden lassen



Kapitel 1:

## Potenzielle Anlässe und Zielgruppen

Wo konkret entfalten Liveblogs ihr volles Potenzial? Die Antwort darauf hängt mit dieser übergeordneten Frage zusammen: Zu welchen Anlässen sind Menschen auf schnell verfügbare und verlässliche Informationen angewiesen? Hier ergeben sich eine ganze Reihe von möglichen Einsatzgebieten:



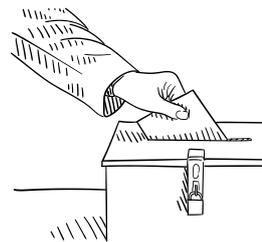


## 1 Bundesliga, Super Bowl, Olympia Liveblogs im Sport

Wichtige Sportereignisse, ob bei lokalen Partien oder internationalen Matches, sind das klassische Einsatzgebiet von Liveblogs. Egal, ob ein Tor fällt, sich ein Spieler verletzt oder eingewechselt wird: Liveticker berichten von wichtigen Sportereignissen und machen diese auch denjenigen zugänglich, die nicht selbst im Stadion sein können oder das Turnier vor dem Fernseher verfolgen.

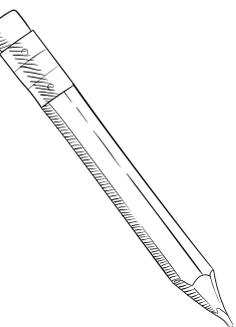
## 2 Rathaus, Bundestag, Weißes Haus Liveblogs zu politischen Wahlen

Fieberhaft wird die erste Hochrechnung um 18 Uhr erwartet. Bis die Wahllokale schließen und die Auswertung nebst Gewinner- und Verliereridentifikation beginnt, fassen Hintergrundanalysen die Wahl zusammen oder stellen die Kandidaten vor. Von der Öffnung der Wahllokale bis zum finalen Ergebnis vergehen viele Stunden, mitunter Tage. Die Wenigsten verfolgen das Ereignis durchgehend im Fernsehen. Liveblogs halten die Leser dagegen up to date, zudem können die Ereignisse und Entwicklungen des Geschehens auch später nachvollzogen werden.

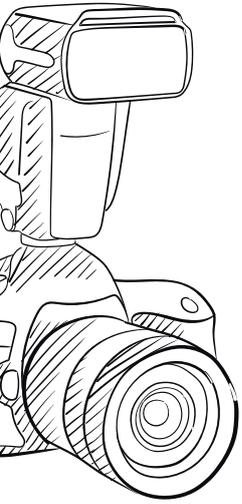


## 3 Naturkatastrophen, Raketenstart oder Politik Liveblogs für das allgemeine Tagesgeschehen

Die Welt steht niemals still. Einen Überblick über die Nachrichtenlage zu behalten, ist dabei manchmal nicht so einfach. Neben Wahlen gibt es wichtige Ereignisse, bei denen ein schneller Zugriff auf Informationen von großer Bedeutung sind. Diplomatische Gespräche in Israel, der Start einer Weltraummission oder Naturereignisse am anderen Ende der Welt: Liveblogs geben tagesaktuelle News in Echtzeit wieder und halten diese als ein lebendiges Archiv fest.

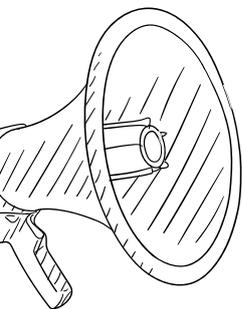


## 4 Programminweise und Informationsarchiv Liveblogs auf **Veranstaltungen und Messen**



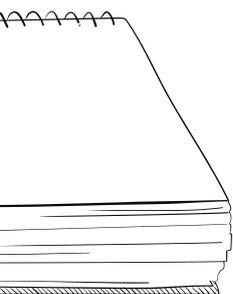
Bei Großveranstaltungen und Messen kommen große Besuchermassen zusammen. Für einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung müssen diese stets gut informiert werden. Wenn für den Panel Talk in Halle 7 noch Besucher mobilisiert werden müssen, sich das Expertengespräch auf der Hauptbühne dagegen um eine halbe Stunde verzögert, ist Flexibilität gefragt. Digitale Tools ersetzen klassische Print-Flyer und zuweil unverständliche Lautsprecherdurchsagen. Immer mehr Messen setzen aus diesem Grund auf eigene Apps. Liveblogs können hier einfach integriert werden und sorgen so dafür, dass die Besucher stets gut informiert sind und Veranstalter flexibel auf alle Gegebenheiten reagieren können. Zusätzlich bleibt der Verlauf des Events auch dann gespeichert, wenn sich die Tore der Veranstaltung wieder schließen. Ein weiterer Pluspunkt bei digitalen Events: Liveblogs holen hier auch jene Besucher ab, die nicht die Möglichkeit haben, den Livestream der Panels und Keynotes kontinuierlich zu verfolgen.

## 5 Konzerte, Shows und Public Viewing Liveblogs in der **Popkultur**



Vor allem Filme und Serien entfalten eine eigene Dynamik, wenn man sie zusammen mit anderen Menschen schaut. Wenn am Sonntag 20:15 Uhr die Tatort-Musik ertönt, berichten immer mehr Medien von dem Fernsehgeschehen live, sei es Kritik in Echtzeit oder eine nüchterne Zusammenfassung. Auch bei anderen Ereignissen in der Popkultur versprechen Liveblogs einen Mehrwert, der über die reine Performance in Echtzeit hinausgeht und eine Ergänzung zu Social Media wird: Während Informationen in den zum Teil unübersichtlichen Weiten der sozialen Netzwerke erst gesucht werden müssen, werden diese in Liveblogs für die Leser gebündelt.

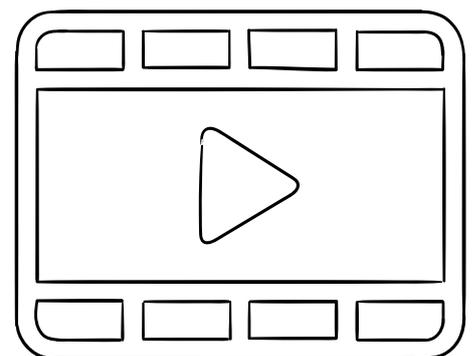
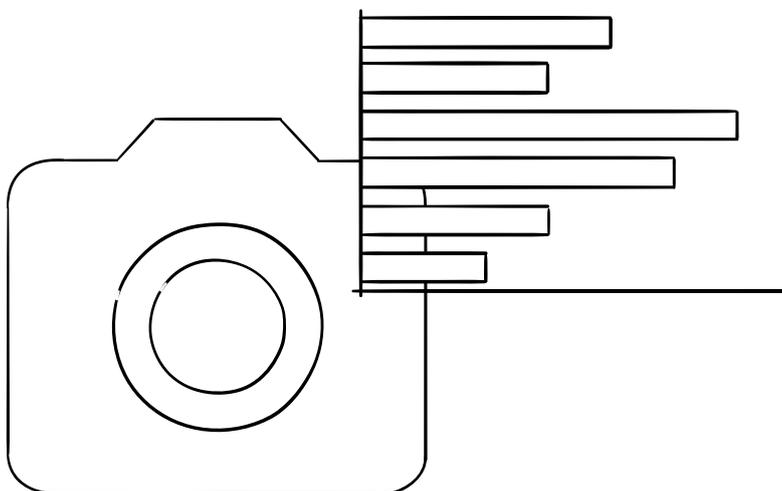
## 6 Alles was wichtig ist Zusammenfassungen der **Nachrichtenlage**



Vor allem in großen Medienhäusern ist es mittlerweile ein fest etabliertes Format: Tageszusammenfassungen, die einen Überblick über die Nachrichtenlage des Tages geben. In einem Liveblog werden die wichtigsten Neuigkeiten sowie die Artikel dazu verlinkt. Leser erhalten somit eine kurze Zusammenfassung und können die für sie interessanten Artikel aufrufen, ohne in der Vielzahl anderer Beiträge die Übersicht zu verlieren. Das Format lässt sich adaptieren: "Die fünf meistgeklickten Beiträge" oder "Übersicht-Liveblogs" über eine ganze Woche sind nur einige Möglichkeiten.

## Kapitel 2: **How-to**

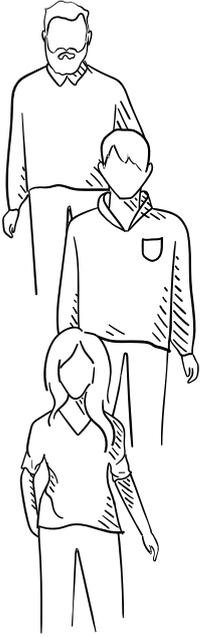
Liveblog ist nicht gleich Liveblog! Vielmehr ist jeder Blog ein Unikat. Die verantwortliche Redaktion entscheidet darüber, welche Tonalität und welchen Stil sie abbilden wollen. Idealerweise spielen Berichtersteller den Vorteil des Digitalen aus: Neben Textnachrichten ist es auch möglich, Bilder, Grafiken, Videos oder Social Media-Posts zu integrieren und somit ein attraktives und aktuelles Inhaltsangebot zu erschaffen.



## 2.1 Gute Vorbereitung ist alles

Bevor der Blog „live“ geht, müssen zunächst einige Weichen gestellt werden.

### Verantwortlichkeiten klären

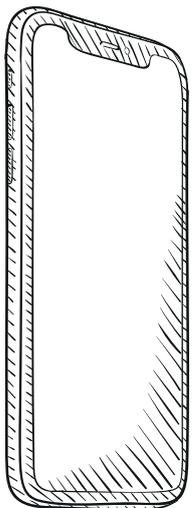


Am wichtigsten ist es natürlich vorab zu klären, wer den Liveblog mit Inhalten füllt. Bei der Ernennung eines Redaktionsteams wird klar, welche personellen Kapazitäten zur Verfügung stehen. Dies gibt einen Ausblick darauf, welche technischen Möglichkeiten genutzt werden können. Ist das Team groß genug, ist dies ggf. in der Lage, auch eigene Bilder oder Kurzvideos zu produzieren. Bei einem sehr kleinen Redaktionsteam kann es hilfreich sein, Content von Medienpartnern, beispielsweise der dpa oder Getty Images, zu übernehmen und im Liveblog zu integrieren.

#### Checkliste

- ✓ Wer sind die Verantwortlichen, die den Liveblog mit Inhalten füllen?
- ✓ Wie groß ist das Redaktionsteam?
- ✓ Welche Kapazitäten und Möglichkeiten für den Redaktionsbetrieb ergeben sich daraus?

### Technische Ausstattung gewährleisten



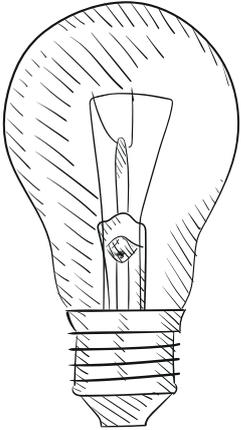
Liveblog-Tools funktionieren auf jedem PC oder Laptop. Bei manchen Anlässen sind Redakteure direkt vor Ort im Einsatz. Die Reporter sollten in diesem Fall mit Smartphones ausgestattet werden, um Inhalte direkt zu produzieren und zu veröffentlichen. Zur technischen Grundausrüstung gehört außerdem, dass innerhalb der eigenen Produkte – sei es die Homepage oder etwa eine App – zunächst die Schnittstelle zum eingesetzten Liveblog-Tool z.B. von Tickaroo geschaffen wird. Ist diese einmal eingerichtet, können künftige Live-Berichte einfach und unkompliziert gestartet werden. Das Live-Tool erlaubt es unter diesen Umständen, die Redaktion quasi zum Ort des Geschehens zu verlegen und von dort zu berichten – sei es aus dem Stadion, während einer Wahlparty oder sogar einem Krisengebiet.

#### Checkliste

- ✓ Welche technischen Kapazitäten stehen in der Redaktion zur Verfügung?
- ✓ Müssen ggf. weitere Geräte angeschafft werden?
- ✓ Wird der Liveblog auf den Kanälen korrekt dargestellt?

## Weitere Ressourcen finden und einplanen

Für einen attraktiven und lesenswerten Liveblog greifen die Redakteure auf weitere Unterstützung zurück. Dies kann Manpower in Form von weiteren Redakteuren sein, die Inhalte wie etwa Social-Media-Posts oder Archivmaterial zuliefern. Bei Tickaroo können auch Partner-Accounts und Unternehmen wie Picture Alliance, Getty Images, SID, Opta, Opinary, Datawrapper etc. integriert werden, um Berichterstattung auf höchstem Niveau umzusetzen. Vor dem Start des eigenen Liveblogs ist daher zu prüfen, auf welche Ressourcen die Redaktion zusätzlich zurückgreifen kann.



### Checkliste

- ✓ Kann die Redaktion auf weitere Ressourcen in der Redaktion zurückgreifen?
- ✓ Gibt es in der Redaktion weitere Inhalte, die ggf. für den Liveblog mitgenutzt werden können?

## Liveblog-Themenplanung

Auch eine Live-Berichterstattung muss gut geplant sein. Daher bietet es sich an schon vorab anstehende Ereignisse zu sichten und die Redakteure einzuplanen. Eine langfristige Planung bietet sich hier an, sodass Redaktionsleiter die betreffenden Redakteure optimal eintakten können. Eine Übersicht der anstehenden Ereignisse ist [unter diesem Link](#) zu finden.

Zudem sollte festgehalten werden, ob die Liveblog-Redakteure vor Ort anwesend sind oder aus dem Büro bzw. Home-Office berichten. Gleichzeitig ist es auch wichtig, mit den jeweiligen Redakteuren abzustimmen, welche Multimedia-Inhalte, wie Fotos, Videos, Grafiken oder auch Umfragen, genutzt werden sollen.



### Checkliste

- ✓ Über welche Ereignisse soll live berichtet werden?
- ✓ Wird vom Ort des Geschehens berichtet oder vom eigenen Arbeitsplatz?
- ✓ Welche Redakteure sollen den jeweiligen Liveblog mit Inhalten und Updates füllen?
- ✓ Was für Multimedia-Inhalte werden live erstellt – welche Multimedia-Inhalte können bereits vorab bereitgestellt werden?

## 2.2 Briefing für das Team

Bevor die Redakteure mit dem Texten beginnen, sollte ein einheitlicher Ton und Stil festgelegt werden. Wie soll sich der Liveblog lesen – unterhaltend, seriös, zur Interaktion einladend? Maßgeblich ist hier nicht zuletzt der Anlass, dennoch bleiben verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten offen, über die sich die beteiligten Redakteure abstimmen sollten, um einen guten Lesefluss zu garantieren. Ein gutes Briefing des Teams sorgt dafür, dass der Liveblog nicht nur wie „aus einem Guss“ wirkt, sondern die verantwortlichen Redakteure auch schnell und flexibel reagieren können. Freigabeschleifen werden so auf ein Minimum reduziert und die Beiträge im Blog sind auch wirklich „live“!



### Checkliste

- ✓ Wurde ein bestimmtes Wording definiert und festgehalten?
- ✓ Gibt es einen eindeutigen Ablaufplan zur Veröffentlichung der Beiträge?

## 2.3 Erstellung der Beiträge

Gutes Storytelling ist alles! Doch dies setzt voraus, dass überhaupt eine Geschichte vorhanden ist, über die es wert ist, zu berichten. Für die Erzählung steht den verantwortlichen Redakteuren die gesamte Palette der Berichterstattung zur Verfügung – gutes Storytelling bedeutet auch Multimedialität und Ausnutzung der verfügbaren Formenvielfalt. Textupdates, die stilistisch einwandfrei und inhaltlich relevant sind, sind dabei der Grundstein. Daher lautet die Devise: Nicht nur Schreiben, sondern Zeigen! Integriertes Foto- und Videomaterial machen ein Ereignis anschaulich und somit erlebbar. Eingebettete Social-Media-Posts eröffnen hingegen weitere Blickwinkel und demonstrieren Relevanz über den eigenen Kanal hinaus.

Auch der Ort, an dem der Liveblog entsteht, kann übrigens einen großen Einfluss auf die Qualität des Gesamtergebnisses haben. Authentisches Storytelling ist am besten an der Quelle möglich – die besten Geschichten werden also direkt vor Ort erzählt. Mobile Reporter, die über Apps direkten Zugriff auf den Liveblog haben, sind hautnah am Schauplatz des Geschehens: Live-Fotos oder -Videos können somit direkt produziert und mit den Lesern geteilt werden.



### Checkliste

- ✓ Kann eine gute Story erzählt werden?
- ✓ Gibt es Bilder, Videos etc., um die Geschichte multimedial aufzubereiten?
- ✓ Kann ein Redakteur an den Ort des Geschehens geschickt werden, um von dort zu berichten?

## 2.4 Aufmerksamkeit für den Blog schaffen

Ohne Leser bleiben die Mühen für den besten Liveblog vergebens. Die Beiträge sollten daher suchmaschinenoptimiert sein. Bekannte SEO-Regeln wie die Arbeit mit bestimmten, vorher festgelegten Keywords gelten auch hier. Liveblog-Tools wie Tickaroo sind zudem so entwickelt, dass sie von Suchmaschinen indiziert werden können. Grundlage dessen sind passende Add-Ons, welche die Auffindbarkeit des Liveblogs stark verbessern.

Doch auch im Content Management System der Seitenbetreiber können kleine Anpassungen dafür sorgen, dass der Liveblog einfacher gefunden wird. Eine prominente Platzierung, z.B. auf der Startseite einer Homepage, garantiert beispielsweise besonders hohe Sichtbarkeit. Sind in einem Medium weitere, ausführliche Beiträge zum gleichen Ereignis geplant, ist es ratsam, stets auch am Anfang oder Ende des Artikels auf die Live-Berichterstattung hinzuweisen. Andersherum lassen sich auch andere themenverwandte Artikel im Liveblog selbst verlinken. Auf diesem Weg entsteht für den Leser ein nachhaltiges Ökosystem an Informationen, die ihn auch wirklich interessieren – ob News vom aktuellen Geschehen oder eben weiterführende Hintergrundartikel. Darüber hinaus sollten besonders relevante News während der Berichterstattung hervorgehoben werden, z.B. durch fixierte Posts, um Schlüsselereignisse prominent zu platzieren.



### Checkliste

- ✓ Sind die einzelnen Beiträge suchmaschinenoptimiert?
- ✓ Kann der Liveblog z.B. auf der Startseite prominent platziert werden?
- ✓ Wird bei themenverwandten Artikeln auf den Liveblog verlinkt?
- ✓ Was sind die besonders relevanten Informationen, die hervorgehoben werden können?

## 2.5 Monetarisierung

Vor allem im professionellen journalistischen Bereich ist es für die Beiträge ein wichtiger Faktor, dass sich die jeweils investierte Zeit am Ende auszahlt. Liveblogs bieten eine Reihe von Möglichkeiten zur Monetarisierung:



### 1 Integrierte Werbeanzeigen

Anzeigen sind ein wichtiger Teil der Vermarktung von Medien und Marken. Da Liveblogs mitunter sehr lang werden können, können hier grundsätzlich mehr Display-Anzeigen als bei herkömmlichen Artikeln untergebracht werden. Hier bietet es sich insbesondere an, von der verfügbaren Formatvielfalt Gebrauch zu machen, um z.B. auch Video-Ads schalten zu können. Bei den Werbeanzeigen gilt jedoch: Für eine gute Nutzererfahrung ist es wichtig, den Liveblog nicht mit Anzeigen zu überladen, sondern auf eine ausgewogene Mischung aus redaktionellen und werblichen Inhalten zu setzen. Wichtig: sensible Themen wie Terroranschläge oder Naturkatastrophen sollten im Rahmen von Liveblogs keine Werbeanzeigen beinhalten, um den Fokus auf die aktuelle Nachrichtenlage zu richten.

YOUR AD HERE

### 2 Exklusive Sponsoren und Blogpartner

Vor allem bei Veranstaltungen ist ein beliebter Weg zur Monetarisierung, den Blog gemeinsam mit einem Werbepartner anzubieten. Unaufdringliche Einblendungen wie „Dieser Blog wird präsentiert von...“ stören das Nutzererlebnis nicht, garantieren jedoch durch die kontinuierliche Präsenz eine hohe Sichtbarkeit für Sponsoren bzw. Kooperationspartner.

powered by..

### 3 Marketplace

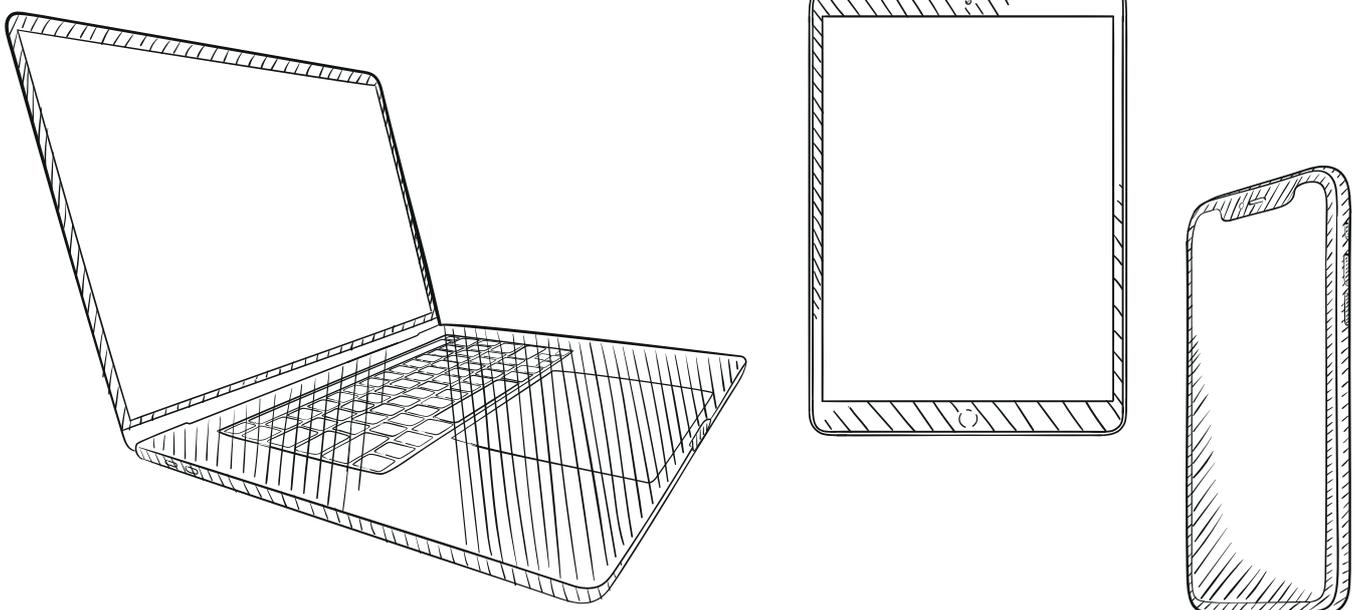
Es ist grundsätzlich möglich, den eigenen Liveblog zu verkaufen, sodass dieser auch auf anderen Seiten präsentiert wird. Medien profitieren von dem erstellten Content auf diesem Weg nicht nur auf der eigenen Seite, sondern auch durch den Verkaufserlös an externe Kunden.



Kapitel 3:

## Von den Besten lernen

Liveblogs haben sich bereits in den verschiedensten Medien, Anlässen und Umfeldern bewährt. Am Ende unterscheidet sich das Gesamterlebnis je nach Ausführung stellenweise stark. Von den Besten zu lernen bedeutet, sich einen Überblick über die Möglichkeiten und Ausgestaltungen zu machen und anschließend die besten Aspekte für den eigenen Blog zu übernehmen. Mitunter wird ein Blog allein durch ein interessantes Thema und fesselndes Storytelling lesenswert. Andere Blogs bestechen dagegen durch ihre Multimedialität.

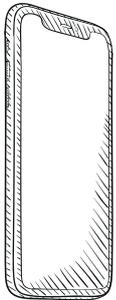
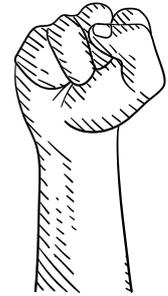


## Diese Best Cases sind in jedem Fall eine gute Inspiration:

[Nordbayern.de](#)

### Rock im Park 2020

Das Festival Rock im Park musste 2020 aufgrund der Corona-Krise ausfallen. Nordbayern.de berichtete dennoch live – wie ist dies möglich? Kurzum: Mit viel Kreativität und Archivmaterial aus den letzten Jahren. Die Redaktion lud seine Leser zu einem fiktiven Event ein – als würde Rock im Park 2020 gerade live stattfinden.



[heise online](#)

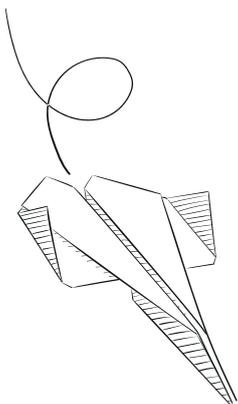
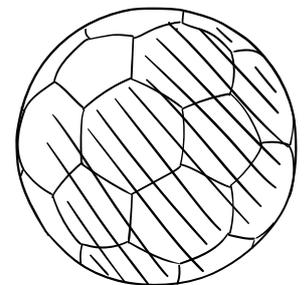
### WWDC-Event 2020

Die Entwicklerkonferenz von Apple gehört in der Tech-Welt alljährlich zum Pflichtprogramm. Welche Neuheiten plant der Konzern? Heise online berichtet Live von der Keynote und informiert somit als einer der ersten Medien in Deutschland von den Veränderungen und Weiterentwicklungen.

[Der SPIEGEL](#)

### Handball-EM Deutschland gegen Tschechien

Sportevents sind der Klassiker unter den Liveblogs – kaum eine Partie kommt nunmehr ohne einen aus. Neben Fußball wird zunehmend auch von etwas weniger populären, zum Teil sogar Nischensportarten live berichtet. Insgesamt 46 Mal hieß es in der Handball-EM-Partie Deutschland gegen Tschechien im Januar „Tor!“. Wie Deutschland sich in einem spannenden Match am Ende knapp durchsetzen konnte, zeigt der Liveticker von Der Spiegel.



[Rheinische Post](#)

### Orkantief "Sabine"

Extreme Wetterereignisse erfordern relevante Informationen innerhalb kürzester Zeit. Als Sturmtief „Sabine“ über Europa fegte, hielt RP-Online die Leser mit seinem Liveblog stets auf dem neuesten Stand und bediente sich dabei der gesamten Palette möglicher Formate: Videos und Fotos zeigten das Ausmaß der Verwüstung in Nordrhein-Westfalen, zudem integrierte die Redaktion regelmäßig Social Media-Posts und dokumentierte somit die Erlebnisse weiterer Leser.

[Süddeutsche Zeitung](#)

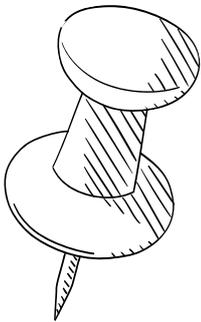
### **Fußball-Weltmeisterschaft 1990**

Ein gutes Beispiel dafür, dass die Ereignisse im Liveblog selbst nicht zwingend „live“ sein müssen: Die Süddeutsche Zeitung nimmt ihre Leser mit auf eine Zeitreise ins Jahr 1990, als Deutschland zum dritten Mal Fußball-Weltmeister wurde. Der Liveblog rekonstruiert den historischen 8. Juli anlässlich des 30-jährigen Jubiläums und führt uns das Spiel vor Augen, als würde es jetzt gerade passieren.



[Nordbayern.de](#)

### **Die Wanderreporter**

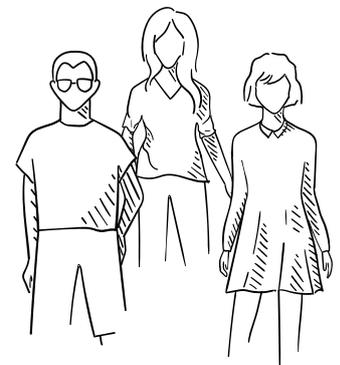


Ein Liveblog muss nicht zwingend von aktuellen oder historischen Großereignissen berichten. „Die Wanderreporter“ begleiten Journalisten der Nürnberger Nachrichten über mehrere Tage auf einer Wanderung durch die Bayerische Heimat. Das Stichwort heißt Storytelling und Multimedialität: Der Liveblog bringt den Lesern mit vielen Bildern und Videos die Abenteuer ihres Bundeslandes auf den Bildschirm und zeigt dabei, dass die schönsten Geschichten manchmal im Kleinen verborgen liegen.

[Redaktionsnetzwerk Deutschland](#)

### **Die Kieler Woche 2019**

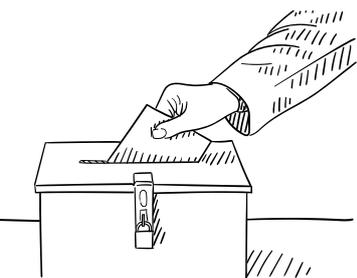
Rund 3,5 Millionen Besucher, mehr als 2.400 Einzelveranstaltungen und 4.000 Segler: Die Kieler Woche gilt als eines der größten Events in Norddeutschland. Das RND berichtete live und wurde so zu einem wichtigen Informationskanal für die Besucher, aber auch für Fans weit entfernt von der Hansestadt.



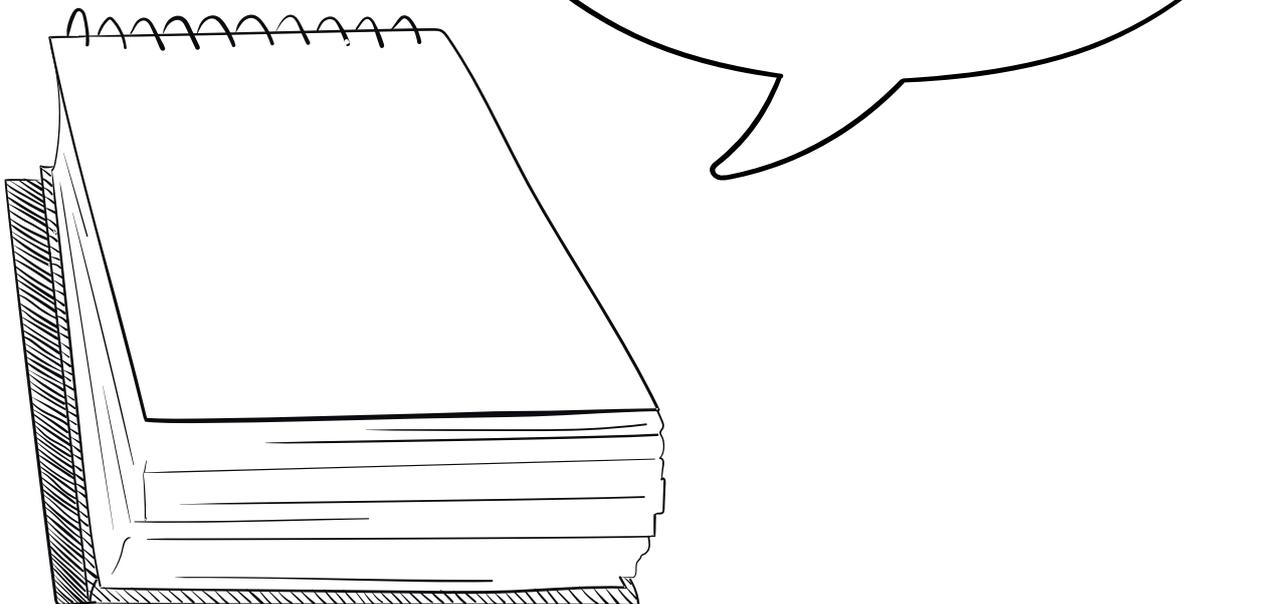
[Der Spiegel](#)

### **Wahl des Ministerpräsidenten in Thüringen**

Die Wiederwahl von Bodo Ramelow (Die Linke) im März 2020 kann als politischer Krimi bezeichnet werden: Vier Wochen zuvor hatte die Wahl von Thomas Kemmerich (FDP) bundesweit für Unmut gesorgt. Wenn in der Politik plötzlich alles Schlag auf Schlag geht, ist eine schnelle Berichterstattung unverzichtbar. Der Spiegel begleitete die kontroverse Wahl des Thüringer Ministerpräsidenten in seinem Liveblog und ermöglichte somit nicht nur Informationen zum Wahlvorgang in Echtzeit, sondern schuf somit auch ein lesenswertes Nachschlagewerk, das die Ereignisse und damit verbundenen Emotionen dieser Wahl für die Zukunft archiviert und später nachlesbar macht.



## Unsere Kunden berichten





*Schon seit vielen Jahren besteht die Kooperation mit Tickaroo. Dabei hilft uns das Tool, News unmittelbar mit den Lesern zu teilen – völlig egal, ob es das Fußballspiel im nächsten Ort ist oder anstehende Kommunalwahlen; unabhängig davon, ob unsere Redakteure am Ort des Geschehens sind.*

*Unsere Zusammenarbeit geht mittlerweile über die Liveblog-Lösung hinaus, denn auch unsere News-App wurde von Tickaroo entworfen und umgesetzt. Gemeinsam entwickeln wir immer wieder neue Ansätze, unsere digitalen Produkte zu skalieren und weiterzuentwickeln.*



**Christian Rothmund, Produkt-Manager Olympia-Verlag GmbH**



*Seit 2015 bringen die Liveblogs aktuelle Informationen auf unsere RP Online-Webseite und in die News-App. Ob Sturmtief Sabine, Hitze-Sommer, Karnevalsbeginn, Corona-Updates oder auch „Fohlenfutter“, ein Liveticker zu News rund um den Fußballverein Borussia Mönchengladbach – unsere vielfältigen, multimedialen Liveblogs kommen flexibel zum Einsatz und erreichen täglich Millionen treue Leser und weitere Interessierte.*

*Durch die enge Vernetzung mit unserem Content-Angebot schaffen wir es zudem, nicht nur unsere Leser auf dem aktuellsten Stand der Ereignisse zu halten, sondern auch Zugang zu weiterführenden Informationen und Artikeln zu liefern. Von der Technologie bis hin zu möglichen Einsatzgebieten hat uns das Tickaroo-Team in den vergangenen Jahren bei unseren Live-Inhalten erfolgreich unterstützt.*

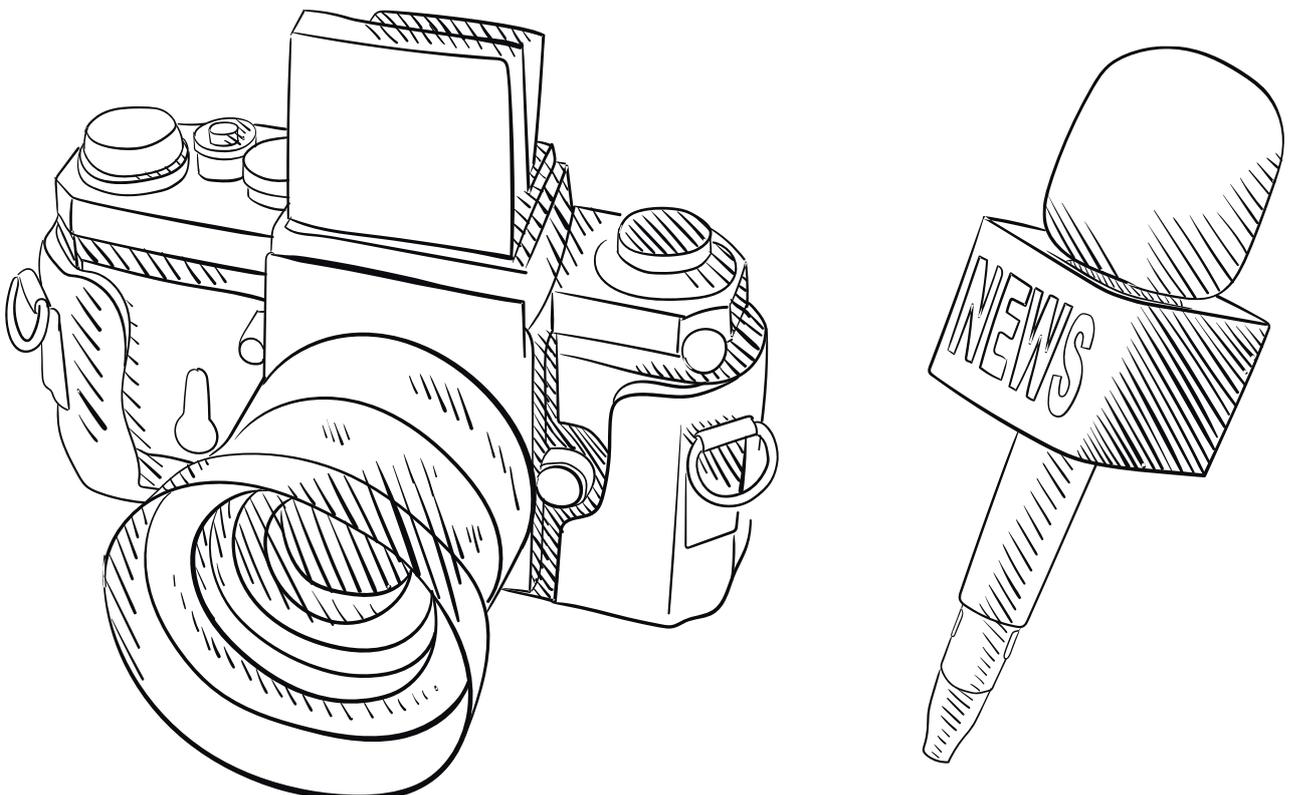
*Die einfache Integration in unsere Redaktionsworkflows und die intuitive Bedienung erleichtert zudem für unsere Journalisten den Umgang mit der Live-Content-Software.*



**Vanessa Wolters, Projektmanagerin, Portalmanagement, RP Digital GmbH**



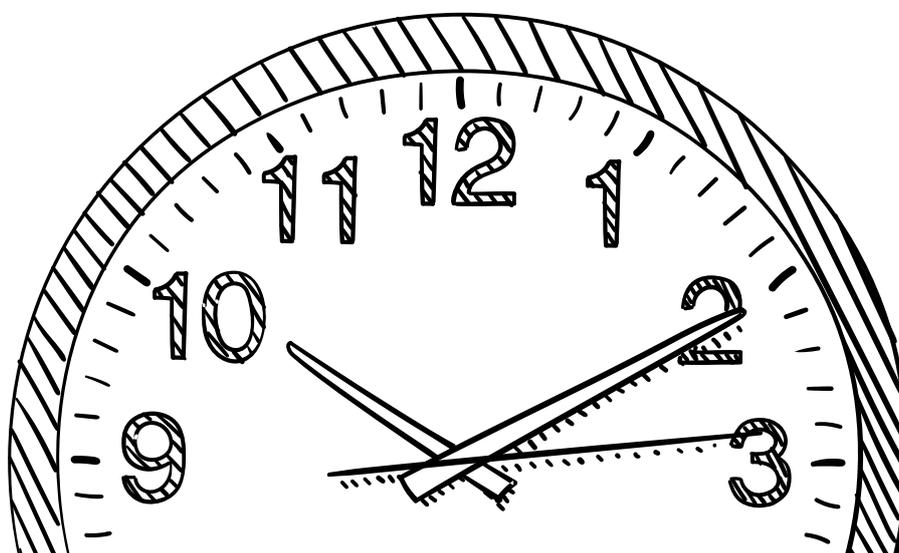
# Fazit: Liveblogs – ein Zukunftsformat der Berichterstattung



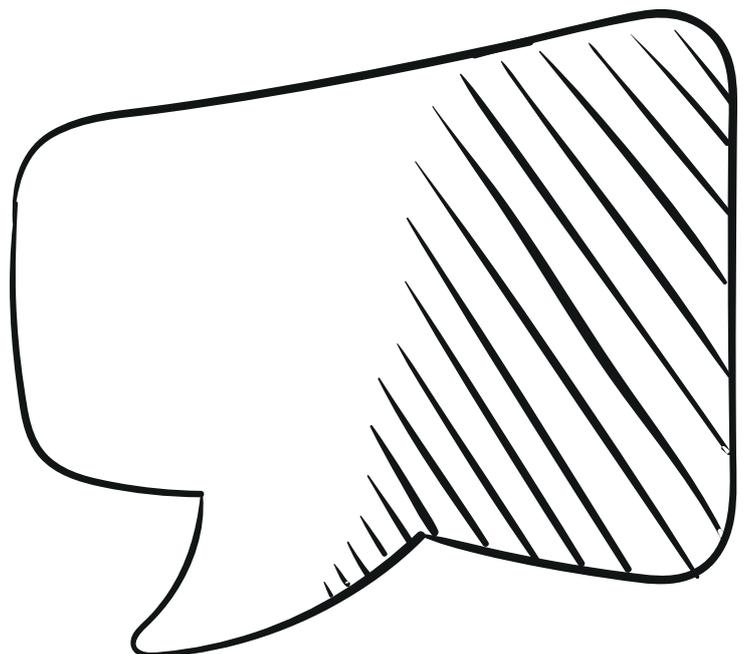
**News** werden immer schnelllebiger, gleichzeitig wächst der Bedarf an schnellen, vertrauenswürdigen Nachrichten. Längst sind Liveblogs ein Format geworden, das diese Anforderungen nicht nur im Sportbereich, sondern im gesamten Redaktionsumfeld erfüllt. Ihren starken Live-Charakter erfüllen sie nicht nur im klassischen Anwendungsfall im Sport, sondern auch bei aktuellen Ereignissen wie Wahlen, Veranstaltungen oder in der Popkultur. Die Ereignisse müssen selbst nicht zwingend „live“ sein, auch historische oder fiktive Gegebenheiten sorgen – kreativ und liebevoll aufbereitet – für Aufmerksamkeit bei den Lesern.

**Liveblogs** funktionieren stets nach dem Prinzip der Neugier, denn Nutzer fragen sich: Was passiert als nächstes? Dies führt zu hohen Aufrufzahlen und einer langen Verweildauer gleichermaßen, da die Liveblogs oft in einem weiteren Tab mitlaufen und regelmäßig aufgerufen werden. Einzelne Blogs können sogar über mehrere Tage oder sogar Wochen (z.B. zu Großlagen wie Corona) ausgedehnt werden, sodass sie sich zu DER zentralen Anlaufstelle für Live- Nachrichten entwickeln. Der Feed-Charakter trägt dabei die durch Social Media veränderten Lesegewohnheiten der Nutzer Rechnung.

**Leser** brauchen Informationen „auf den Punkt“ und bevorzugen kurze Beitrags-Häppchen, außerdem ist auch visuelles Storytelling ein immer wichtiger werdender Faktor bei der Attraktivität des News-Angebotes. Die Mischung aus Text, Videos, Grafiken sowie eingebundenen Posts aus den sozialen Netzwerken macht den Liveblog abwechslungsreich und somit attraktiv. Die Zukunft der Berichterstattung liegt in digitalen Formaten, die das veränderte Medienkonsumverhalten berücksichtigen. Liveblogs sind daher ein bedeutender Weg, Nutzer nicht an soziale Netzwerke zu verlieren. Vielmehr ebnet sie den Weg, sich als glaubwürdige, schnelle und unterhaltende Nachrichtenquelle zu positionieren und somit die Leser von heute optimal abzuholen.



# Über Tickaroo



Tickaroo ([www.tickaroo.com](http://www.tickaroo.com)) ist eine Live Blog-Plattform für Text- und Multimedia-Inhalte. Im B2B-Bereich richtet sich die Lösung an Medienhäuser, Unternehmen und Sport-Reporter. Unter Tickaroo „Live Blog“ bündelt das Regensburger Unternehmen die moderne Live-Content-Software, um professionelles digitales Storytelling mit Live-Berichterstattung zu vereinen. Kunden sind u.a. Der Spiegel, Süddeutsche Zeitung und das Redaktionsnetzwerk Deutschland. Insgesamt vertrauen über 72.000 Journalisten auf die Digital Publishing-Software, die als eigene native App und Web-Anwendung angeboten wird. Für Sport-Reporter liefert Tickaroo „Live Sports“ ein kostenfreies, intuitives Werkzeug, damit sie die Geschichten ihrer Vereine auf und neben dem Platz erzählen können.

Zudem entwickelt, kreiert und berät das Team renommierte Kunden bei ihren digitalen Produkten und setzte unter anderem die [kicker Sport-News-App](#) sowie die Plattform Red Bull [Neymar Jr's Five](#) um. Als CEO leiten Naomi Owusu und Matthew Ulbrich die strategische und operative Ausrichtung des Unternehmens.



**DIGITAL  
EXCELLENCE**

Für weitere Informationen über unsere digitale Storytelling-Software und technische Updates besuche unseren [Blog](#) und melde dich für unseren [Newsletter](#) an.

Wenn du Fragen hast oder mehr über den [Tickaroo Live Blog](#) oder unsere [made.by Tickaroo](#) Digital Media Services erfahren möchtest, melde dich gerne über unsere [Kontaktseite](#) oder direkt per Email unter [directsupport@tickaroo.com](mailto:directsupport@tickaroo.com).



**tickaroo**