

# PRETEST BANNER CAMPAIGN



Abschlussbericht  
Berlin, September 2017



# INHALTSVERZEICHNIS

SUMMARY

3

BASICS

8

BANNER

20

LANDINGPAGE

30

USER JOURNEY

36

# SUMMARY

# Summary

## Basics: Einstellung zu Wikipedia + Interesse an der Mitarbeit

Seite  
8

- Wikipedia ist für die meisten Teilnehmenden eine nicht wegzudenkende und **unersetzliche Informationsquelle**.
- Wikipedia bedeutet für die Teilnehmenden vor allem **passiver Wissenskonsument**, eine aktive Mitarbeit ist kaum im Mindset verankert.
- Die Grundidee einer Mitarbeit bei Wikipedia wird positiv aufgefasst, in Bezug auf das eigene Engagement werden jedoch **verschiedenen Hürden** genannt:
  - Zu wenig Zeit
  - Mangel an bestimmten Fähigkeiten
  - Mangel an Expertenwissen
- Als **zentrale Anreize für eine Mitarbeit** wurden vor allem der Zugang zu Insider-Wissen (z.B. exklusive Informationen oder Veranstaltungen) sowie persönliche Weiterentwicklung (z.B. Beitrag zum eigenen Wissen durch Feedback und Schulungen).
- Ein grundsätzliches Hindernis für die Mitarbeit an der Wikipedia ist insbesondere der **unzureichende Informationsstand**: Es herrschen verschiedene Unklarheiten und Missverständnisse in Bezug auf die grundlegende Organisation und die Abläufe bei Wikipedia.

# Summary

## Banner

Seite  
20

- Banner werden als auffällig wahrgenommen, insbesondere die **Hintergrundfarben** stechen ins Auge → Vor allem die Farben Pink und Orange polarisieren stark, da sie nicht mit Wikipedia in Verbindung gebracht werden
- Auch der **Stil allgemein** polarisiert: Für die einen ansprechend und modern, für die anderen zu kindlich und unseriös → Unabhängig davon, ob der Stil gefällt, wird er als nicht passend zu Wikipedia angesehen
- Aufgaben der Banner 2-4 werden als niedrigschwellig wahrgenommen und ermutigen zum Mitmachen
- **Botschaft wird teilweise nicht verstanden**, da grundlegendes Wissen über die Organisation der Wikipedia fehlt → der Anreiz (z.B. Bezahlung, persönliche Motivation) sowie die Organisation (z.B. nötige Qualifikation) der Mitarbeit ist unklar
- **Banner 1 polarisiert am stärksten**: Auf der einen Seite gefällt die allgemeine Formulierung, es wird als am ansprechendsten und passendsten beurteilt, andererseits ist die Botschaft am wenigsten klar
- Die Aufforderung auf der linken Seite der Banner wird teilweise als zu direkt wahrgenommen, die Formulierungen werfen bei einigen Nutzenden Fragen nach der bisherigen Qualität der Wikipedia auf
- Die Bilder in der Mitte werden unterschiedlich empfunden: Einige Nutzende fühlen sich durch die Grafiken angesprochen, andere fühlen sich an Cliparts oder Grafiken aus Bilddatenbanken erinnert, im Allgemeinen werden sie als kindlich und comichaft empfunden
- Button rechts impliziert für einige eine Missbrauchs-Gefahr, wenn es so einfach ist, etwas zu ändern



## Optimierungsansätze

- Bisherige Qualität der Wikipedia stärker betonen → z.B. „Mach Wikipedia noch besser“
- Gap zwischen Banner-Design und Wikipedia-Design vermindern → z.B. Designelemente der Wikipedia-Seite aufgreifen
- Einfachheit der Mitarbeit etwas abschwächen → z.B. „So kannst du Artikel bearbeiten“
- Anreize zur Mitarbeit aufgreifen → z.B. „Werde ein Teil“

# Summary

## Landingpage

Seite  
30

- **Landingpage erfüllt die Erwartungen nur bedingt**
  - Bei der Gruppe 1, die ihre Erwartungen noch vor der Ansicht der Landingpage formuliert haben, zeigt sich, dass die Banner eher auf eine Anleitung bzw. ein Tutorial hinweisen
  - Viele Nutzer vermissen die **Darstellung der einzelnen Schritte**, die näher erklären, wie das Hochladen von Bildern, das Bearbeiten von Artikel bzw. das Hinzufügen von Quellen funktioniert
  - Insbesondere Informationen zu rechtlichen Fragen bleiben für einige noch unbeantwortet
- Der Button rechts auf den Bannern impliziert einen **einfachen weiteren Vorgang**
  - viele Nutzende empfinden daher die Inhalte der Landingpage als zu kompliziert und unübersichtlich
  - außerdem schwächen die erforderlichen 50 Bearbeitungen diese Aussage ab
- Auch die grafische Gestaltung der Landingpage erscheint vielen als **unstimmig in Bezug auf Wikipedia**



## Optimierungsansätze

- Wunsch nach einer Schritt-für-Schritt-Anleitung entgegenkommen
  - z.B. Hinweis auf Guided Tour ergänzen
- Missverständnissen entgegenwirken
  - z.B. Organisation und Ablauf der Mitarbeit mehr in den Vordergrund stellen
- Informationen ergänzen
  - z.B. rechtliche Informationen bzgl. Datenschutz und Copyright
- Gap zwischen Banner-Design und Wikipedia-Design vermindern
  - z.B. Designelemente der Wikipedia-Seite aufgreifen

# Summary

## User Journey

- Optik von **Banner und Landingpage** heben sich stark von restlicher Wikipedia-Seite ab
- Im Laufe der User Journey kommt man immer näher zur gewohnten Wikipedia-Optik  
→ weckt falsche Erwartungen, die unter Umständen enttäuscht werden
- Nach der Landingpage würden die meisten Nutzenden den Sprung zum Anlegen des **Benutzerkontos** erwarten, die aktuelle Hilfeseite wird für nicht notwendig gehalten
- Letztlich bekundet etwa die Hälfte der Teilnehmenden ein **Interesse an der Registrierung** bei Wikipedia, am interessantesten erscheinen den Nutzenden das Bebildern von Artikeln sowie das Überarbeiten von Artikeln



## Optimierungsansätze

- User Journey vereinfachen  
→ z.B. direkt zur Registrierung verlinken  
→ Hilfeseite zum Benutzerkonto optional anbieten

# BASICS

# Studiensteckbrief

---

## ZIELSETZUNG

Test vier verschiedener Banner sowie einer Landingpage für die Herbstkampagne des Projekts „Neue Freiwillige für die Wikipedia gewinnen und halten“

## METHODE

Qualitative + Quantitative Online und Mobile Befragung  
über die qualitative Erhebungssoftware QDC Studio by KERNWERT

## TESTPERSONEN

24 Wikipedia-NutzerInnen, die kein Benutzerkonto und keinen Bezug zu Wikimedia haben

## ERHEBUNGSZEITRAUM

12.09. – 13.09.2017

## AUFGABENTYPEN



20 minütiger Pretask mit individuelle Aufgaben



1,5 stündige Online-Fokusgruppe per Live-Chat

# Testmaterial: Banner

**Beteilige dich bei Wikipedia!**



→ Melde dich jetzt an

This banner has an orange background. It features the text 'Beteilige dich bei Wikipedia!' in white. The illustration shows a pair of hands with colorful bracelets typing on a white keyboard, with a white mouse to the right. A white button with the text '→ Melde dich jetzt an' is positioned to the right of the keyboard. A small 'X' icon is in the top right corner.

**Mach Wikipedia mit Fotos bunter!**



→ So einfach kannst du Artikel bebildern

This banner has a dark purple background. It features the text 'Mach Wikipedia mit Fotos bunter!' in white. The illustration shows several Polaroid photos with different subjects: a vase, a landscape, a person, and a bug. A white button with the text '→ So einfach kannst du Artikel bebildern' is positioned to the right of the photos. A small 'X' icon is in the top right corner.

**Mach Wikipedia genauer!**



→ So einfach kannst du Artikel überarbeiten

This banner has a pink background. It features the text 'Mach Wikipedia genauer!' in white. The illustration shows a laptop with a Wikipedia article on the screen, and a blue cursor arrow pointing to a text block. A white button with the text '→ So einfach kannst du Artikel überarbeiten' is positioned to the right of the laptop. A small 'X' icon is in the top right corner.

**Mach Wikipedia verlässlicher!**



→ So einfach kannst du Quellen ergänzen

This banner has a green background. It features the text 'Mach Wikipedia verlässlicher!' in white. The illustration shows a stack of books and a laptop. A white button with the text '→ So einfach kannst du Quellen ergänzen' is positioned to the right of the books. A small 'X' icon is in the top right corner.

# Testmaterial: Landingpage

The screenshot shows the Wikipedia article draft page for 'Benutzer:Laura18v/Artikelentwurf 3'. It features three main sections, each with a circular icon and a 'Jetzt mitmachen' button:

- Wie du Artikel ergänzt oder aktualisierst**: Accompanied by a pink circle icon of a laptop. The text explains that Wikipedia is always in development and encourages users to add or update information.
- Wie du Artikel bebildern kannst**: Accompanied by a blue circle icon of several photos. The text explains that users can add images to articles to make them more interesting.
- Wie du Informationen in Wikipedia mit Quellen versiehst**: Accompanied by a green circle icon of a stack of books. The text explains that information should be supported by reliable sources.

Each section includes a 'Jetzt mitmachen' button. A blue arrow points from the top right towards the 'Wie du Informationen in Wikipedia mit Quellen versiehst' section.

This section provides a detailed view of the 'Wie du Informationen in Wikipedia mit Quellen versiehst' section. It includes the following text:

**Wie du Informationen in Wikipedia mit Quellen versiehst**

In Wikipedia sollen nur Informationen stehen, die auch überprüfbar sind. Daher sollte jede Information mit einer entsprechenden Quelle versehen sein. So ist es für alle Lesenden einfach nachzuvollziehen, wofür die Aussage stammt und ob man ihr vertrauen kann. Du kannst helfen, indem du eine Aussage in einem Wikipedia-Artikel mit einer Quelle belegst!

Wenn du eine Aussage in Wikipedia gefunden hast, kannst du einfach auf "Beibehalten" klicken und den Beitrag als Link an der entsprechenden Stelle hinzufügen. Aber Achtung! Es gibt Überprüfen, die ebenfalls in Wikipedia gemacht werden müssen. Am besten lässt du dir vor dem ersten Beitrag seinherdurch, wie du genau in Wikipedia arbeiten solltest.

Nachricht muss auch nicht jede einzelne Aussage belegt werden. Denn die Erde umrundet kugelförmig ist, ist z. B. allgemein anerkannt und muss damit nicht belegt werden. Wie genau für die anderen Fälle ein geeigneter Beitrag ist, wird erklärt über Wikipedia-Seite.

Wenn du gleich mit ausprobieren möchtest, wie das geht, oder keine passende Beispiele in Wikipedia gefunden hast - kein Problem! Schau einfach in dieser Liste nach, in welchen Wikipedia-Artikeln Beiträge fehlen.

Below the text is a 'Jetzt mitmachen' button. A blue arrow points from the top right towards the 'Jetzt mitmachen' button.

# Abfolge des Testmaterials in den zwei Gruppen

## Gruppe 1

Erhebung der Erwartungen bei Klick auf das Banner vor Ansicht der Landingpage



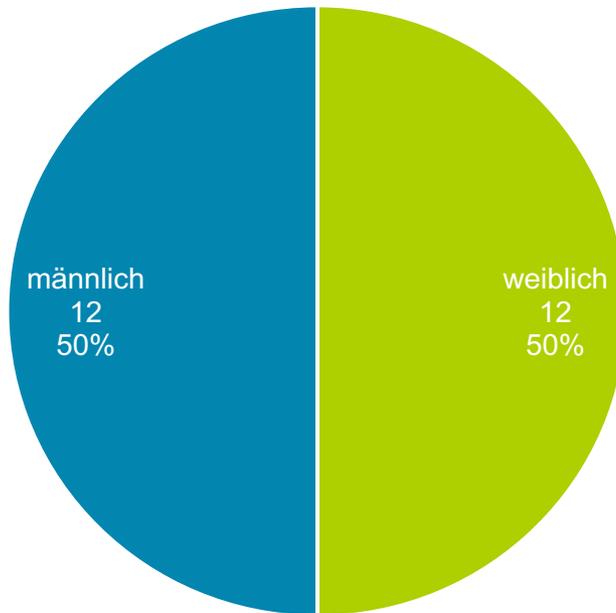
## Gruppe 2

Bewertung von Banner und Landingpage im Kontext

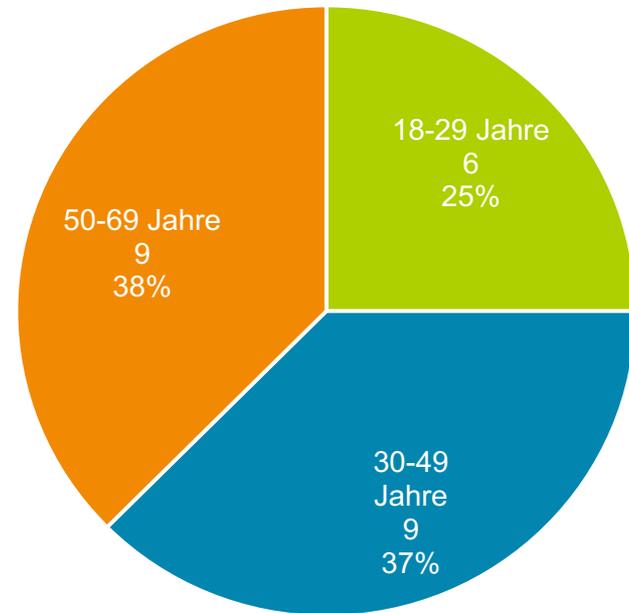


# Statistik Testpersonen

Geschlecht  
(n=24)

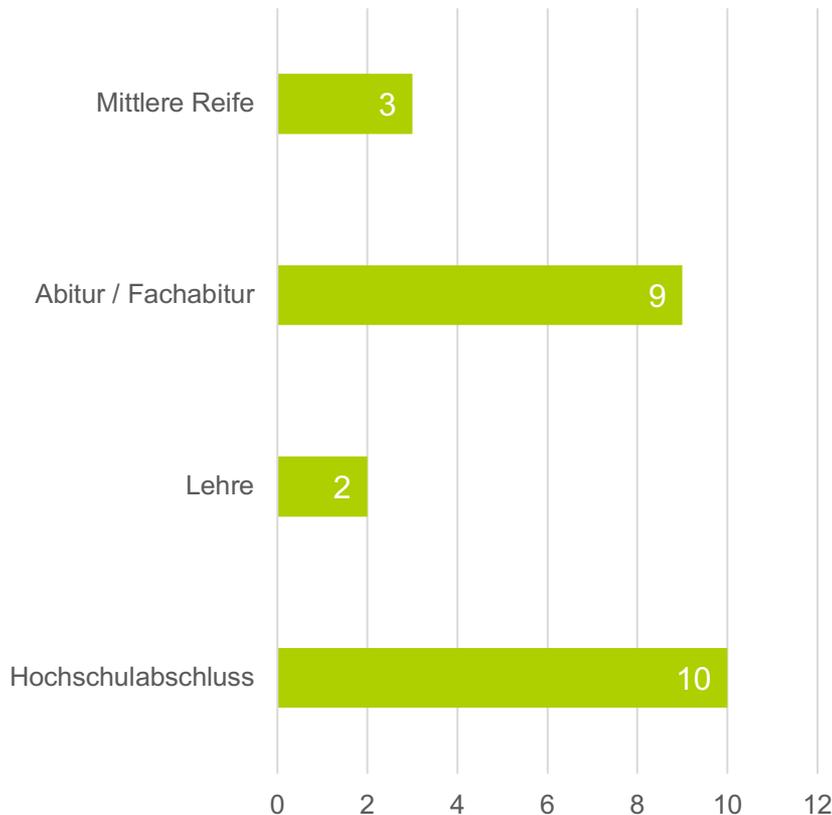


Alter  
(n=24)



# Statistik Testpersonen

Höchster Bildungsabschluss  
(n=24)



Einstellung zu Ehrenamt  
+ Teilen von Wissen

**Ehrenamtliches Engagement in der Freizeit**

8 Männer / 2 Frauen

Beispiele:  
Flüchtlingshilfe, Tierschutz, Nachbarschaftshilfe, Theatergruppe für Kinder, Seniorenweiterbildung

**Expertentum (Interessenschwerpunkte)**

5 Männer / 4 Frauen

Beispiele:  
Ernährung, Holzbau, Falken, Verkehr, Wissensmanagement, Börse

**Interesse am Teilen von Wissen**

3 Männer

Diese Personen engagieren sich zusätzlich in ihrer Freizeit, um ihre Meinung kund zu tun.

Beispiele:  
Filmzeitschrift, Kundenbeirat, Seniorenweiterbildung.

→ In Bezug auf die getesteten Banner / Wikipedia vertreten sie unterschiedliche Meinungen.

# Wikipedia – Einstellungen und Assoziationen

## Wikipedia ist für mich...

- ... eine Informationsquelle (9)
- ... unerlässlich / lebenswichtig (6)
- ... ein Lexikon / der heutige Brockhaus (4)
- ... die erste Quelle / eine gute Grundlage (4)
- ... nicht unfehlbar / nicht seriös (3)
- ... nützlich / hilfreich / sinnvoll (3)

„... unerlässlich und beindruckend, wenn auch nicht unfehlbar.“

„... wichtig für schnelle Informationsbeschaffung.“

„... ich schnell kompakt zusammengefasste Infos brauche.“

„... ich mich schnell und umfangreich über Themen informieren möchte und verschaffe mir dadurch einen ersten Überblick.“

## Wikipedia nutze ich, wenn...

- ... ich Informationen suche / recherchiere / etwas nachschlagen will / detailliertes Wissen benötige (19)
- ... ich einen ersten Überblick über ein Thema brauche (5)
- ... ich bei Google darauf stoße (1)

## Ohne Wikipedia wäre die Welt...

- ... komplizierter / aufwändiger / unübersichtlicher, weil die Suche nach Informationen schwieriger wäre (11)
- ... weniger wissend / weniger informiert, weil Informationen weniger zugänglich wären (6)
- ... nicht anders, weil es andere Informationsquellen gibt / andere Plattformen geben würde (6)
- ... ärmer, da es keine vergleichbare Plattform gibt (2)

„... definitiv schlechter, es mir schnell und unkompliziert eine Übersicht über ein Thema verschafft.“

„... ein Stück weit uninformatierter, weil man sich mühevoll Informationen zusammentragen muss und es viele dann einfach nicht tun“.

n = 24

# Wikipedia – Einstellungen zur Mitarbeit

## Stelle dir einmal folgendes Szenario vor:

Du hast dir gerade einen Film angesehen, der so spannend war, dass du unbedingt noch weitere Informationen dazu einholen möchtest. Du landest auf dem zugehörigen Wikipedia-Artikel und findest viele interessante Fakten zu den SchauspielerInnen und der Handlung. Allerdings stolperst du beim Lesen immer wieder über komplizierte Formulierungen. Und nicht alles, wonach du gesucht hast, ist zu finden, wie z.B. Informationen zu den Dreharbeiten. Der Artikel scheint also noch nicht ganz ideal zu sein..

Was tust du?



# Wikipedia – Einstellung zur Mitarbeit

## Einstellung zur Mitarbeit:

Die Mitarbeit bei Wikipedia wird von den Wikipedia-NutzerInnen als wichtig und sinnvolle Tätigkeit erachtet:

Damit Wikipedia auf dem neusten Stand bleibt

Wenn keiner mitmacht, gibt es keine Wikipedia

Allerdings:  
Missbrauchsgefahr durch Trolle oder extreme Organisationen



## Ideen für die Gewinnung neuer Autoren:

- Veranstaltungen in Bibliotheken, Universitäten oder Schulen
- Teilnahme an Messen oder Festen
- Präsenz in Social Media-Kanälen
- Bereits aktive AutorInnen anschreiben und involvieren → Vorstellen ihrer Zusammenarbeit
- Blogger anschreiben
- In Foren werben



## Persönliches Interesse:

Die NutzerInnen fühlen sich bisher selbst allerdings nur bedingt von einer Mitarbeit angesprochen:

Braucht spezielles Wissen

Braucht Zeit

Braucht bestimmte Fähigkeiten



## Bedingungen für die Mitarbeit:

- Darf nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen
- Informationen über genaue Abläufe
- Nur geprüfte NutzerInnen werden Mitglied (damit nicht zu viel kontrolliert werden muss)
- Flexibel, keine Verpflichtungen (z.B. bestimmte Anzahl an Beiträgen)

n = 24

# Wikipedia – Anreize für die Mitarbeit bei Wikipedia

INSIDER-WISSEN		PERSÖNLICHE WEITERENTWICKLUNG	
Informationen über neuste Entwicklungen	Wissensvorträge	Persönliches Interesse, Spaß, Neugier	Auszeichnung für den Lebenslauf
Wöchentliches Update über interessante Artikel	Exklusive Veranstaltungen	Auffrischen des eigenen Wissens	Mentorenprogramm, Feedback
Blick hinter die Kulissen (z.B. Wikipedia-Büro)	Exklusive Zeitschrift für AutorInnen	Vergünstigungen Museen, kulturelle Veranstaltungen (z.B. Buchmesse)	Schulungen
ANERKENNUNG		PRÄMIEN	
Medaille für fleißige Mitarbeit	Rankingsystem / Voting unter AutorInnen	Einkaufsgutscheine (z.B. Amazon)	Sachprämien
Namentliche Erwähnung, Verlinkung	Persönliche Nachricht vom Wikipedia-Team	Kostenlose Downloads	Zugang zu bestimmten Seiten

# Wikipedia – Wissen über Wikipedia



Die Wikipedia-NutzerInnen weisen ein geringes Wissen über Wikipedia auf, Unklarheiten herrschen insbesondere in den folgenden Fragen:

## Organisation

Ist Wikipedia kommerziell oder nicht kommerziell?  
Wie verdient Wikipedia Geld?  
Wer steht hinter Wikipedia?  
Gibt es professionelle AutorInnen bzw. MitarbeiterInnen?

## Qualität

Ist Wikipedia zitierfähig, verlässlich und wissenschaftlich?  
Wie schützt sich Wikipedia vor Missbrauch?  
Wer überprüft die Artikel und Bilder, wenn jeder mitmachen kann?



## Community

Wie wird man SichterIn?  
Gibt es ein Rankingsystem?  
Muss man sich qualifizieren bzw. bestimmte Kriterien erfüllen, um mitmachen zu können?  
Wie sieht die Community aus?  
Gibt es Treffen oder einen Austausch?

## Mitarbeit

Was bedeutet Mitarbeit bei Wikipedia?  
Welche Rechten und Pflichten hat man?  
Warum sollte man mitmachen?  
Handelt es sich um einen Nebenjob?  
Gibt es Homeoffice, freie Zeiteinteilung und wie viele Stunden umfasst der Job?

## Ist die Mitarbeit bei Wikipedia ein Ehrenamt?

**JA**

Unentgeltlich  
Freiwillig  
Engagement für die Allgemeinheit  
Wissen ist knappe Ressource

**NEIN**

Nicht vor Ort  
Keine direkte Hilfe für Menschen  
Kein längerfristiges Engagement  
Nutzen ist nicht direkt ersichtlich

BANNER

# Beurteilung – Banner 1



- Spontaner Eindruck**
- Auffällig, vielversprechend
  - Freundlich, einladend - auffordernd
  - Unklare Botschaft
  - Klingt nach Community
  - Vitale / falsche Farbe

„Job zu vergeben? Beahlt oder ehrenamtlich? Spendenaufwurf?“

- Likes**
- Kurz und knackig, simpler Aufbau
  - Die freundliche / warme Farbgestaltung
  - Prägnant
  - Einfach zu verstehen
  - Deckt alle Bereiche ab
  - Thema

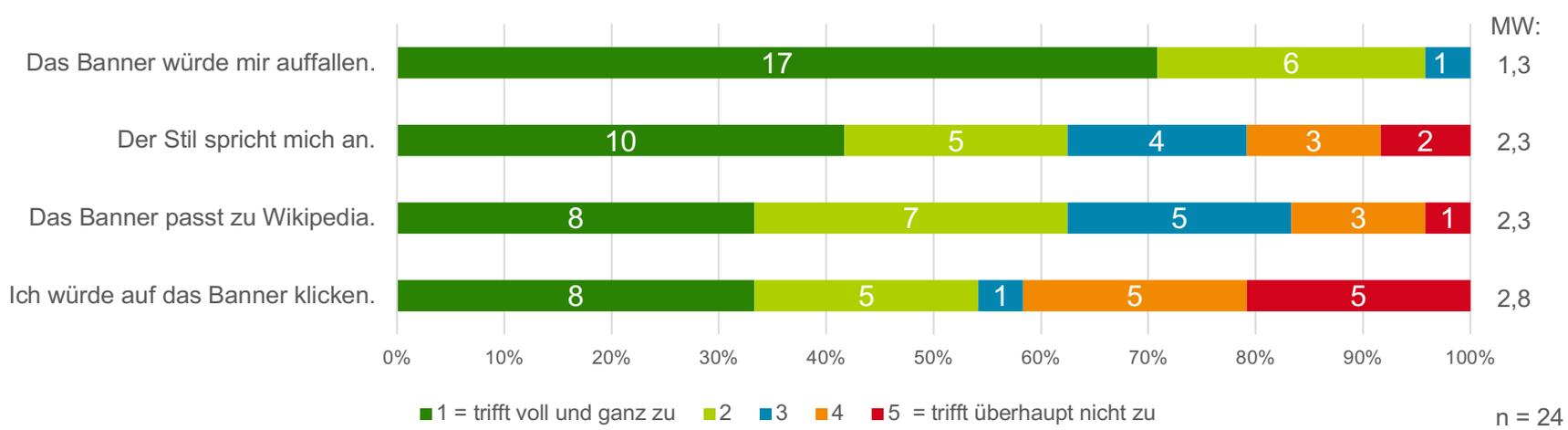
„Intensive, durch die Farbe unterstützte Aufforderung zum Handeln.“

- Verstandene Botschaft**
- Lädt zur Mitarbeit bei Wikipedia ein
  - Jeder kann mitmachen
  - Man muss etwas bezahlen, um Mitglied zu werden
  - Man muss sich für bestimmte Funktionen anmelden
  - Es ist ein Job zu vergeben
  - Aufforderung der Community beizutreten

„Das ich mich anmelden muss, um gewisse Dinge nutzen zu können und mein Wissen einbringen zu können.“

- Dislikes**
- Unklare Botschaft
  - Unklare Formulierung
  - Die Farbgestaltung
  - Comichafte Abbildung

„Ein echtes Foto einer Tastatur anstatt einer Zeichnung würde seriöser wirken.“



# Beurteilung – Banner 2



## ⚡ Spontaner Eindruck

- Bunt, grell
- Fällt auf, hebt sich stark ab
- Werbung
- Junge Zielgruppe, kindlich
- Fotocollage

„Erinnert mich an das Layout von Yahoo. Es fällt mir auf den ersten Blick auf...“



## Likes

- Knapp gehalten, simpler Aufbau
- Klare Botschaft, einfach und verständlich geschrieben
- Die Farbgebung
- Abbildung der Fotos
- Thema

„Dass man schöne Bilder auch daneben setzt und es einfach und verständlich ist.“



## Verstandene Botschaft

- Motiviert zur Mitarbeit bei Wikipedia
- Animiert Bilder selbst hinzuzufügen
- Bilder hinzufügen ist einfach
- Bisherige Artikel sind noch nicht bunt genug
- Soll über Bilder bei Wikipedia informieren
- Man soll seine Bildrechte abtreten

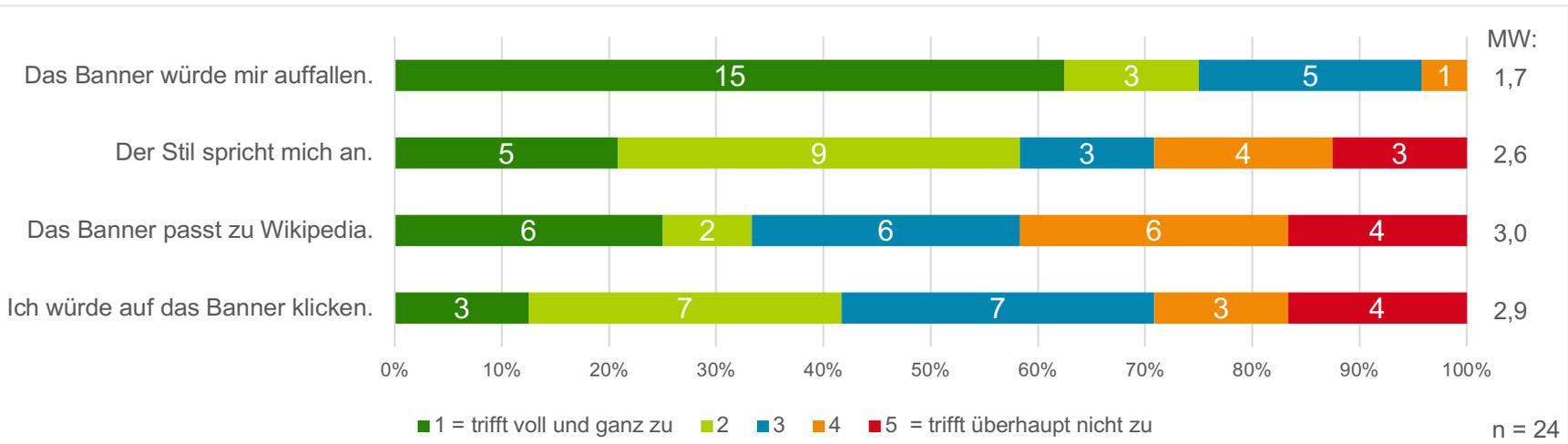
„Dass man als Nutzer eigene Fotos bei Artikeln hochladen kann und so zur bildlichen Gestaltung der Einträge beiträgt.“



## Dislikes

- Unklarheit bezüglich der Bildrechte
- Größe, lenkt ab, unruhig
- Die Farbgebung
- Unseriös – zu bunt, kindlich

„Sieht nicht ganz so seriös aus, da es sehr bunt und Comicähnlich aussieht.“



# Beurteilung – Banner 3



## ⚡ Spontaner Eindruck

- Sehr bunt / grell
- erinnert an Telekom
- Einladung, aktiv zu werden
- Wikipedia will Community vergrößern
- Macht neugierig
- Wikipedia legt Wert auf die Richtigkeit der Artikel

„Sehr grell. Erinnert mich durch die Farbe sofort an Telekom.“



## Likes

- Ermutigt zum Mitmachen
- Auffällig
- Verspielte Art
- Klare Aufforderung
- Übersichtlich

„Dass man interagieren kann.“



## Verstandene Botschaft

- Jeder kann mitmachen
- Mit einem Klick kann man sich informieren
- Aufforderung, Wikipedia genauer zu machen
- Die Editierbarkeit ist nun vereinfacht

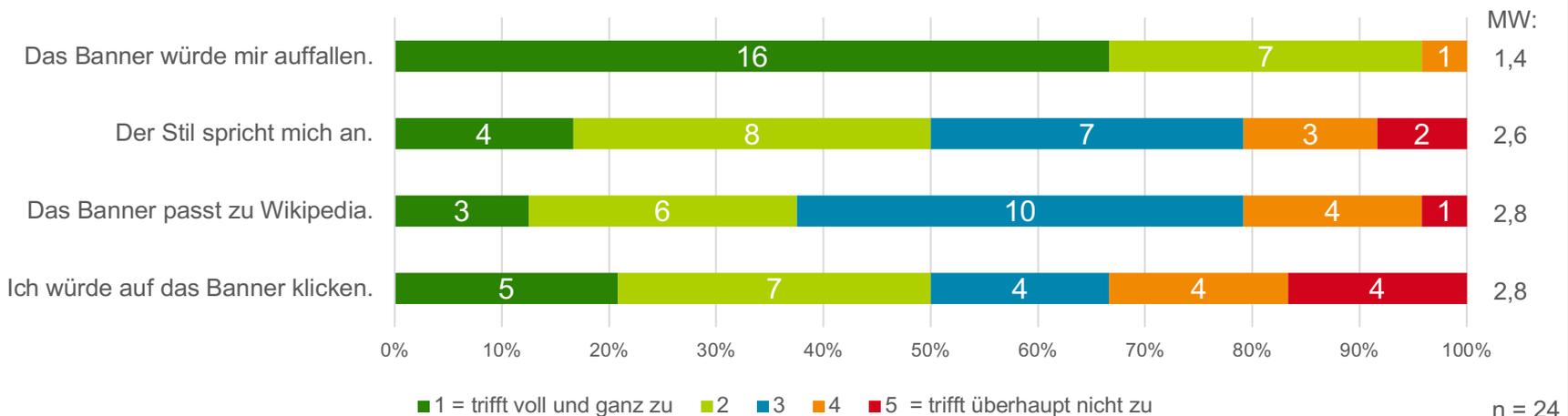
„Mit eigenem Wissen die Informationen auf Wikipedia detaillierter und genauer machen.“



## Dislikes

- Die Farbgebung – zu grell, passt nicht zu Wikipedia
- Bild zeigt nicht das Gefühl der Gemeinschaft

„Die Farbe ist mir zu aufdringlich.“



# Beurteilung – Banner 4



## Spontaner Eindruck

- Es geht um Quellenangaben
- Angenehme / passende Farbgebung
- Zweifel an der Verlässlichkeit von Wikipedia
- Regt an, sich zu beteiligen
- erinnert an Bibliothek
- Bücher sind chaotisch angeordnet

„Die Bücher stehen für Wissen.“



## Likes

- Einfaches Design, zurückhaltend
- Wortwahl, „verlässlich“
- Die Farbgebung
- Bild gefällt
- Passt zum Thema
- Ansprechend

„Die Bücher im Banner, die den Eindruck machen, das es sich um geprüfte Quellen handelt.“



## Verstandene Botschaft

- Es fehlen viele Quellenangaben, da muss etwas getan werden
- Wikipedia ist noch keine sichere Quelle
- Jeder kann ungeprüft Einträge erstellen
- Man kann als Nutzer einfach Quellen ergänzen
- Einladung zur Mitarbeit bei Wikipedia

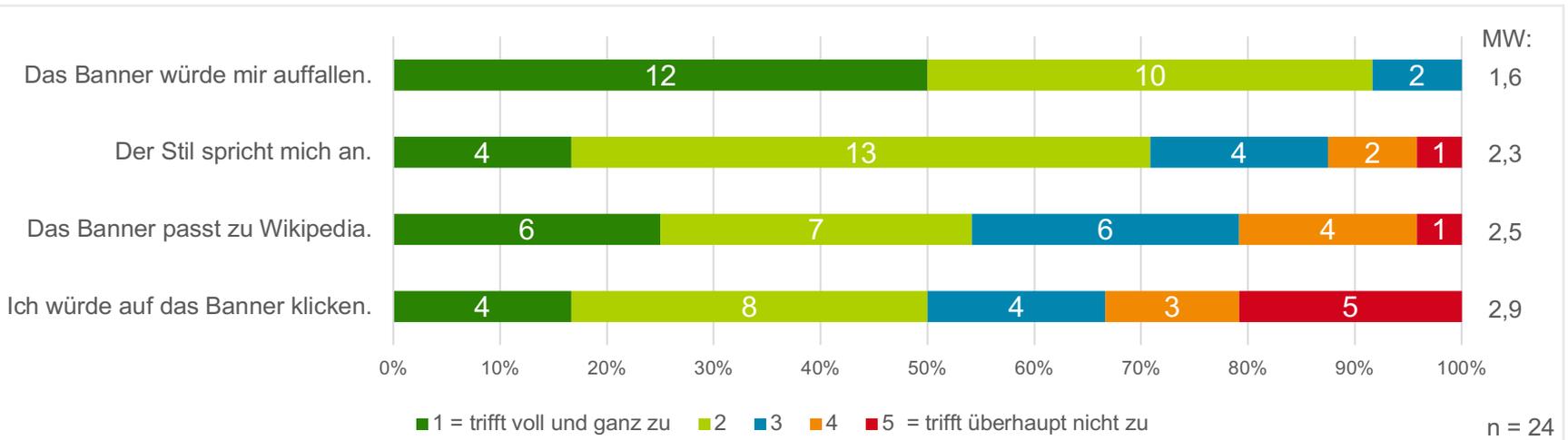
„Es impliziert, dass Wikipedia anscheinend doch keine so sichere Quelle ist.“



## Dislikes

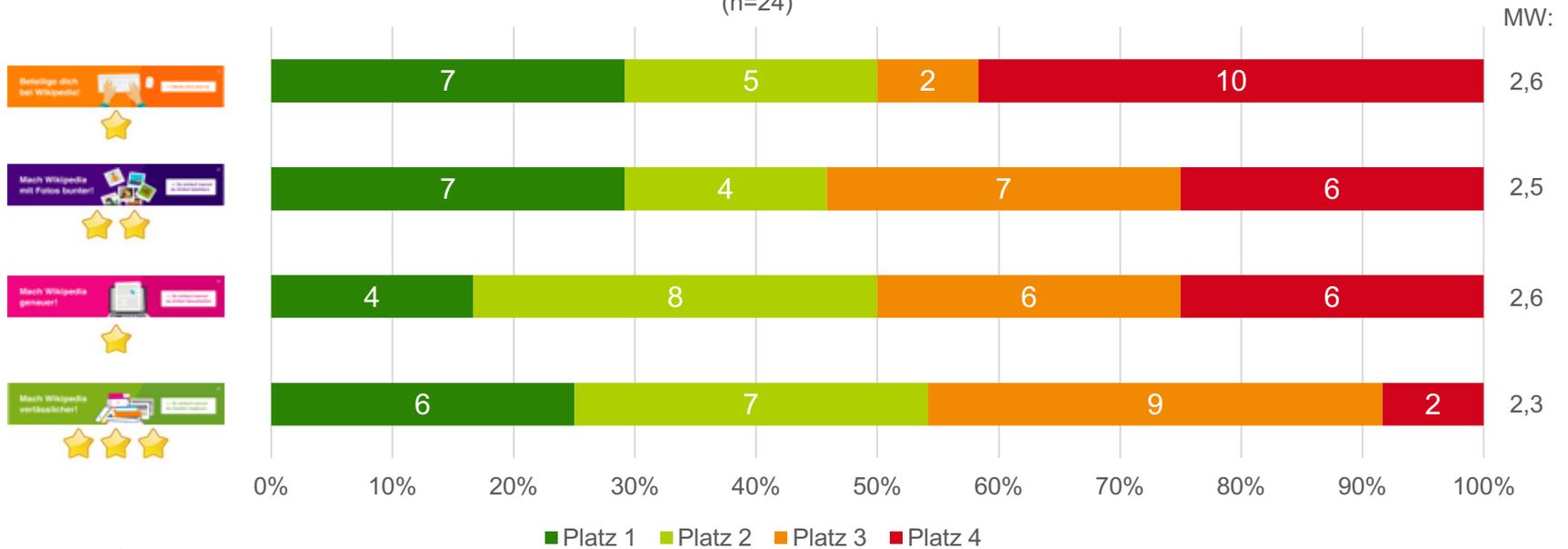
- Wortwahl kann negativ verstanden werden
- Weckt Angst vor „Fakes“
- Unordentliche Bücher – sieht nach Chaos, nicht nach Verlässlichkeit aus
- Die Farbgebung
- Sieht nach viel Arbeit aus
- „Billiges“ Design, nichts Besonderes

„Was hat die Farbe mit Büchern zu tun?“



# Banner – Ranking

Ranking der Banner  
(n=24)



## Auffälligkeit



## Bester Stil



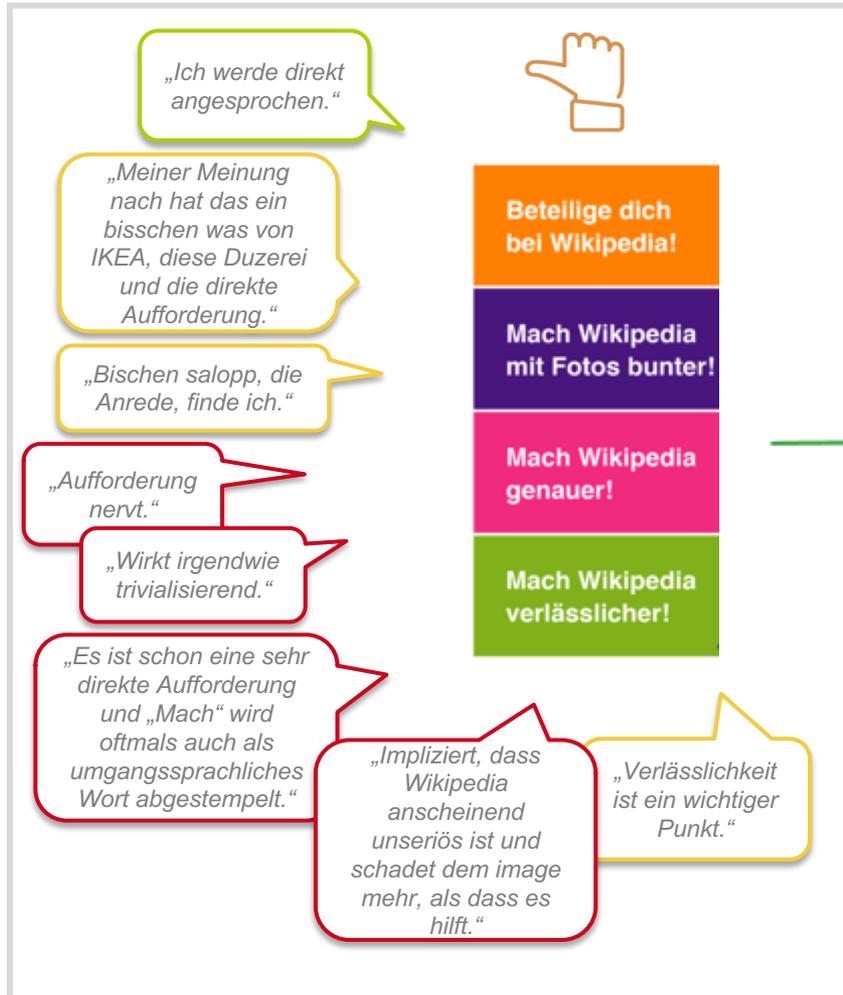
## Passt zu Wikipedia



## Klick-Motivation



# Beurteilung der einzelnen Elemente



## Optimierungsideen

### Verbesserung der Wikipedia

- „Mach Wikipedia NOCH genauer“
- „Du kannst Wikipedia besser, schlauer, verlässlicher machen“

### Frageformen anstatt Aufforderung

- Frageformen: „Lust, Teil von Wikipedia zu sein?“, „Möchtest du nicht...“, „Gerne hier?“, „Hast du dich auch schon mal über ... geärgert?“
- „Mach Wikipedia informativer“ anstatt „genauer“

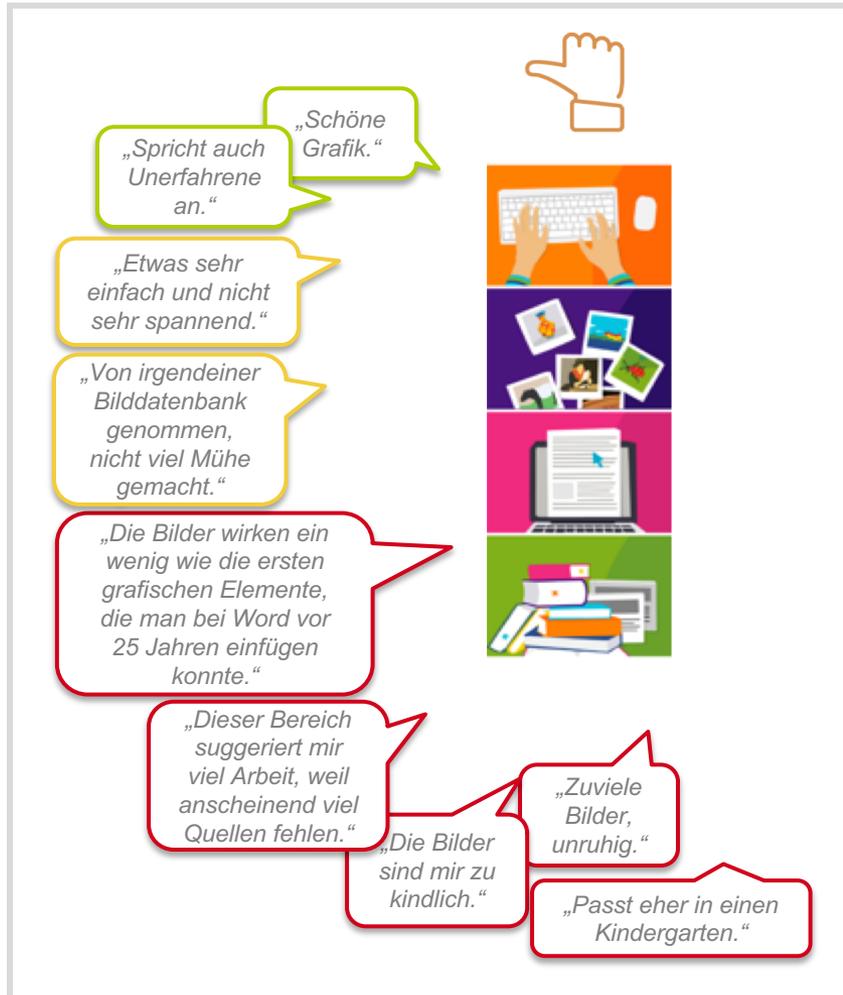
### Mitarbeit als Ehrenamt

- „Ergreife dein erstes Ehrenamt“, „Engagiere dich für das Wissen“
- „Hilf mit...“, „Mit deiner Hilfe wird Wikipedia bunter“
- „Hat Wikipedia dir auch schon geholfen? – Hilf durch deinen Beitrag anderen“

### Mitarbeit als persönliche Weiterentwicklung

- „Werde“ anstatt „Mach“ → „Werde Mitglied bei Wikipedia“, „Werde ein Teil von Wikipedia“, „Werde ArtikelschreiberIn“
- „Trau dich“, „Wirke mit“, „Belebe die Wikipedia-Welt“

# Beurteilung der einzelnen Elemente



## Optimierungsideen

- Realistischere Darstellung, „richtige“ Bilder, keine Comics → Fotografien
- Bilder in schwarz-weiß
- Geometrische Formen, Wasserfarben

# Beurteilung der einzelnen Elemente

“Klingt irgendwie nach Kosten.“

“Das impliziert gleich so ein: Account erstellen, Endlosschleife, Werbung, Verantwortung und Bindung.“

„Gibt eine klare Ansage.“

„Die Texte finde ich super.“

„Zeigen auf, was man erreichen kann.“

„Die Texte sind gut gemacht, vermitteln: geht kinderleicht, auch du kannst es. Schreckt nicht ab.“

„Weckt die Hoffnung, dass der nächste Schritt einfach wird...ist es es dann aber nicht...“

→ Melde dich jetzt an

→ So einfach kannst du Artikel bebildern

→ So einfach kannst du Artikel überarbeiten

→ So einfach kannst du Quellen ergänzen



### Optimierungsideen

- „Einfach“ weglassen
- Kürzen: „Probier es aus“

# Farbgestaltung der Banner



↓  
Am besten passen würde:



Zu Wikipedia passende Farben



„Pink war fürchterlich, würde ich von einer Beauty/Mode-Seite erwarten.“

„Was mir überhaupt nicht gefallen hat, war die pinke "Telekom" Farbe. Viel zu grell und eben für mich der ungewollte Bezug zur Telekom.“



„Das Orange war OK, aber nicht wirklich passend zu Wikipedia.“

„Durch das Orange wirkt es wie eine Werbeanzeige.“

„Orange ist zu direkt und forsch.“



„Das Grün ist zu intensiv.“

„Das Grüne harmonierte für mich auch nicht mit Wikipedia.“

„Das Grün fördert die Hilfsbereitschaft, sagt man.“



„Die Farbe ist ansprechend.“

„Das Lila ist zu dunkel.“

„Da sie durch das dunkle Violett zwar sofort auffällt, aber nicht unangenehm ins Auge sticht.“

„Blau wie tiefes Wissen.“

„Aber nicht zu nah am Facebook-Blau.“

„Also, wenn ich so die Kommentare lese, dann doch wohl eher grau oder oliv.“

„Gedeckte Farben, nicht so grelle, eher im blau-grauen Bereich.“

„Ich fand das Grau immer schön und angenehm.“

„Gräulich, Pastellfarben, weniger grell.“

„Jede Farbe, die nur minimal farbig ist.“

# LANDINGPAGE



# Erwartungen vs. Realität – Landingpage 2

## ERWARTUNGEN\*

Anleitung zum Foto-Upload (7)  
→ Mit Screenshots bzw. Grafiken  
→ Aufzeigen einzelner Schritte  
→ Anhand eines fiktiven Eintrags

Beispiele für Artikel mit Bildern (6)

Verlinkung zu eigenen Bildern, direkter Upload (1)

Eine Übersicht über Artikel, die bebildert werden können (1)

Eine Informationsseite über das Bebildern von Artikeln (1)



## REALITÄT

Erwartungen wurden **nicht** erfüllt\*  
→ keine Anleitung  
→ zu kompliziert  
→ zu viel Text / zu viele Informationen  
→ keine Screenshots

### Fehlende Informationen:

- Nummerierung und Erklärung der Schritte + Visualisierung
- Informationen zu Bildrechten
- Anforderungen an private Bilder
- Informationen zum Benutzerkonto

n = 24, \* nur Gruppe 1



# Erwartungen vs. Realität – Landingpage 3

## ERWARTUNGEN\*

Anleitung zum Redigieren von Artikeln (7)  
→ Mit Screenshots bzw. Grafiken  
→ Aufzeigen einzelner Schritte  
→ Anhand eines fiktiven Eintrags

Eine Erklärung zum Überprüfen von  
Artikeln (2)

Eine Übersicht über Artikel, die bearbeitet  
werden können (2)



## REALITÄT

Erwartungen wurden **größtenteils** erfüllt\*  
→ wichtigste Informationen enthalten  
→ Kann gleich mitmachen und ausprobieren  
→ keine Schritt-für-Schritt-Anleitung  
→ zu kompliziert / unübersichtlich  
→ zu viele Informationen

### Fehlende Informationen:

- Informationen zum Benutzerkonto
- Informationen zu den nächsten Schritten
- Gründe, weshalb man sich engagieren soll

n = 24, \* nur Gruppe 1

# Erwartungen vs. Realität – Landingpage 4



## ERWARTUNGEN\*

Anleitung zur Ergänzung von Quellen (6)  
→ Mit Screenshots bzw. Grafiken  
→ Aufzeigen einzelner Schritte  
→ Anhand eines fiktiven Eintrags

Eine Informationsseite über das Ergänzen  
von Quellen / den Ablauf (4)

Ein Artikel, bei den Quellen ergänzt  
werden können (1)

Informationen, warum Quellenergänzung  
wichtig ist (1)



## REALITÄT

Erwartungen wurden **teilweise** erfüllt\*  
→ keine Anleitung  
→ zu kompliziert / unübersichtlich  
→ zu viel Text  
→ zu wenig Informationen / zu unklar

### Fehlende Informationen:

- Informationen über Quellen-Begriff und verschiedene Arten von Quellen
- Informationen zum Benutzerkonto

# Abschnitte im Vergleich

- Insgesamt: Freundliche Einladung zum Mitmachen
- Verständlich geschrieben
- Grundsätzlich Abläufe werden klarer (Sichter, Hierarchie in der Community etc.)
- Community-Aspekt für einige neu, mehrheitlich attraktiv.
- 50 Edits klingt für einige anspruchsvoll, die Qualitätssicherung wird jedoch als positiv empfunden.

„Ich habe ihn positiv empfunden, ja man fühlt sich regelrecht geadelt.“

„Ich finde es angenehm niedrig gestapelt, so dass ich mich eher trauen würde, was zu veröffentlichen“



- Insgesamt: Freundliche Motivation zum Mitmachen
- Fotos hochzuladen für viele als Einstieg vorstellbar
- Schöne simple Illustration, Polaroids gefallen
- Text ist verständlich und kompakter als bei den anderen Abschnitten
- Viele offene Fragen bezüglich der Bildrechte und der Eignung von privaten Bildern bleiben unbeantwortet



„Das "Kreis-gegen-Rechteck" austauschen ist gerade extrem in Mode - wäre schöner mit einem eigenen Design.“

„Schöne unterschiedliche Bilder.“

„Die Idee des Laptops und der Seite, die daraus hervorgeht, gefällt mir gut.“

„Habe mir schon hin und wieder überlegt, so etwas zu machen.“



- Das Ergänzen von Beiträgen interessant für viele – einige berichten davon, dass ihnen selbst schon einmal ein Artikel aufgefallen ist, zu dem noch etwas hinzugefügt werden könnte
- Wenig Worte, Inhalt ist verständlich – andere finden den Text zu lange und redundant
- Einfach und klar geschrieben
- Icon ist verständlich, auch wenn die Farbe den meisten Nutzern nicht gefällt bzw. nicht passend erscheint



„Quellen belegen ist notwendig in Zeiten von fake news.“

„Einfach und lädt ein zum Mitmachen.“

- Quellenergänzung wird als besonders relevante Aufgabe in der Wikipedia gesehen, um Qualität und Verlässlichkeit zu gewährleisten
- Icon passt und ist verständlich
- Es werden unterschiedliche Quellen gezeigt, aber zu viele Bücher und zu wenig andere Arten von Quellen
- Text ist auf den Punkt gebracht, einige finden ihn aber auch zu lange
- Die Links zu Zitierregel und Belegen sind wichtig

n = 24

# Landingpage – Optimierungsideen / Alternativen

„Die Idee ist gut, allerdings hat man das Gefühl verloren zu sein, etwas konkreter wäre gut, was die nächsten Schritte anleitet.“



- Statusbalken / Verlaufsinfo anzeigen
- Schritt-für-Schritt-Anleitung mit Bildern
- Stichpunktartiger Aufbau, weniger Fließtext
- Anleitung / Tutorial
- Design an Wikipedia anpassen
- Beispiele / fiktive Artikel
- Rechtliche Infos: Datenschutz, Bildrechte
- Tutorial-Video

„Hatte eine Seite, die wie ein fiktiver Eintrag gestaltet ist, vor Augen. Dann ist immer die Stelle markiert, die für das jeweilige Thema zutrifft. Beispielsweise bei Fotos eine 1. und dann "Hier klicken und schon ganz einfach Foto hochladen" 2. "Fotos sortieren" etc.“

„Man hätte aber evtl. auch einen kleinen Clip einbauen können. So ein Tutorial, wo alles auch visuell erklärt wird.“

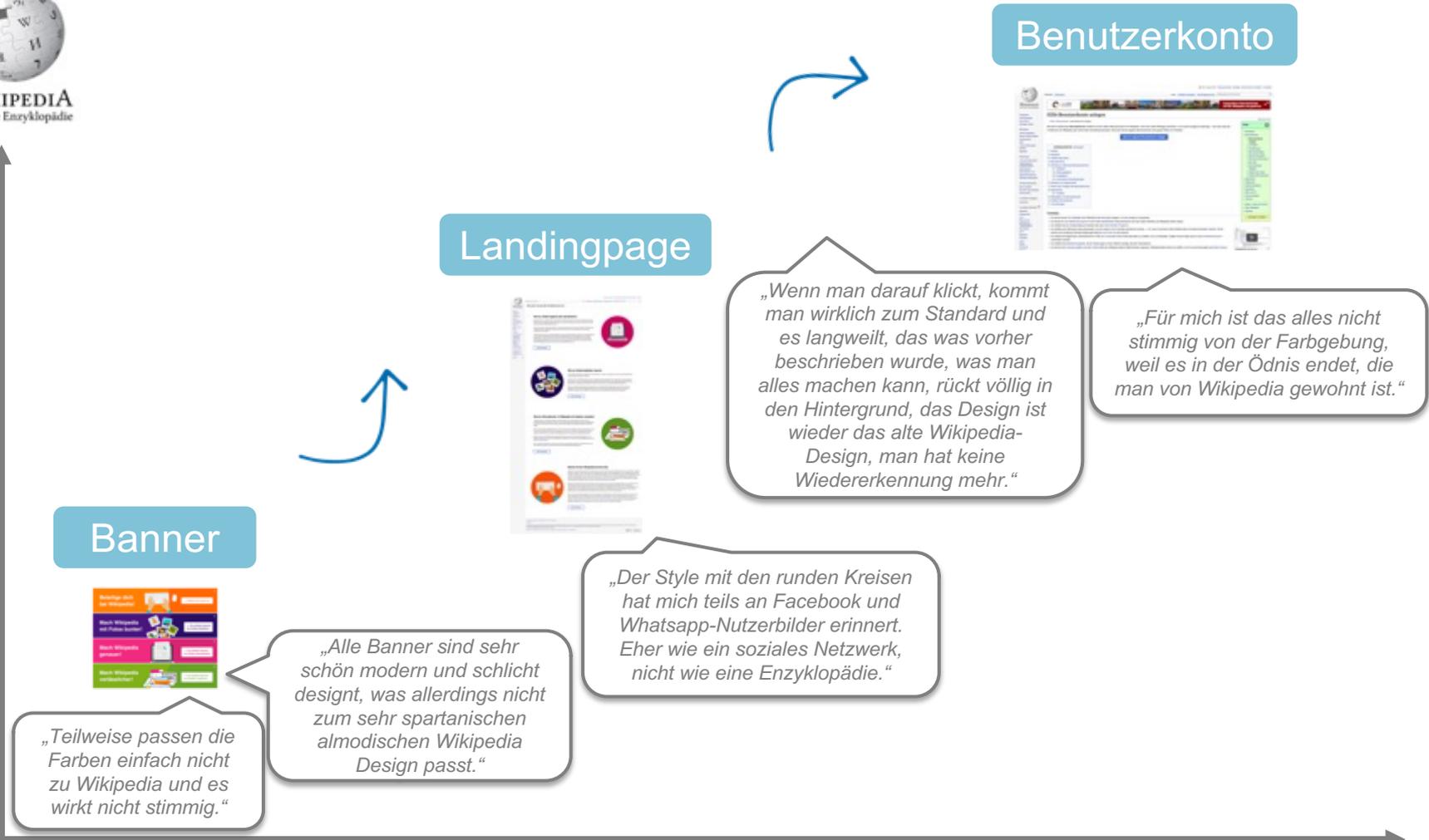
„Etwas mehr Informationen auch zum Datenschutz und ich fand die Idee mit dem Schrittemitähler, was noch kommt irgendwo auf der Seite integriert sehr gut, da hat man dann immer einen Schritt mehr geschafft. :)“

# USER JOURNEY

# Gap zwischen Banner-Kampagne und Wikipedia



Zu Wikipedia passender Stil



User Journey

n = 24

# User Journey nach der Landingpage



Teilnehmende empfinden diese Seite als deutlich besser:

## Benutzerkonto anlegen



„Ist natürlich viel unkomplizierter.“

„Sehr viel besser!“

„Bei der ersten Version muss man ja erstmal eine Stunde lange die Vor- und Nachteile nachlesen.“

### Alternative Ideen:

- Vorschläge für Themengebiete (ähnlich Netflix)
- Tutorial
- Autorenportraits
- Sandbox

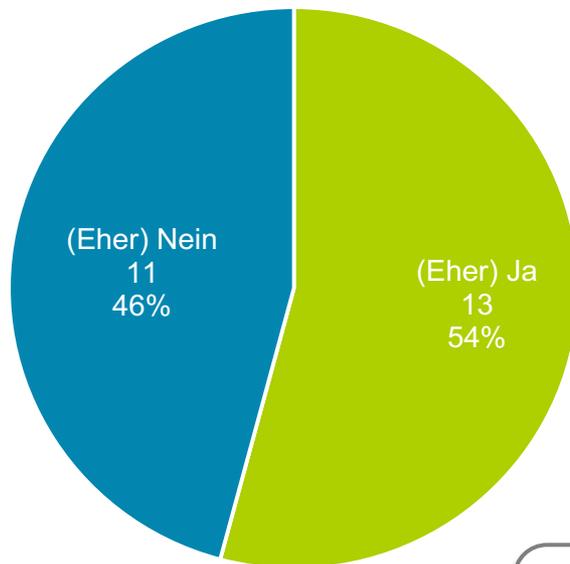
„Anmelden und dann wäre so eine kurze Sandbox-Umgebung sehr schön zum Ausprobieren.“

„Ich klicke auf ein "Jetzt mitmachen". Danach öffnet sich ein Fenster, indem ich mich anmelden muss... Um den Nutzer auch wirklich zur aktiven Teilnahme zu bekommen, wäre es hilfreich, einige Ideen an Themengebieten aufzubringen. Z.B. à la Netflix "Suche dir drei Themengebiete aus, die dich interessieren" und dazu dann Vorschläge.“

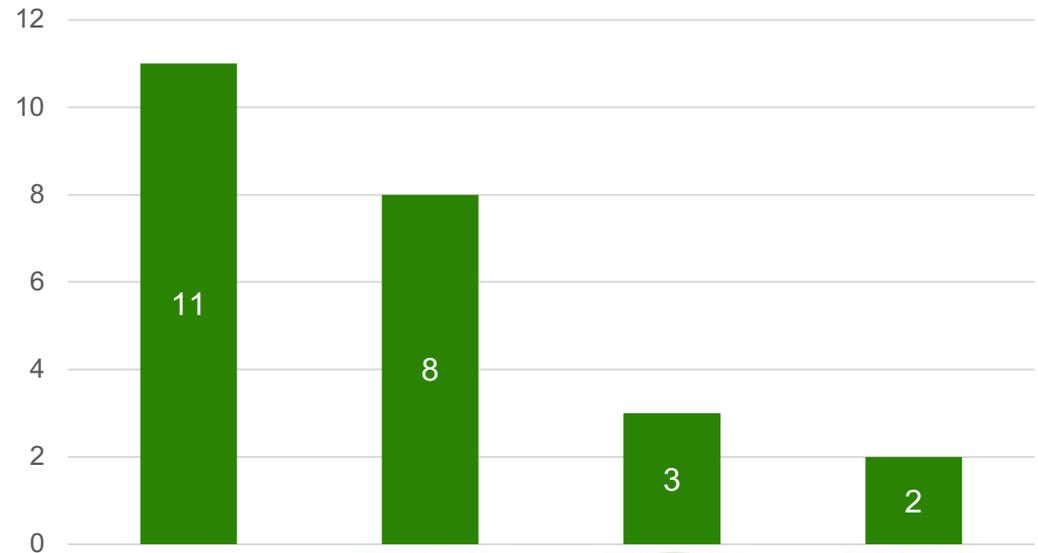
n = 24

# Interesse an Registrierung

Interesse an Registrierung  
(n=24)



Interessanteste Aufgabe  
(n=24)



„Am einfachsten und lustigsten wird wohl das Bebildern sein.“

„Erscheint mir zum Testen erstmal am einfachsten.“

„Bereiche suchen, denen Informationen fehlen.“

„Weil ich finde, da kann ich am meisten beitragen!“

„Quellen hinzufügen, da man hier weniger falsch machen“

„Mitmach-motivation.“



ONLINE QUALITATIVE FORWARD >>  
SINCE 2005

## Studienleitung und Ansprechpartnerin:

### Sophie Vogt

s.vogt@kernwert.com  
030-530 123 60

KERNWERT GmbH  
Gubener Straße 24  
10243 Berlin

[www.kernwert.com](http://www.kernwert.com)

## Über KERNWERT

KERNWERT ist führender Spezialist für qualitative Online- und Mobile-Forschung mit über 12-jähriger Erfahrung und Begeisterung. Wir unterstützen Forscherinnen und Forscher mit innovativer Software und umfangreichem Service.

Von Communities und Customer Labs über Tagebücher bis zu Pre-Tasks und mobiler Ethnographie – wir bieten flexible State-of-the-art-Lösungen für Ihre Forschung mit effizienten, praxisnahen Tools für die Einrichtung, Moderation und Analyse qualitativer Online- und Mobile-Studien.

Als erster unabhängiger Dienstleister im deutschsprachigen Raum arbeiten wir von Berlin aus seit 2005 weltweit für Marktforschungs-institute, Marketing- und Strategieberatungen, Unternehmen und Hochschulen.

**PLATZ 1**

IM SEGMENT BEFRAGUNGS SOFTWARE  
UND TOP 3 PLATZIERUNG IN ALLEN KATEGORIEN  
DER IMAGESTUDIE 2015 VON MARKTFORSCHUNG.DE

Wikimedia – Pretest Banner Campaign

marktforschung



DGOF  
CORPORATE MEMBER

