

Clickbaiting

Stand: 04.07.2022

Clickbait ist eine moderne Bezeichnung für virtuelle Effekthascherei. Es handelt sich dabei meistens um reißerische Überschriften. Der Begriff wird sehr oft bei Youtube-Videos verwendet, die mit einer entsprechenden Schlagzeile und prägnantem Thumbnail Aufmerksamkeit auf einen vermeintlich exklusiven oder aufregenden Inhalt hindeuten. Das Thumbnail, also das kleine Vorschaubild eines Youtube-Videos, enthält dabei oft Signalfarben oder Ausrufezeichen und ähnliche Marker, die die Wirkung des Titel unterstreichen sollen.

Clickbaiting existiert außerdem bei Facebook, auf Twitter und weiteren Plattformen. Wer sich den Text oder Beitrag dann genauer ansieht, muss feststellen, dass der vermeintliche Skandal entweder aufgelöst wird oder gar nicht vorhanden ist. Es handelt sich in den allermeisten Fällen um Täuschen oder zumindest massiven Übertreibungen, um eine kurze Zeit der Aufmerksamkeit und eben „Clicks“ zu generieren.

In den Kommentaren solcher Beiträge erfahren User schon vor dem Lesen oftmals über andere User-Hinweise, worum es sich handelt: „Achtung Clickbait“, „Clickbait-Alarm“ oder schlicht „Lügen“.

Die exakte Bedeutung

Mit einer Analogie zum Angeln wird der „Klickköder“ ausgeworfen, was die eigentliche Bedeutung von „Clickbait“ ist. Zu neugierige oder leichtgläubige Benutzer hängen dann schnell am virtuellen Haken und werden um die Information, die sie so heiß begehren betrogen. Gefahr besteht dann, wenn der Benutzer seine E-Mail-Adresse oder sogar weitere persönliche Daten freigeben muss, um den Inhalt zu sehen. Im harmlosesten Fall wird der Benutzer später mit ebenso sinnfreien Spam-Mails bombardiert.

Emotionen lassen sich gut verkaufen

Heutzutage bringen Klicks Geld, weshalb sich der Aufwand für die Ersteller solcher Schlagzeilen und Beiträge in mindestens einer Hinsicht auszahlt. Der schnelle Erfolg sind viele Nutzer, eventuell sogar gewonnene Daten. Die Reputation der Seite leidet zwar, aber der Schaden oder Erfolg — je nach Betrachtungsweise — ist angerichtet.

Emotionale Beiträge sind seit jeher erfolgreich und wurden schon in früheren Zeiten in Zeitschriften und anderen Medien genutzt, um Aufmerksamkeit zu erregen oder zum Kauf einer Zeitschrift anzuregen.

Klassische Clickbaiting-Schlagzeilen und Mittel:

- „Tun sie dies um in 4 Wochen 5 kg abzunehmen“
- „Person XY hat sich schuldig gemacht und...“
- „Dem Tod entronnen, so rettete eine Frau...“
- „Das hat er nicht wirklich gemacht...“
- „WOW“, „OMG“, „herzzerreißend“, „Sehnsucht“, „die Lösung“
- glauben, weinen, stauen, mehr erfahren

- Übertreibungen und Cliffhanger

Je nach Thema wird fast jeder Mensch mit berührenden, schockierenden oder skurrilen Storys oder falschen Versprechungen angelockt. Die Muster sind jedoch oft durchschaubar und Clickbaits mittlerweile weniger intelligent aufbereitet als früher.

Warum Clickbaiting?

Es gibt vor allem zwei Ziele für Clickbaiting: eine rasche Monetarisierung und ein hoher Traffic. Beides lässt sich über Schlagzeilen schnell erreichen. Allerdings verliert eine Seite Reputation und Vertrauen, wenn die Inhalte, die dann geboten werden, nicht überzeugen.

Herkömmlicherweise sind Seiten bemüht, den Leser abzuholen und mit hochwertigem und seriösem Content zu versorgen, sodass Umsätze in Form von Käufen oder Kooperationen und Werbepartnerschaften entstehen. Dieser Weg ist langwieriger, aber dafür auch nachhaltiger, während jeder einzelne Clickbait schnellen Erfolg verspricht.

Die durch das Clickbaiting generierten hohen Besucherzahlen sind auf manchen Seiten ein echter Erfolgsgarant. Das Geschäftsmodell Clickbait funktioniert allerdings auch nur dann, wenn ständig neue Headlines in den Äther geschickt werden. Die Formen wandeln sich und dank permanent hoher Zahl steigen auch die Werbeeinnahmen. Eine eher neuer Methode sind kurze Videos, die am Ende dazu aufrufen, einem Link und damit auf eine Seite zu folgen, die wiederum durch Werbung Geld verdient.

Alarmsignale und Verlockung

Umso drastischer die Schlagzeilen oder verführerischer die Versprechen sind, umso wahrscheinlicher ist es auch, dass Menschen darauf klicken. Aber ebenso alarmierend sollten Heilsversprechen oder Skandale sein. Diskutable Themen und Thesen, aber auch emotionale Provokationen können hierbei zum Erfolg führen.

Sobald der User eine aktive Interaktion vornehmen muss, um die Geschichte zu hören, sollte er in jedem Fall abbrechen. Dabei kann es sich wie erwähnt um persönliche Daten oder die Weiterleitung zu einer anderen Seite handeln. Die Folgen können harmlos sein oder zu Problemen führen.

Ist Clickbaiting verboten?

Clickbaiting ist für manche Zeitungen und Online-Portale typisch. Diese bieten dann zumindest eine gute Story. Des Weiteren nutzen auch erfolgreiche und seriöse Youtuber gelegentlich oder öfter Clickbait, um bestimmte Themen zu pushen. Clickbaiting ist nicht illegal, manchmal sogar sinnvoll, aber zeugt nie von einem guten Stil.

Wenn damit unseriöse Seiten angepriesen werden und die gebotenen Inhalte absolut keinen Mehrwert bieten, ist der Erfolg oft von kurzer Dauer. Solche Seiten werden von Nutzern und Suchmaschinen abgestraft und verschwinden ebenso schnell, wie sie aufgetaucht sind. Für die SEO ist hier festzuhalten, dass Clickbaiting niemals Strategie einer Werbekampagne sein sollte. Die Suchmaschinen gehen davon

aus, dass diese Methoden von glaubhaften Quellen explizit nicht genutzt werden und würde solches Verhalten mit Downranking bestrafen.

Manche Seiten arbeiten mit der Methode und schaffen sich ihren eigenen Kosmos. Je nach Art der Seite, beispielsweise bei humoristischen Inhalten, könnte Clickbaiting sogar erwartet werden. Allerdings haben neben den Suchmaschinen auch große Social-Media-Netzwerke reagiert und versuchen, Clickbait-Beiträge zu unterbinden.

Facebook begegnete dem Phänomen mit einer Änderung des Algorithmus für den eigenen Newsfeed. Er reagiert auf die Likes und Aufrufe von Beiträgen. Webseitenbetreiber werden sich weiterhin mit der Thematik auseinandersetzen müssen. Der Erfolg gibt den Anwendern recht, allerdings sind seriöse Netzwerke und Seiten auf lange Sicht erfolgreicher.