

# Recherche zur Nutzerbasis von Wikipedia



Hamburg, 30.01.2024

# Management summary – Suchverhalten

## Traditionelle Online-Suchmethoden bleiben die bevorzugte Art der Informationssuche

- Traditionelle Online-Methoden wie Suchmaschinen (81%), der direkte Aufruf von Websites (63%) oder Google-Infoboxen (52%) werden nach wie vor weitgehend den sozialen Medien vorgezogen.
- Hauptgrund, weshalb Personen nach Informationen suchen, ist die Vertiefung ihres Verständnisses (76%), die Überprüfung von Fakten (67%) und die Beantwortung spontaner Fragen (65%), die sich in ihrem täglichen Leben ergeben.
- Die Top 3 wichtigsten Kriterien für Online-Informationen sind Vertrauenswürdigkeit (90%), Aktualität (88%) und verständliche Sprache (83%).
- Smartphones sind die meistgenutzten Geräte für die Informationssuche, insbesondere für spontane Antworten (43%) und Faktenüberprüfung (32%). Wenn es jedoch um eine tiefergehende Informationssuche geht, werden Desktops und Laptops (42%) häufiger verwendet; dies könnte auf ihre besseren Browsing-Funktionen zurückgeführt werden.
- Der Einsatz von KI spaltet die Informationssuchenden, v. a. in den unterschiedlichen Altersgruppen. Während mehr als ein Drittel der 16- bis 24-Jährigen KI der traditionellen Informationssuche vorzieht, stimmen nur 10% der 55- bis 69-Jährigen dieser Aussage zu.

## Google and Wikipedia haben ähnliche Suchprofile

- Google, Wikipedia und YouTube sind die wichtigsten Plattformen für die Informationssuche.
- Google ist die bevorzugte Wahl für spontane Fragen (78%), Faktenüberprüfung (74%) und für die Arbeit (76%), mit hohen Konversionsraten. Die Website zeichnet sich durch aktuelle (51%) und umfassende Informationen (47%) in leicht verständlicher Sprache (49%) aus.
- Wikipedia sichert sich den zweiten Platz und wird häufig zur Vertiefung des Verständnisses (58%), für berufliche Zwecke (47%) und zur spontanen Überprüfung von Fakten (45%; 44%) genutzt. Stärken sind der umfassende Inhalt (52%) und die einfache Sprache (42%), wobei Vertrauenswürdigkeit (40%) in Verbindung mit klaren Quellenangaben (46%) ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal darstellt. Dies deckt sich gut mit der Tatsache, dass Vertrauenswürdigkeit das wichtigste Kriterium für Informationssuchende im Internet ist. Verbesserungsbedarf besteht bei der Aktualität der Informationen (29%) auf Wikipedia, dies ist ebenfalls eines der wichtigsten Kriterien bei der Informationssuche (s. o.).
- YouTube ist besonders bei jüngeren Bevölkerungsgruppen beliebt und dient als wertvolle Ressource für Hausaufgaben (41%), zur Studienvorbereitung (39%) und zur Vertiefung von Themen (35%). Die Plattform wird außerdem häufig genutzt, um Informationen auf Social Media zu teilen (39%).

# Management summary – Nutzerprofile

## **Informationssuchende lassen sich anhand ihrer Suchpräferenzen, ihres Suchverhaltens und ihrer Einstellung zu Wikipedia in vier Segmente einteilen**

- Informationssuchende lassen sich in vier Segmente einteilen: Digital Explorers (21%), Researchers (23%), Casual Searchers (28%) und Traditionalists (27%), wobei jedes dieser Segmente spezifische Treiber und Barrieren für ihre Wikipedia-Nutzung aufweist.
- Researcher haben die positivste Sicht auf Wikipedia mit einer hohen Nutzung und einem großen Vertrauen in die Inhalte und die Glaubwürdigkeit von Wikipedia.
- Während Traditionalists und Digital Explorers Wikipedia positiv gegenüberstehen und häufig nutzen, ist das letztere Segment tendenziell skeptischer gegenüber Wikipedia-Inhalten und stellt eher deren Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit in Frage.
- Casual Searchers zeigen ein eher oberflächliches Suchverhalten und verlassen sich eher auf Google-Info-Boxen, ohne tiefer zu recherchieren. Dieses Segment nutzt Wikipedia seltener.

## **Lapsed Wikipedia User sehen nur einen begrenzten Mehrwert in Wikipedia-Inhalten und entscheiden sich stattdessen für Alternativen wie Google**

- Die meisten Lapsed User sind Frauen (63 %), während bei den Current Usern ein ausgewogeneres Geschlechterverhältnis herrscht. Lapsed User sind insgesamt außerdem jünger und haben seltener einen Hochschulabschluss.
- Lapsed User suchen in allen Use Cases seltener und zählen - wenig überraschend - oft zu den Casual Searchers und Traditionalists, die schon länger als sechs Monate nicht mehr gesucht haben.
- Wikipedia wurde bei der früheren Nutzung von der Mehrheit der Lapsed User über Suchergebnisse aufgerufen. Vor allem Casual Searchers und Traditionalists haben sich stark auf die Suchergebnisse bei Google verlassen.
- Bei der Informationssuche haben sich Lapsed User in den meisten Fällen nicht an Wikipedia gewandt und sich stattdessen an andere Websites gewandt. Dies deutet darauf hin, dass sie in den Wikipedia-Inhalten keinen zusätzlichen Nutzen gesehen haben. Stattdessen ist Google die vorherrschende Website der Wahl.
- Während Current und Lapsed User von den gleichen Treibern und Barrieren betroffen sind (wobei die Lapsed User eher die Barrieren als die Treiber betonen), sticht bei den Lapsed Usern vor allem die Angst vor Fehlinformationen aufgrund der offenen Bearbeitung von Wikipedia-Artikeln hervor.

# Management summary – Fazit

## **Die Präsenz von Wikipedia in den obersten Suchergebnissen ist entscheidend, damit die Nutzer nicht lapsen**

- Google und Wikipedia haben ähnliche Profile und Use Cases, trotz der unterschiedlichen Funktionen und Verwendungszwecke. Die Herausforderung besteht darin, dass die Nutzer auf unterschiedliche Weise auf diese Websites zugreifen, da Google, das oft die bevorzugte Wahl ist, als Tor zu verschiedenen Websites und damit zu Wettbewerbern dient. Dies verschafft Google einen Vorteil, da sich die Nutzer nicht aktiv für die Nutzung von Google entscheiden. Im Gegensatz dazu ist Wikipedia in hohem Maße von Suchmaschinen wie Google abhängig, was den Traffic angeht.
- Die Art, wie sowohl Current als auch Lapsed User online nach Informationen suchen, stellt eine zusätzliche Herausforderung dar, da viele Nutzer oft auf Wikipedia zu landen scheinen, ohne sich bewusst für den Besuch der Website zu entscheiden. Vor allem für Casual Searchers und Traditionalists ist es entscheidend, dass Wikipedia in den Suchergebnissen ganz oben erscheint. Casual Searchers beschränken ihre Suche in der Regel auf die Top-Ergebnisse und können Wikipedia übersehen, wenn die Website nicht darunter ist. Traditionalists sind ebenfalls stark von Suchmaschinen abhängig, da dies ihre bevorzugte Art der Informationssuche ist - das Fehlen von Wikipedia in den Top-Suchergebnissen verringert die Wahrscheinlichkeit, dass sie auf Wikipedia zugreifen.
- Die Tatsache, dass Current und Lapsed User von weitgehend denselben Faktoren und Barrieren betroffen sind, deutet darauf hin, dass es keinen spezifischen Pain Point für Lapsed User gibt. Dies untermauert noch einmal die Annahme, dass die Entscheidung für oder gegen die Nutzung von Wikipedia keine bewusste ist.

## **Vertrauenswürdigkeit ist Wikipedia's USP, vor allem im heutigen digitalen Zeitalter**

- Wikipedia's Alleinstellungsmerkmal ist Vertrauenswürdigkeit und die Klarheit der Quellen, die für Glaubwürdigkeit sorgen. Allerdings haben sowohl Lapsed als auch Current User Bedenken wegen möglicher Fehlinformationen durch die offene Bearbeitung von Wikipedia-Artikeln. Für Wikipedia ist es entscheidend, diese Befürchtung zu entkräften, um seine Nutzerbasis zu erhalten und zu erweitern. Dies gilt insbesondere im heutigen digitalen Zeitalter, in dem alle Nutzer/Segmente zunehmend vorsichtig sind, was die Vertrauenswürdigkeit der von ihnen konsumierten Informationen angeht. Wikipedia sollte sich darauf konzentrieren zu betonen, dass die Vertrauenswürdigkeit der Seite aus den Vorteilen der offenen Artikel-Bearbeitung resultiert, die effektiv verhindert, dass Wikipedia-Redakteure absichtlich langfristig Fehlinformationen oder Vorurteile verbreiten.
- Insgesamt ist trotz der Angst vor Fehlinformationen eine Verlagerung hin zu einem schnellen und oberflächlichen Suchverhalten zu beobachten, wobei Google sich immer häufiger zur Zielwebsite entwickelt, anstatt einer Plattform, die als Tor zu anderen Websites dient. Dies wird durch die weiter verbreitete Nutzung von Google-Info-Boxen noch einmal verdeutlicht.

# Methode der Traffic Analyse

## Ansatz

Die Datenerfassung für die Analyse von Wikipedia und seinen wichtigsten Mitbewerbern auf dem deutschen Markt umfasst die Auswahl relevanter KPIs. Zur Optimierung des Prozesses wurde ein vertrauensvoller, externer Datenanbieter mit der Extraktion von KPIs wie monatliche Besuche, eindeutige Besucher, Absprungrate etc. beauftragt.

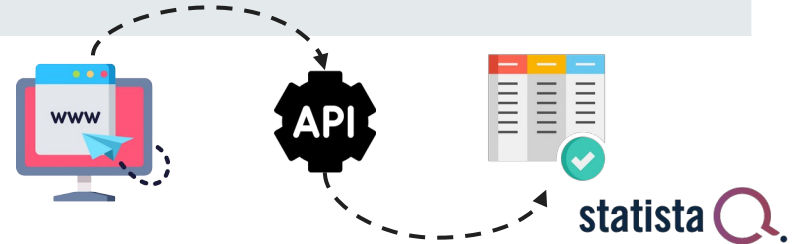
Der Extraktionsprozess umfasste die Identifizierung relevanter Metriken von Interesse, die Integration von APIs, die Standardisierung von Datenformaten und die Sicherstellung der Datengenauigkeit durch strenge Qualitätsprüfungen.

Dieser systematische Ansatz ermöglicht eine umfassende Analyse der Wettbewerbslandschaft und bietet Einblicke, die für die strategische Entscheidungsfindung im deutschen Online-Informationsmarkt entscheidend sind.



## KEY TAKEAWAYS

- **Identifizierung:** Definition spezifischer Metriken von Interesse, wie z. B. visits, unique visitors und Absprungraten, demografische Daten, traffic shares etc.
- **API-Integration:** Nutzung von API-Techniken, um Echtzeitdaten von ausgewählten KPIs und anderen relevanten Wettbewerbern von Wikipedia abzurufen.
- **Standardisierung:** Sicherstellung der Konsistenz durch Standardisierung der Datenformate über verschiedene Plattformen hinweg.
- **Qualitätssicherung:** Durchführung strenger Qualitätsprüfungen, um Anomalien herauszufiltern und die Genauigkeit der Daten sicherzustellen.

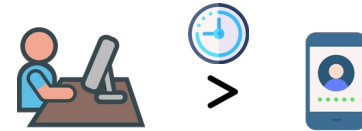


# Wesentliche Insights der Traffic Analyse

Für die Wikimedia-Website und ihre Konkurrenten wurden monatliche Daten für den Zeitraum von Oktober 2021 bis Oktober 2023 erhoben. Die Analyse konzentrierte sich auf verschiedene Aspekte, wie z. B. die zeitlichen Muster von (a) Traffic-Engagement, (b) Publikumsinteresse, (c) demografischer Überblick, (d) Wettbewerberanalyse und mehr.

1

**86,4%** der Nutzung ging von **Desktopgeräten** aus, während **nur 13,57 % von mobilen Geräten** ausging. Normalerweise verbringen die Nutzer 0:05:06 mit der Navigation auf Wikipedia auf dem Desktop und 0:05:06 auf dem Handy.



2

Zu den **Hauptkonkurrenten von Wikipedia** gehören [duden.de](#), [dict.cc](#), [deepl.com](#), [linguee.de](#), [spiegel.de](#), [wissen.de](#) und [sciencedirect.com](#).



3

Während des zweijährigen Zeitraums waren die **meistgesuchten Begriffe** auf Wikipedia Oppenheimer, Ukraine, NATO, Squid Game und Boris Pistorius.



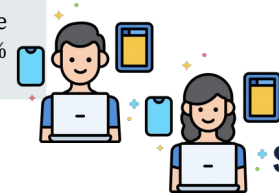
4

Bei den **Männern** hat die Altersgruppe der **18- bis 24-Jährigen** mit 17,03 % den **höchsten Marktanteil**. Bei den **Frauen** hat die Altersgruppe **der 25- bis 34-Jährigen** mit 8,53 % den höchsten Anteil.



5

Die **soziodemografischen Daten der Wettbewerber** zeigen, dass Männer im Allgemeinen in jeder Alterskategorie größere Anteile haben als Frauen. Die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen hat mit 17,03 % bei den Männern und 7,98 % bei den Frauen den größten Marktanteil



# Methode der Befragung



## Hintergrund:

Wikipedia hat mit rückläufigem Nutzerverkehr zu kämpfen. Da User und User-Traffic als Hauptgrundlage für die Gewinnung und Bindung neuer Mitwirkenden und Spendenden angesehen werden, möchte WMD verstehen, warum der Traffic sinkt, um Gegenmaßnahmen zu finden.



## Methode:

- Quantitative Befragung mithilfe eines Online-Access-Panels
- LoI= 10 Minuten



## Sample:

- 16 bis 69 Jährige, die in Deutschland leben
- National representative Quotierung nach Geschlecht, Alter und Region
- n= 2.000 in Deutschland




## Feldzeit:

08. Dezember bis 27. Dezember



## Kollaboration

Die Insights entstanden in enger Zusammenarbeit mit [statista](#) .

# Das Studiensample ist repräsentativ für die deutsche Online-Bevölkerung nach Geschlecht, Alter und Region

## Inzidenzrate

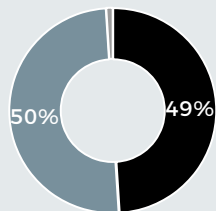
**86%**

Um die Relevanz für Wikipedia zu gewährleisten, konzentrierte sich die Studie auf Personen, die online nach Informationen suchen.

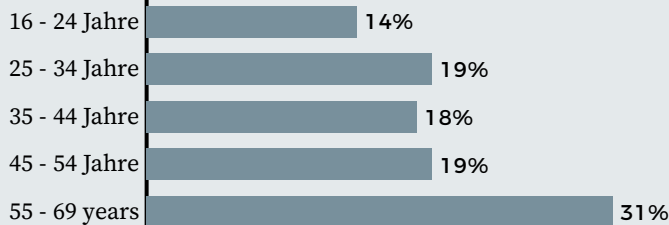
Die Inzidenzrate gibt den Anteil der Befragten an, die dieses Kriterium erfüllen. 14 % kamen demnach nicht für die Studie in Frage (nicht in den n= 2.000 enthalten).

## Geschlecht

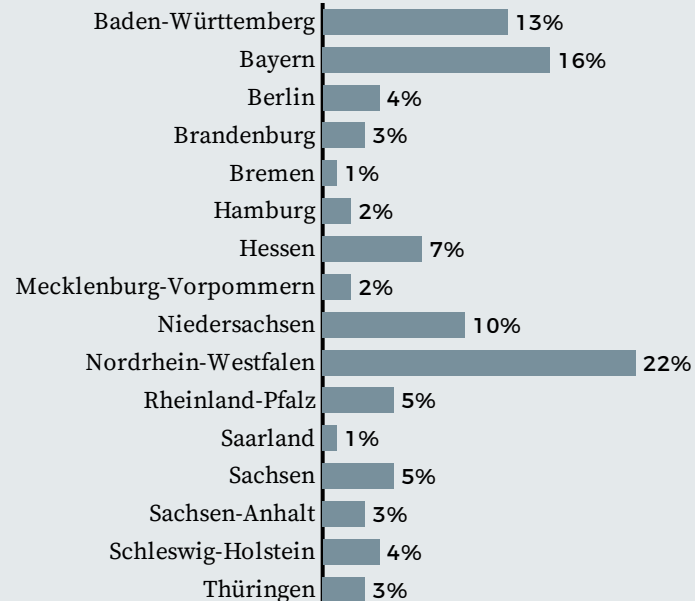
- Frauen
- Männer
- Divers



## Alter



## Region





# Konfidenzintervalle zur Schätzung der Unsicherheit in der Bevölkerung zwischen 16-69 Jahren, die online Infos suchen

ERHEBUNGSWERT IN STICHPROBE	UMFANG DER STICHPROBE	GRUNDGESAMTHEIT	IRRITUMSWAHRSCHEINLICHKEIT	MIT BERÜCKSICHTIGUNG DES DESIGNEFFEKTES ABWEICHUNG: +/- %	OHNE BERÜCKSICHTIGUNG DES DESIGNEFFEKTES ABWEICHUNG: +/- %
5% bzw. 95%	2.000	55.000.000	5%	1,4%	1,0%
10% bzw. 90%	2.000	55.000.000	5%	1,9%	1,3%
15% bzw. 85%	2.000	55.000.000	5%	2,2%	1,6%
20% bzw. 80%	2.000	55.000.000	5%	2,5%	1,8%
25% bzw. 75%	2.000	55.000.000	5%	2,7%	1,9%
30% bzw. 70%	2.000	55.000.000	5%	2,8%	2,0%
35% bzw. 65%	2.000	55.000.000	5%	3,0%	2,1%
40% bzw. 60%	2.000	55.000.000	5%	3,0%	2,1%
45% bzw. 55%	2.000	55.000.000	5%	3,1%	2,2%
50% bzw. 50%	2.000	55.000.000	5%	3,1%	2,2%

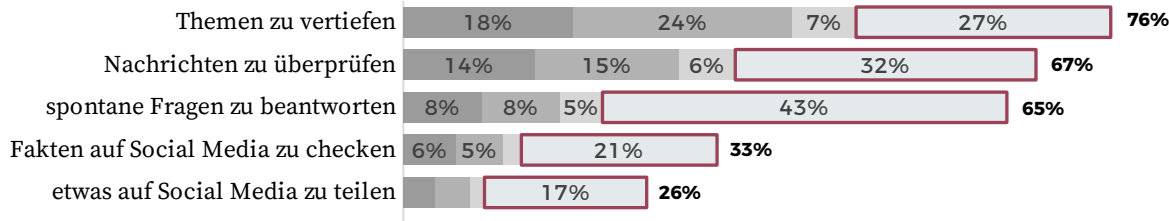
Konfidenzintervalle geben die Genauigkeit einer Schätzung an. Ein größeres Konfidenzintervall deutet auf Unsicherheit hin, während ein kleineres Intervall eine genauere Schätzung bedeutet. Lesebeispiel: „Bei einem Konfidenzniveau von 95 % kann der erhobene Wert von 20 % in unserer Stichprobe von  $n=2.000$  eine Abweichung von bis zu +/- 2,5 % aufweisen, wenn man den Designeffekt berücksichtigt“

# Informationssuche online

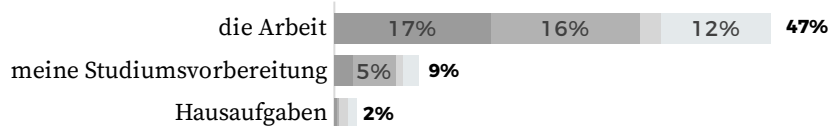


# 3 in 4 Internetnutzer möchten ihr Verständnis vertiefen - spontane Faktenchecks sind ebenfalls verbreitet

## Internetnutzung zur Informationsbeschaffung dient in der Regel dazu...



## Ich brauche die Informationen für...



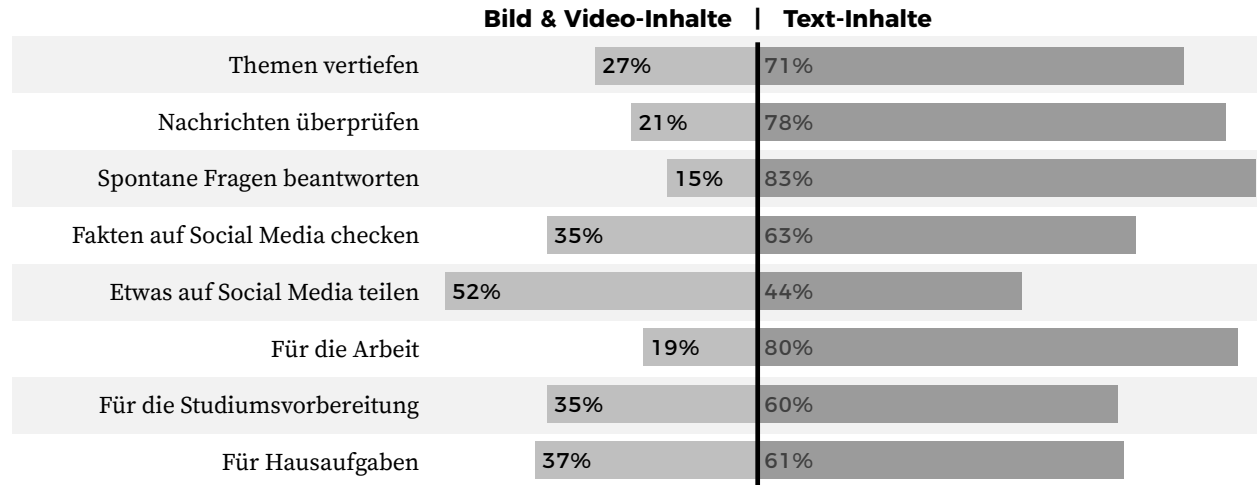
■ PC ■ Laptop ■ Tablet ■ Smartphone



Das **Smartphone** spielt eine zentrale Rolle bei der Informationssuche, die kontinuierliche Präsenz macht es **besonders wirksam** für häufige Anwendungsfälle wie **spontane Recherchen und Faktenüberprüfung**.

# Text-basierte Inhalte werden weiterhin bevorzugt - Grafiken für Social Media sowie in der Schule/Uni relevanter

Welches Format nutzen Sie präferiert bei der Informationssuche?



**Audio-Inhalte sind das unbeliebteste Format.**

Nur bei der Studienvorbereitung ist es für 5 % das bevorzugte Inhaltsformat.

# Vertrauenswürdigkeit, Aktualität der Informationen und verständliche Sprache sind Must-haves für Information

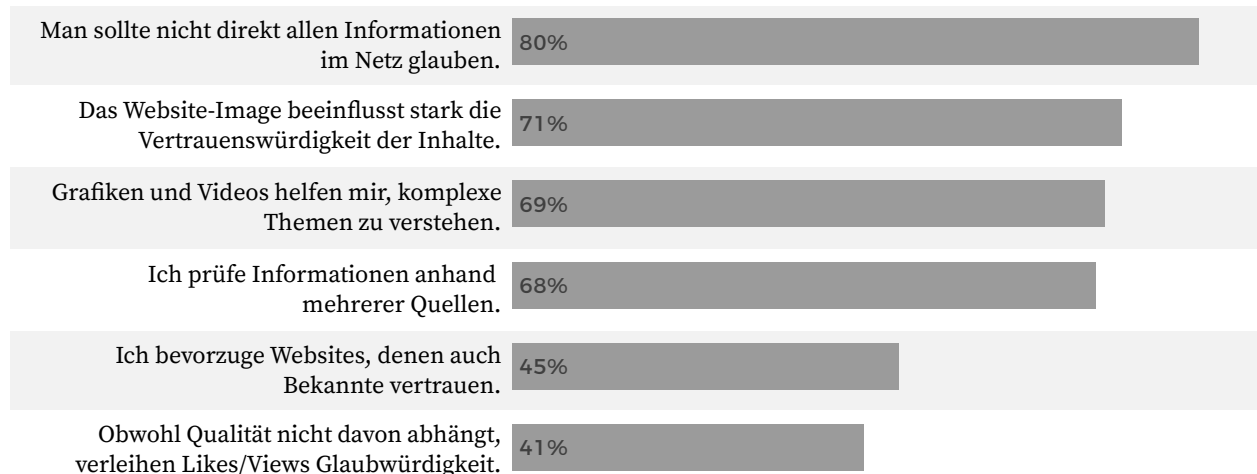
Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei Informationen im Internet? Top-2 Werte: (sehr) wichtig



**Der Spagat zwischen umfassender Information und effizienter Prägnanz** stellt ein Dilemma dar: Zu viel Information könnte unerwünscht und überfordernd sein, zu wenig könnte für das korrekte Verständnis nicht ausreichen.

# Desinformation scheint gängiges Problem zu sein; Website-image und soziales Umfeld schaffen Glaubwürdigkeit

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Statements zur Informationssuche zu? Top-2 Werte: Stimme (vollkommen) zu



**Akademiker sind vorsichtiger**, wenn es darum geht, Informationen online zu vertrauen. **73% von ihnen nutzen mehrere Quellen zur Überprüfung.**

# Clusterbildung auf Basis von Suchpräferenzen, Einstellung zur Informationsglaubwürdigkeit und zu Wikipedia

Informationssuchende wurden anhand ihrer Suchpräferenzen, ihres Suchverhaltens und ihrer Einstellung zu Wikipedia segmentiert. Die sich daraus ergebenden Segmente bieten ein differenziertes Verständnis dafür, wie verschiedene Gruppen im Internet an Informationen herangehen, und identifizieren die wichtigsten Treiber und Barrieren für die Wikipedia-Nutzung sowie deren Vorkommen in Deutschland.

Die folgenden Fragen wurden verwendet, um die verschiedenen Cluster zu identifizieren:



Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei Informationen im Internet?

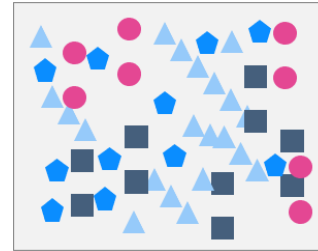


Unterschiedliche Statements bezüglich Glaubwürdigkeit von Informationen online

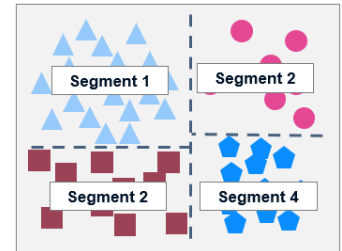


Unterschiedliche Statements zur Wikipedia Einstellung

**Ausgangssituation:** Unübersichtlicher Mix aus Informationsverhalten, Treibern und Barrieren für die Wikipedia-Nutzung.



**Ergebnis:** Homogene Segmente, um die wichtigsten Faktoren und Hindernisse für verschiedene Segmente zu ermitteln.



# Die deutsche Online-Bevölkerung kann in vier Personas mit verschiedenen Treibern und Barrieren eingeordnet werden

## Digital Explorers

Mitglieder suchen häufig nach Infos, um ihr Verständnis zu vertiefen und sich über aktuelle Ereignisse zu informieren. Sie verfügen über ein breites Arsenal an Suchmethoden und sind sehr empfänglich für Innovationen wie KI. Digital Explorers schätzen Wikipedia für die umfassende Informationen und klare Quellenangaben.

21%



## Traditionalists

Mitglieder tauchen gerne tief in ihre Informationssuche ein. Sie nutzen meist nur traditionelle Online-Suchmethoden und lehnen neuere Methoden wie soziale Medien und KI oft ab. Wikipedia wird im Allgemeinen positiv gesehen und ist stark mit der Idee verbunden, gründliche Informationen mit klaren Quellen bereitzustellen.

27%



## Casual searchers

Mitglieder suchen eher kurz und oberflächlich nach Informationen im Internet und sind weniger anspruchsvoll, wenn es um die Informationen geht, die sie konsumieren. Dies lässt auf ein geringes Engagement schließen. Casual Users assoziieren Wikipedia mit umfassenden Informationen und verständlicher Sprache.

28%



## Researchers

Mitglieder sind neugierig und echte Wissenschaftler - sie bevorzugen Suchmaschinen für ihre Informationssuche, schrecken aber auch nicht vor Social Media oder KI zurück. Sie haben hohe Erwartungen an Informationen online, und schätzen Wikipedia wegen seiner vertrauenswürdigen, vollständigen Informationen und Quellenklarheit sehr.

23%



## Zentrale Aspekte für die Segment-Differenzierung\*

(Reihenfolge der Relevanz für die Differenzierung, wobei 1 am entscheidendsten ist)



### Wichtige Kriterien für die Informationssuche

- Möglichkeit zur Interaktion (4 - 0,22)
- Aktualität der Informationen (8 - 0,13)

### Informationsglaubwürdigkeit

- Einfluss von Likes und Views (2 - 0,36)

### Einstellung zu Wikipedia

- Von der Nutzung wird abgeraten (1 - 0,5)
- Wikipedia ist benutzerfreundlich (3 - 0,28)
- Misstrauen ggü. Wikipedia aufgrund von eingeschränkter akademischer Nutzung (5 - 0,2)
- Wikipedia-Quellen verbessern Glaubwürdigkeit (6 - 0,16)
- Inhalte sind nicht unterhaltsam genug (7 - 0,15)



WIKIPEDIA



# Digital Explorers

92%

## TOP 5 SUCHFAKTOREN

91%

Vertrauenswürdigkeit

+ 8pp - 55-69-Jährige  
- 6pp - 16-24-Jährige

89%

Aktualität der Informationen

+ 9pp - 55-69-Jährige  
- 8pp - 16-24-Jährige

89%

Leichte Verständlichkeit

+ 7pp - 45-54-Jährige

89%

Umfassende Informationen

- 9pp - 16-24-Jährige

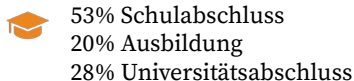
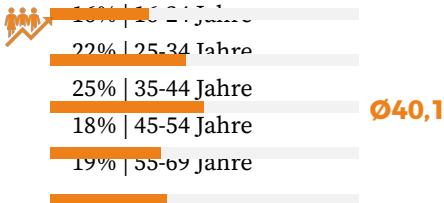
89%

Verschiedene Perspektiven

- 8pp - 16-24-Jährige

89%

## SOZIODEMOGRAFIE



▲ 5PP Unterschied von Total Basis  
▼ 10PP Unterschied von Total Basis  
Der Unsicherheitsgrad liegt zwischen 1,4 % und 3,1 %, ohne Designeffekt, Statista 2024

## SUCHVERHALTEN



Um Verständnis zu vertiefen und Fakten über aktuelle Ereignisse zu überprüfen

Aktuelle Informationen und interaktive Features sind wichtig



Häufige Nutzung von Social Media bei der Informationssuche; Likes und Views beeinflussen Glaubwürdigkeit der Informationen stark



Am empfänglichsten für Innovationen wie KI; ziehen diese oft traditioneller Suche vor

## EINSTELLUNG ZU WIKIPEDIA (Total zum Vergleich)

Bekannte raten von Nutzung ab (20%)



Wikipedia ist nutzerfreundlich (75%)



Weniger Vertrauen für akademische Nutzung (24%)



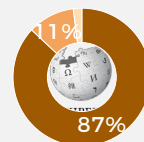
Höhere Glaubwürdigkeit durch Quellen (61%)



Wikipedia ist nicht unterhaltsam genug (20%)



21% der Infosuchenden



■ Current users  
■ Lapsed users



## BEDENKEN ÜBER IHRE DATEN

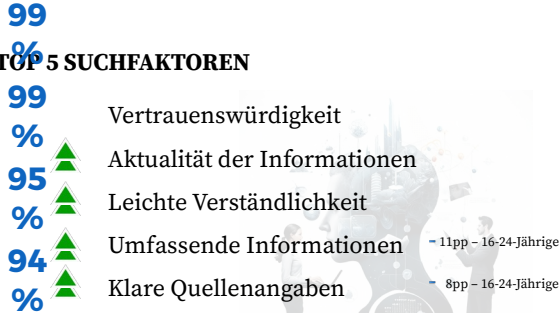
“Ich bin über **Desinformation** besorgt, insb. bei Social Media”

“Es ist wichtig zu wissen, **wer die Informationen bereitstellt** und welche Absichten dahinter stehen [...] Dies beeinflusst meine Suche nach Quellen stark. Trotzdem ist es **leicht, seriöse Quellen zu erkennen.**”

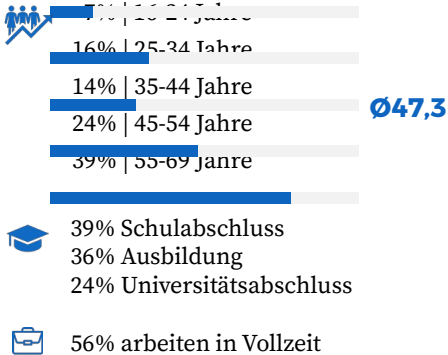


# Researchers

## TOP 5 SUCHFAKTOREN



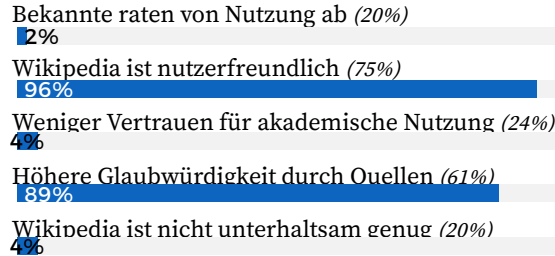
## SOZIODEMOGRAFIE



## SUCHVERHALTEN

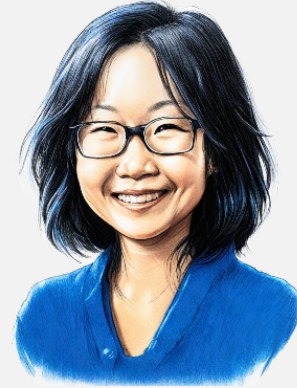
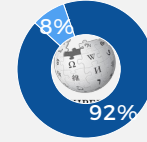
- Suchen häufig und spontan nach aktuellen Ereignissen und zur Verständnisvertiefung; Aktuelle Informationen am wichtigsten
- Vielseitige Anwendung von Suchmethoden, sowohl Suchmaschinen als auch Social Media und KI
- Likes und Views wirken sich teilweise auf Glaubwürdigkeit von Informationen aus
- Offen für Innovationen wie KI, jedoch wird traditionelle Suche bevorzugt

## EINSTELLUNG ZU WIKIPEDIA (Total zum Vergleich)



▲ 5PP Unterschied von Total Basis  
▲ 10PP Unterschied von Total Basis  
Der Unsicherheitsgrad liegt zwischen 1,4 % und 3,1 %, ohne Designeffekt, Statista 2024

23% der  
Infosuchenden

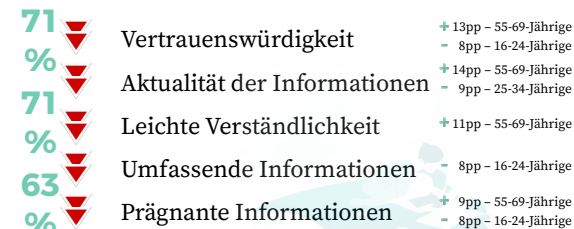


**BEDENKEN ÜBER IHRE DATEN**  
“Es gibt so viele Informationen, und manchmal auch **widersprüchliche Informationen**. Das macht die Informationssuche länger, weil ich **viele Informationen vergleichen muss, um mir ein endgültiges Urteil zu bilden.**”

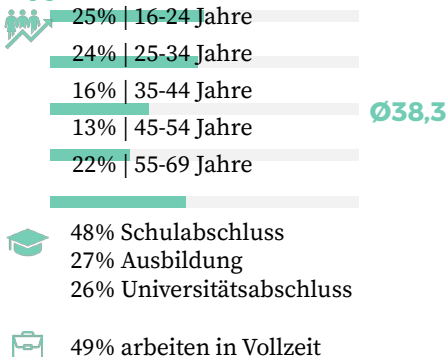
“Ich habe die Befürchtung, dass der Algorithmus nur eine **begrenzte Anzahl von Suchergebnissen** anzeigt oder dass **Ergebnisse, die gesponsert oder SEO-optimiert sind**, an erster Stelle stehen.”

# Casual Searchers




76  
8%  
TOP 5 SUCHFAKTOREN



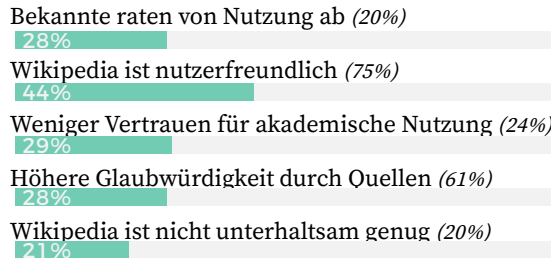
63  
%  
SOZIODEMOGRAFIE



## SUCHVERHALTEN

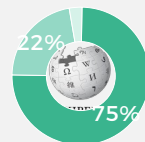
-  Geringe oder scheinbar sehr oberflächliche Informationssuche
-  Schauen sich am ehesten nur Info-Boxen an, anstatt tiefer zu suchen, indem sie auf andere Links oder Websites klicken
-  Unentschlossen gegenüber Innovationen wie KI; potentielle Risiken von Verzerrung sind ihnen scheinbar nicht bewusst

## EINSTELLUNG ZU WIKIPEDIA (Total zum Vergleich)



▲ 5PP Unterschied von Total Basis  
▼ 10PP Unterschied von Total Basis  
Der Unsicherheitsgrad liegt zwischen 1,4 % und 3,1 %, ohne Designeffekt, Statista 2024

28% der  
Infosuchenden



“

### BEDENKEN ÜBER IHRE DATEN

“Ich bin besorgt, dass ich **Fake News** lesen, glauben und verbreiten könnte”

“Es gibt unglaublich viele Websites, und wenn man sich die Mühe macht, kann man alles finden. Das Internet vergisst nie - das besorgt mich, weil ich auf Instagram etc. sehr aktiv bin.”

“Es besteht immer das Risiko, sich zu irren, vor allem, wenn ich nur **schnell** nach Informationen suche.”

# Traditionalists

98%

## TOP 5 SUCHFAKTOREN

95%

▲ Vertrauenswürdigkeit

94%

▲ Aktualität der Informationen - 10pp - 16-24-Jährige

84%

Umfassende Informationen

80%

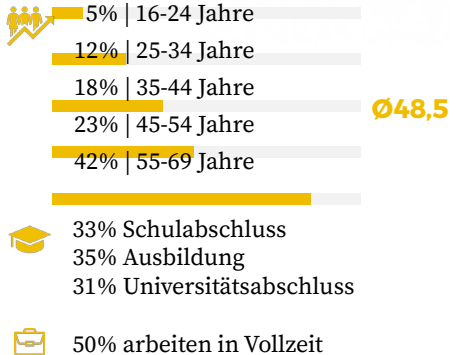
Leichte Verständlichkeit - 6pp - 16-24-Jährige

80%

Klare Quellenangaben - 9pp - 16-24-Jährige

76%

## SOZIODEMOGRAFIE



## SUCHVERHALTEN



Recherchieren häufig und spontan nach aktuellen Ereignissen zur Verständnisvertiefung; Aktuelle Informationen sind sehr wichtig

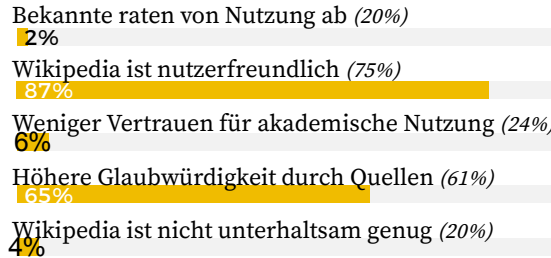


Nutzen Social Media am seltensten; Glaubwürdigkeit von Informationen ihrer Ansicht nach unberührt von Likes und Views



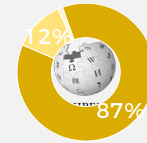
Widerstand gegen die Einführung neuer Technologien wie KI; erhöhtes Bewusstsein für potenzielle Risiken statt für Vorteile

## EINSTELLUNG ZU WIKIPEDIA (Total zum Vergleich)

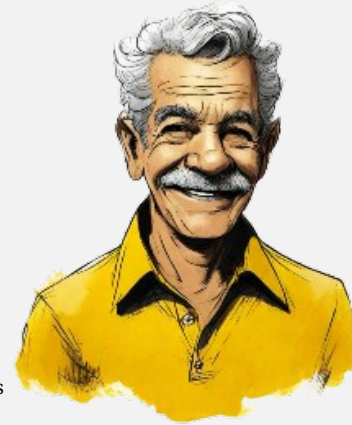


▲ 5PP Unterschied von Total Basis  
▼ 10PP Unterschied von Total Basis  
Der Unsicherheitsgrad liegt zwischen 1,4 % und 3,1 %, ohne Designeffekt, Statista 2024

27% der  
Infosuchenden



■ Current users  
■ Lapsed users



## BEDENKEN ÜBER IHRE DATEN

“Der Wahrheitsgehalt von Fakten ist schwer zu beurteilen. Es ist heute einfach, alles zu behaupten und Quellen zu fälschen. Durch KI wird es auch immer einfacher, Audio- oder Videoinhalte zu manipulieren.”

“V. a. bei politischen und sensiblen Themen vertraue ich nur wenigen Quellen, und selbst bei Kanälen, die ich für glaubwürdig halte, hinterfrage ich die Infos.“

# Plattformpräferenzen und -eigenschaften



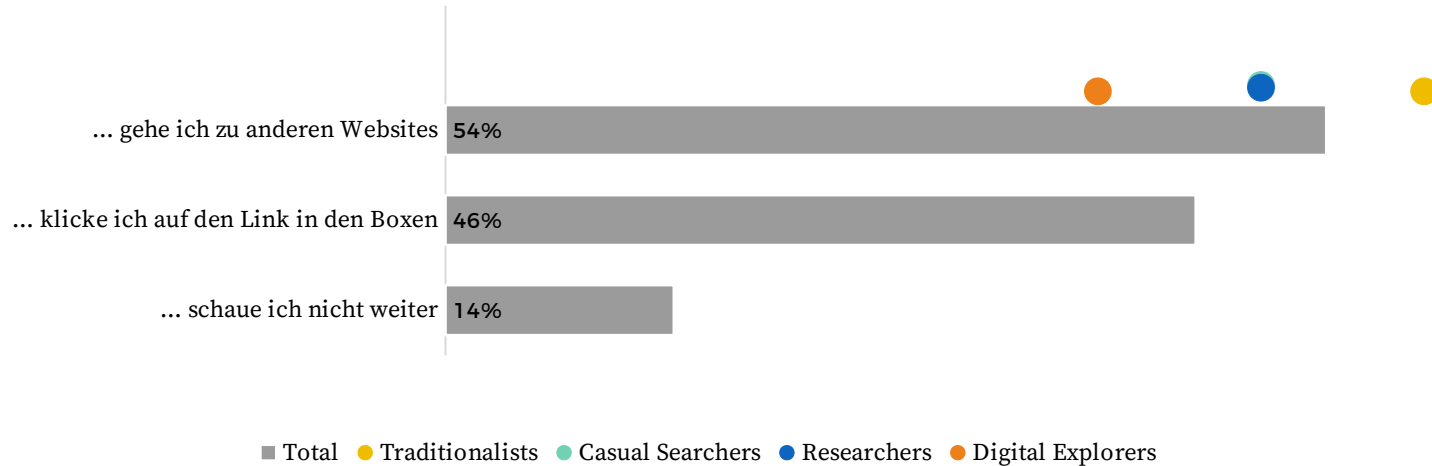
# Suchmaschinen und Websites am meisten verbreitet, insb. bei Researchers und Traditionalist; 50% nutzen Info Boxen

Welche Informationsquellen nutzen Sie?

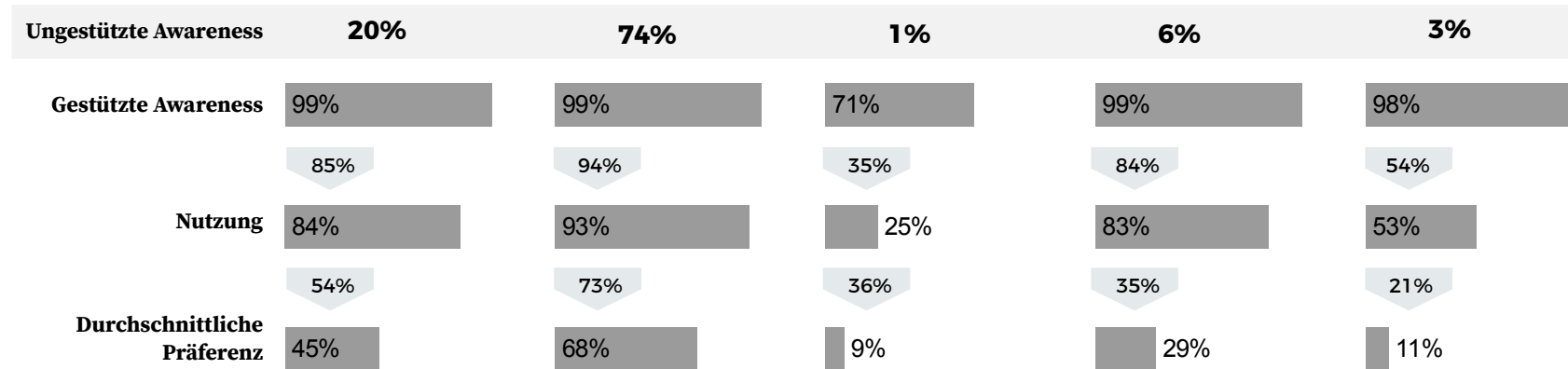


# Fast die Hälfte lässt sich überzeugen und klickt auf den weiterführenden Link; nur 1 von 7 sucht nicht weiter

Nach dem Lesen der Informationen in den Info Boxen...



# Wikipedia ist eine der Hauptquellen bei der Informationssuche - nur Google mit höherer Conversion

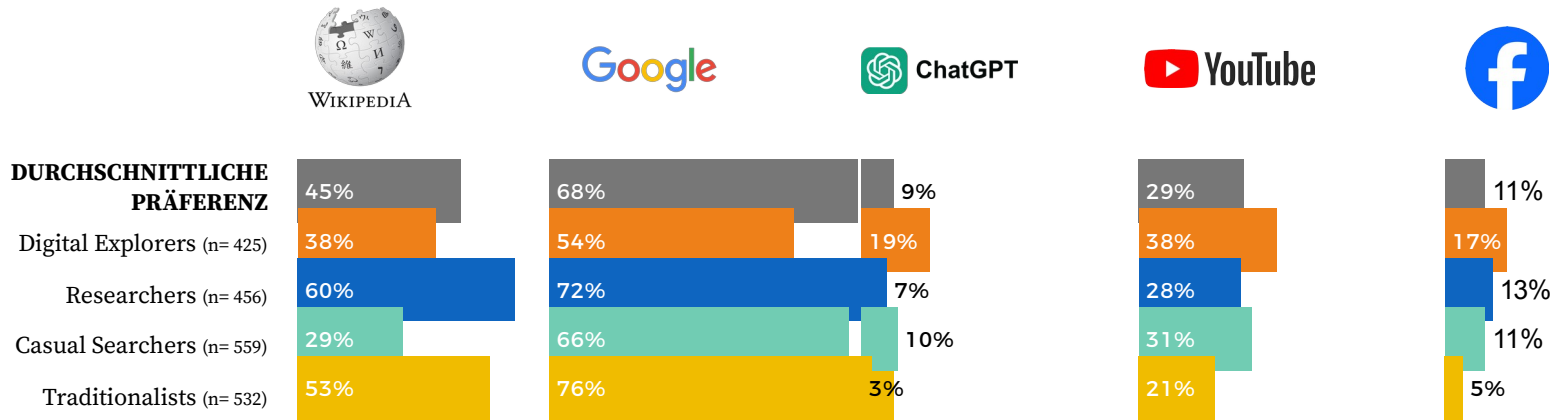


! Beim Vergleich von Daten zwischen verschiedenen Anbietern ist es wichtig, Unterschiede in Bezug auf den Zugang zu berücksichtigen (z. B. die Erstellung eines Kontos bei ChatGPT und Facebook).



# Google ist in allen Segmenten die bevorzugte Website; allerdings sind unterschiedliche Suchpräferenzen erkennbar

Welche Website bevorzugen die Segmente bei der Informationssuche? Bis zu 3 Websites pro Use case

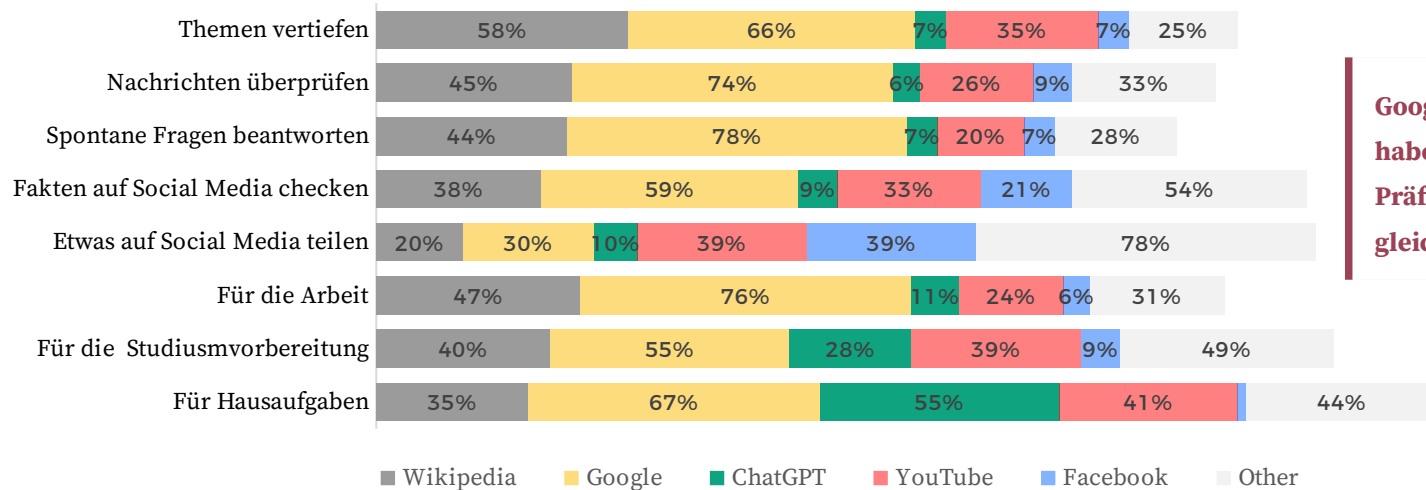


⚠️ Beim Vergleich von Daten zwischen verschiedenen Anbietern ist es wichtig, Unterschiede in Bezug auf den Zugang zu berücksichtigen (z. B. die Erstellung eines Kontos bei ChatGPT und Facebook).

Q16: Welche der angegebenen Websites oder Plattformen präferieren Sie bei Ihrer Informationssuche?  
 Der Unsicherheitsgrad liegt zwischen 1,4 % und 3,1 %, ohne Designeffekt. Basen sind je nach Website unterschiedlich und in der Grafik enthalten, Statista 2024

# Stärken von Wikipedia liegen in der Verständnisvertiefung, dem Nutzen bei der Arbeit und der Faktenüberprüfung

Welche Website bevorzugen Sie bei der jeweiligen Nutzung? Bis zu 3 Websites pro Use case



Google und Wikipedia haben einen hohen Präferenzanteil für die gleichen Use cases.



# Vertrauenswürdigkeit am häufigsten mit Wikipedia assoziiert - Quellenklarheit könnte Hauptgrund dafür sein

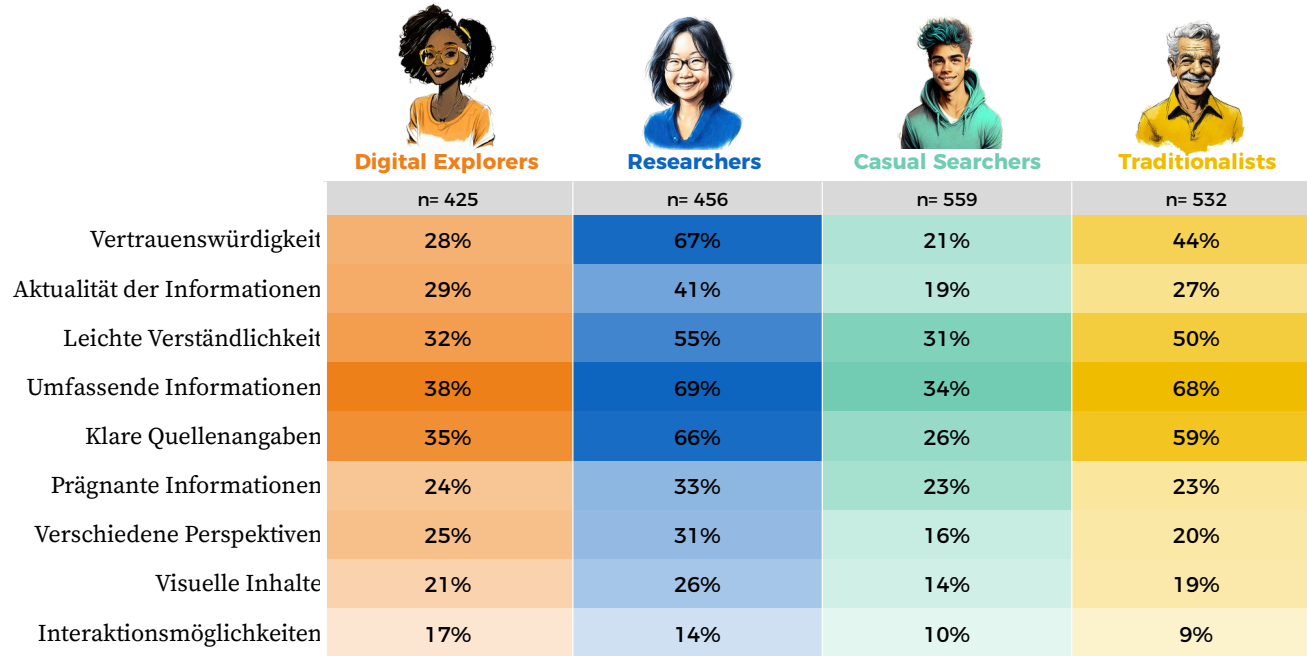


WIKIPEDIA



	n= 1.972	n= 437	n= 437	n= 425	n= 435
Vertrauenswürdigkeit	40%	33%	8%	12%	6%
Aktualität der Informationen	29%	51%	15%	20%	17%
Leichte Verständlichkeit	42%	49%	23%	40%	22%
Umfassende Informationen	52%	47%	17%	23%	7%
Klare Quellenangaben	46%	34%	9%	12%	7%
Prägnante Informationen	26%	41%	18%	22%	16%
Verschiedene Perspektiven	23%	28%	12%	19%	10%
Visuelle Inhalte	20%	34%	8%	51%	22%
Interaktionsmöglichkeiten	12%	10%	18%	16%	21%

# Informationen auf Wikipedia umfassend mit klaren Quellen; Vertrauen bei Researchers und Traditionalists höher



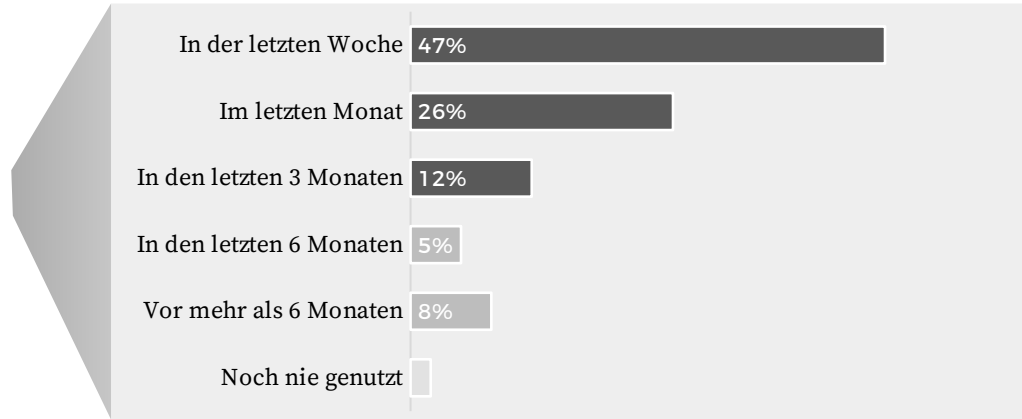
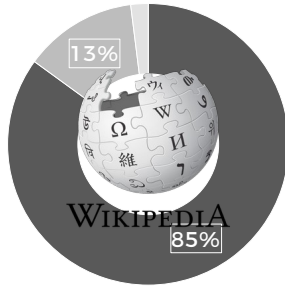
# Wikipedia Nutzung: Aktuelle Nutzer



WIKIPEDIA

# Große Mehrheit der Online-Bevölkerung nutzt Wikipedia; nur wenige haben Wikipedia noch nie genutzt

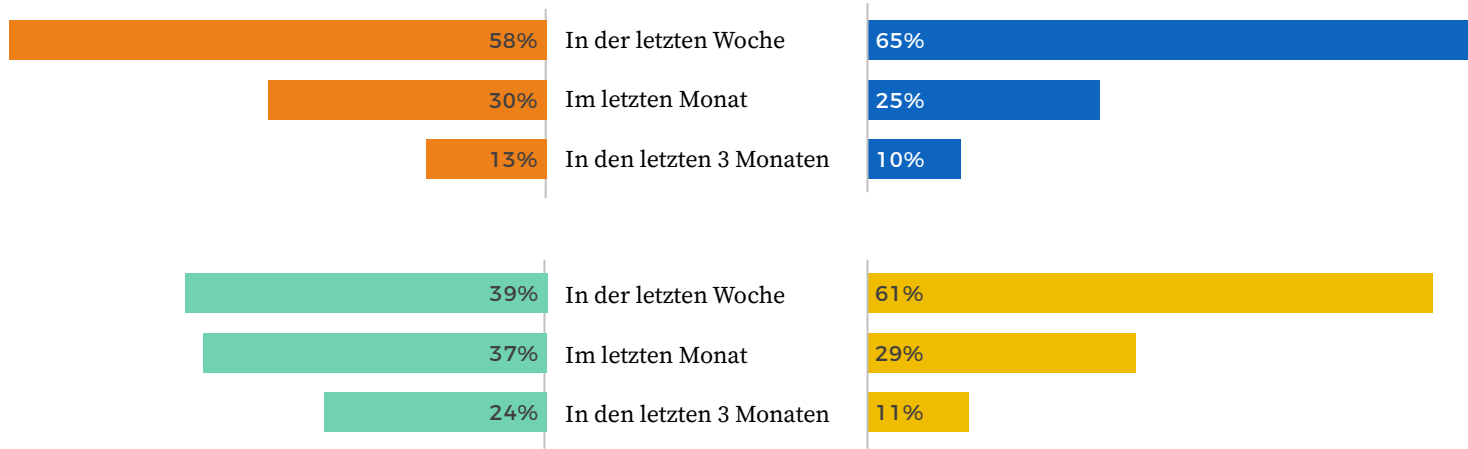
Wann haben Sie Wikipedia zuletzt genutzt?



■ Current users   ■ Lapsed users   ■ Non-users

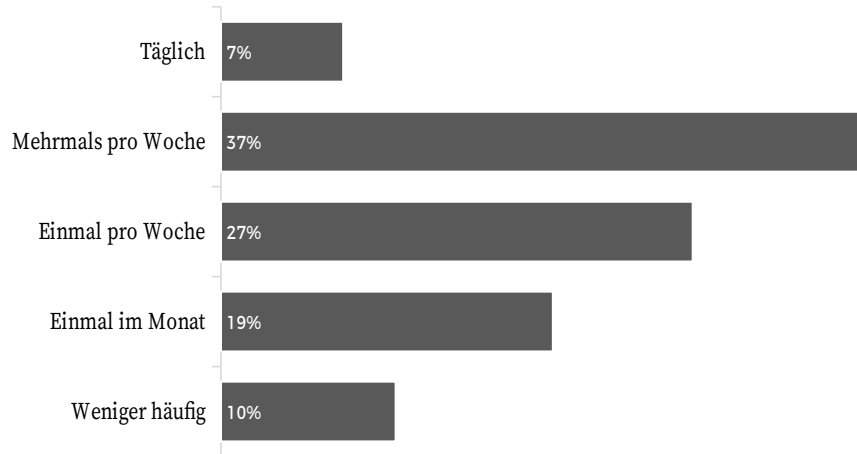
# Casual Searchers greifen deutlich seltener auf Wikipedia zu als andere Segmente

Wann haben Sie Wikipedia zuletzt genutzt?



# Häufige Nutzung: 7 von 10 aller aktuell Nutzenden greifen mindestens einmal pro Woche auf Wikipedia zu

Wie häufig nutzen Sie Wikipedia normalerweise?

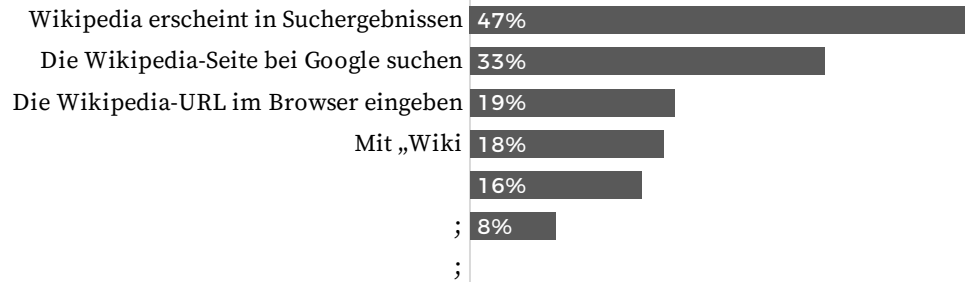


**Digital Explorers heben sich besonders deutlich ab: 57%** nutzen Wikipedia mehrmals pro Woche. Im Gegensatz dazu greifen Casual Searchers seltener auf Wikipedia zu (35 %).

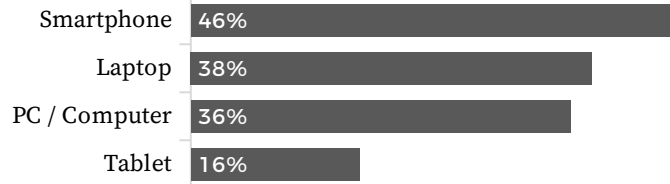


# Wikipedia ist oft keine bewusste Entscheidung - Nutzende wählen die schnelle Option an der Spitze der Suchergebnisse

## Und wie greifen Sie normalerweise auf Wikipedia zugegriffen?



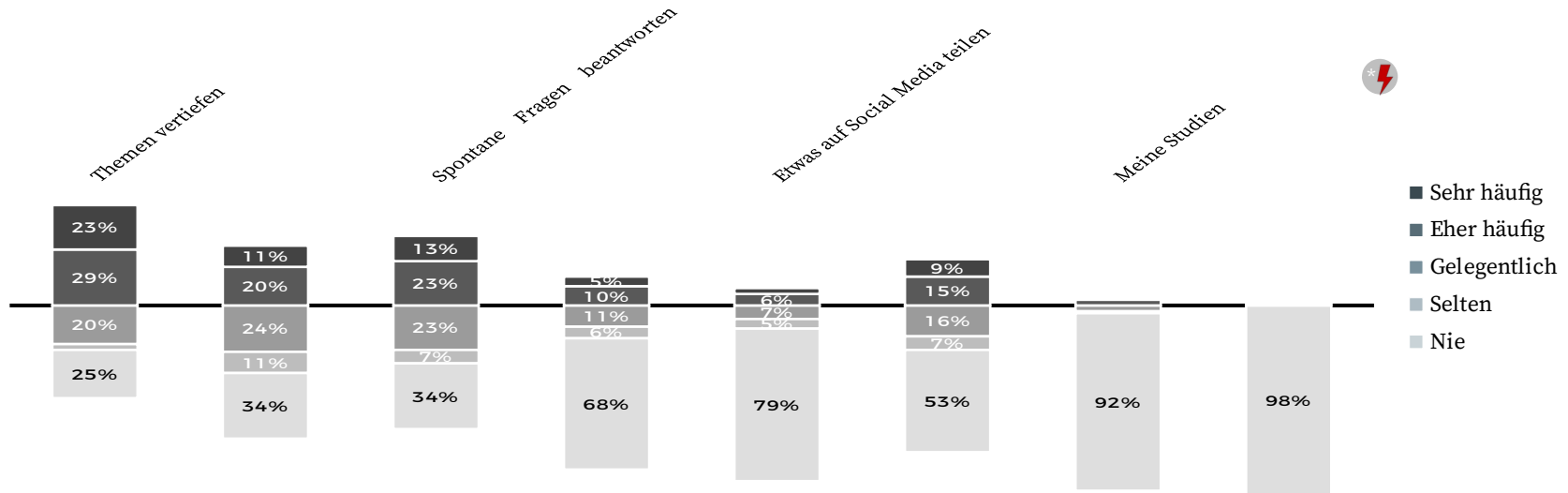
## Normalerweise nutze ich Wikipedia via...



Personen mit **höherem Bildungsabschluss nutzen ein breiteres Spektrum an Zugriffsarten**. Während Smartphones eine zentrale Rolle bei der Informationssuche spielen, nutzen **Menschen über 45 Jahre lieber PCs und Laptops**.

# Wikipedia wird für schnelle Fragen und intensive Recherche genutzt; seltener für Social Media und akademische Zwecke

In welchen Situationen nutzen Sie Wikipedia?



# Benutzerfreundlichkeit ist der wichtigste Treiber für Wikipedia; Researchers haben die positivste Meinung



WIKIPEDIA  
Current users



Digital Explorers



Researchers



Casual Searchers



Traditionalists

	n=1.677	n=372	n=422	n=419	n=464
Wikipedia ist nutzerfreundlich.	79%	81%	97%	46%	90%
Wikipedia erlaubt besseren Fokus, weil es werbefrei ist.	71%	78%	88%	37%	80%
Quellenangaben erhöhen die Glaubwürdigkeit.	66%	74%	91%	32%	67%
Wikipedia ist objektiver, da Inhalte frei von Einfluss durch Werbung sind.	57%	69%	81%	24%	57%
Wikipedia-Editoren sind kompetent.	52%	66%	77%	26%	43%
Wikipedia bietet Perspektivenvielfalt.	50%	67%	73%	27%	37%
Diskussionen bei der Erstellung von Artikeln zu verfolgen ist mir wichtig.	36%	69%	44%	25%	13%

# Skepsis bei Digital Explorers & Casual Searchers; Größte Hürde ist Angst vor Falschinfos durch die offene Bearbeitung



WIKIPEDIA  
Current users



Digital Explorers



Researchers



Casual Searchers

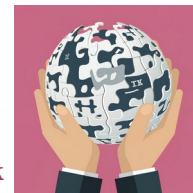
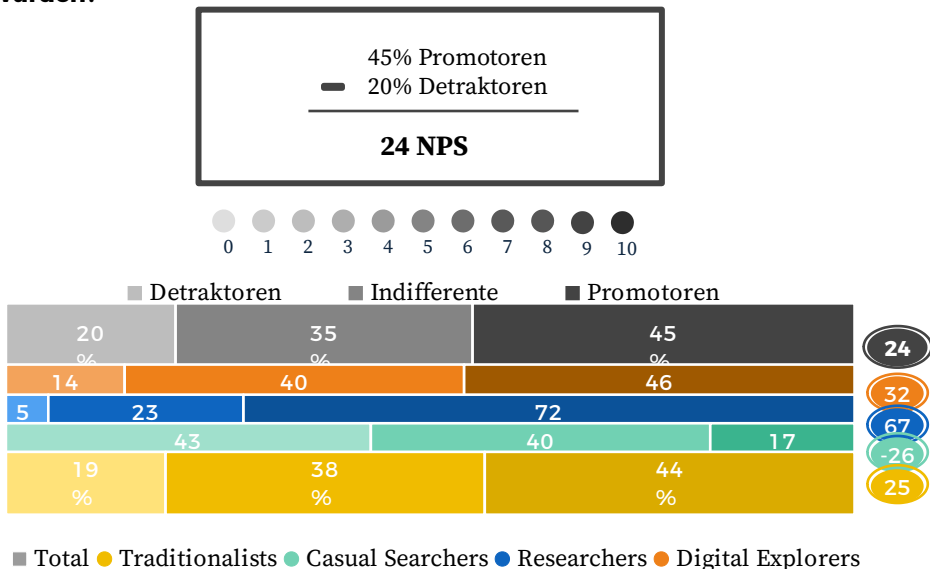


Traditionalists

	n=1.677	n=372	n=422	n=419	n=464
Offene Bearbeitung führt häufig zu Fehlinformationen.	37%	67%	17%	43%	27%
Artikel gibt es häufig nicht in meiner Sprache.	24%	61%	9%	24%	9%
Ich traue Wikipedia nicht, da man es nicht für akademische Zwecke verwenden darf.	24%	65%	4%	28%	5%
Viele Bekannte raten von der Nutzung ab.	20%	56%	2%	28%	2%
Wikipedia-Inhalte sind nicht unterhaltsam genug.	20%	58%	4%	21%	3%
Wikipedia „geht nicht mit der Zeit“.	17%	41%	7%	17%	6%

# Meinungen über Wikipedia unterscheiden sich stark – Researcher haben die positivste Einstellung zu Wikipedia

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Wikipedia Ihren Freund:innen oder Familienmitgliedern empfehlen würden?



**Der NPS variiert stark**

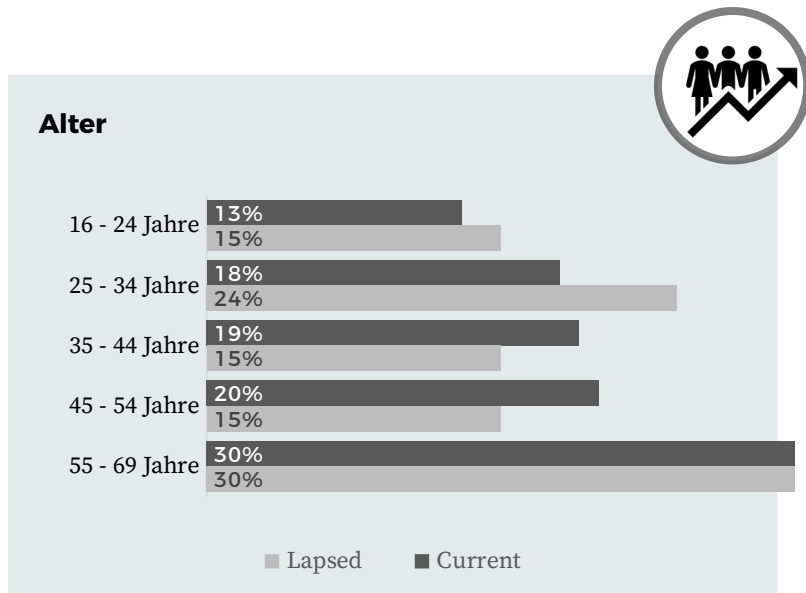
zwischen den Segmenten, wobei **Researchers** am positivsten sind und **Wikipedia am ehesten weiterempfehlen würde**. Im Gegensatz dazu weisen Casual Searchers sogar einen negative NPS auf, was auf eine deutlich niedrige Empfehlungsbereitschaft hindeutet.

# Wikipedia Nutzung: Nichtmehr Nutzende



# WIKIPEDIA

# Nichtmehr Nutzende sind jünger und haben seltener einen Hochschulabschluss – fast 2 von 3 sind Frauen



## Geschlecht

User: **52%** sind Männer, **48%** sind Frauen

Lapsed User: **35%** sind Männer, **63%** sind Frauen



## Bildungsabschluss

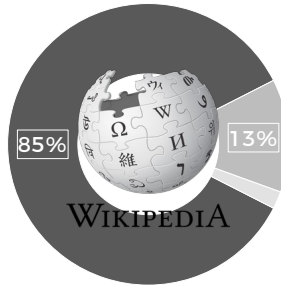
**29%** der Wikipedia User haben einen

Hochschulabschluss – währenddessen haben dies nur **17%** der Lapsed User.



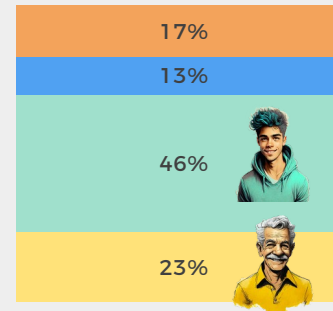
# 13% der deutschen Online-Bevölkerung nutzen nicht mehr – 7 von 10 davon sind Casual Searchers und Traditionalists

Wann haben Sie Wikipedia zuletzt genutzt?



■ Current users ■ Lapsed users ■ Non-users

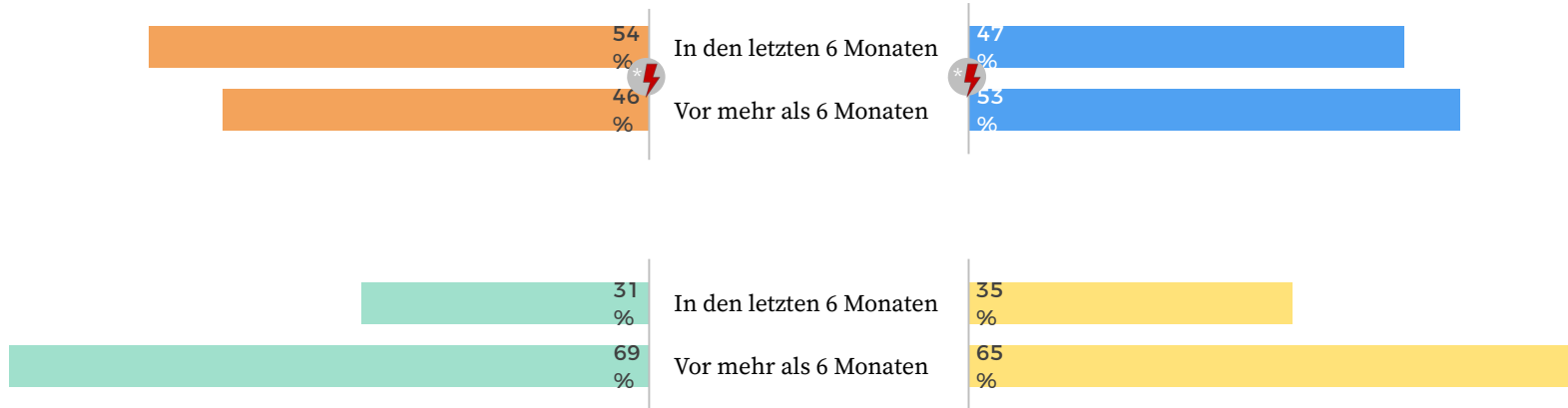
Auf welche Segmente verteilen sich die meisten Lapsed User?





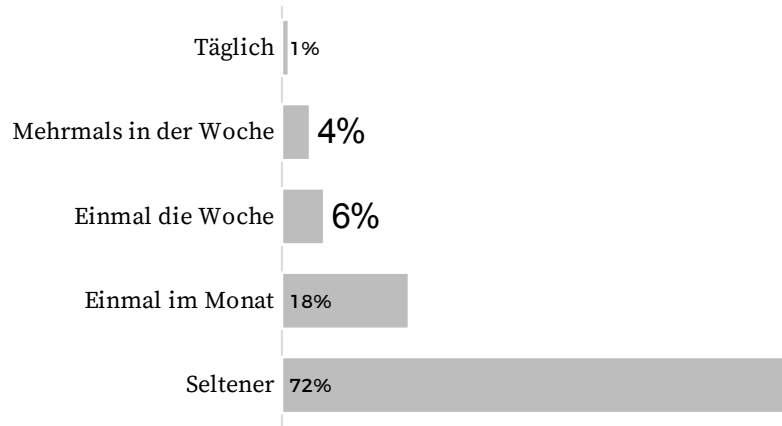
# Die meisten Nichtmehr Nutzenden haben Wikipedia längere Zeit nicht genutzt – v. a. Casual Searchers und Traditionalists

Wann haben Sie Wikipedia zuletzt genutzt?

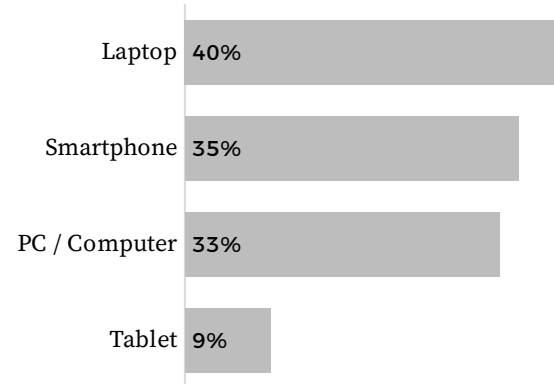


# Wikipedia wurde von Nichtmehr Nutzenden schon vor der Abkehr nur selten genutzt

Wie häufig haben Sie Wikipedia normalerweise genutzt?


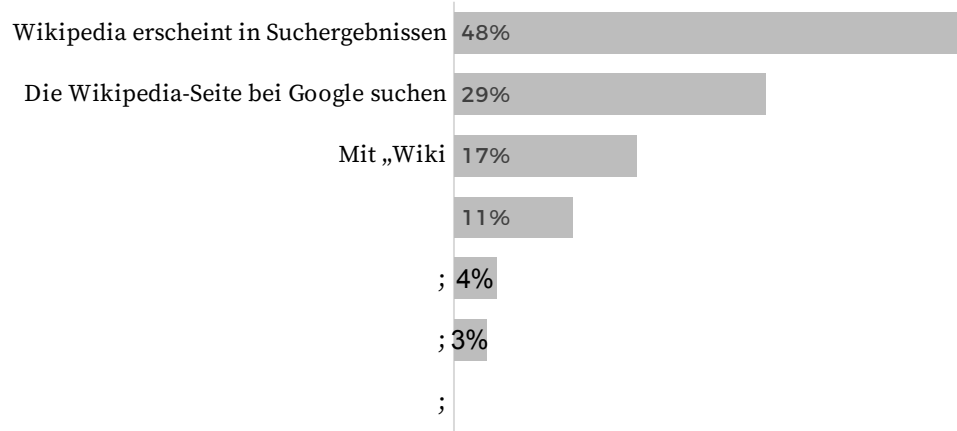


Normalerweise habe ich Wikipedia genutzt via...



# Häufigster Zugriff erfolgte vorher über Google - die App, Lesezeichen oder die Eingabe der URL waren kaum relevant

Wie haben Sie normalerweise auf Wikipedia zugegriffen?



**Casual Searchers (57%)  
und Traditionalists (48%)  
nutzen Wikipedia häufig über  
Suchergebnisse.**

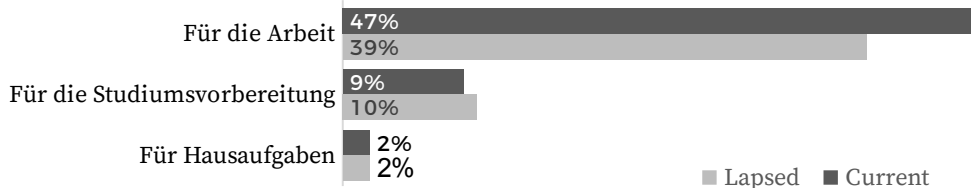
Dementsprechend gering ist die direkte Nutzung via **app (3%, 2%)**, **Wikipedia-Lesezeichen(3%, 5%)** oder **URL (11%, 10%)**.

# Nichtmehr Nutzende haben in allen Bereichen geringeren Informationsbedarf, außer bei der Studienvorbereitung

## Internetnutzung zur Informationsbeschaffung dient in der Regel dazu...

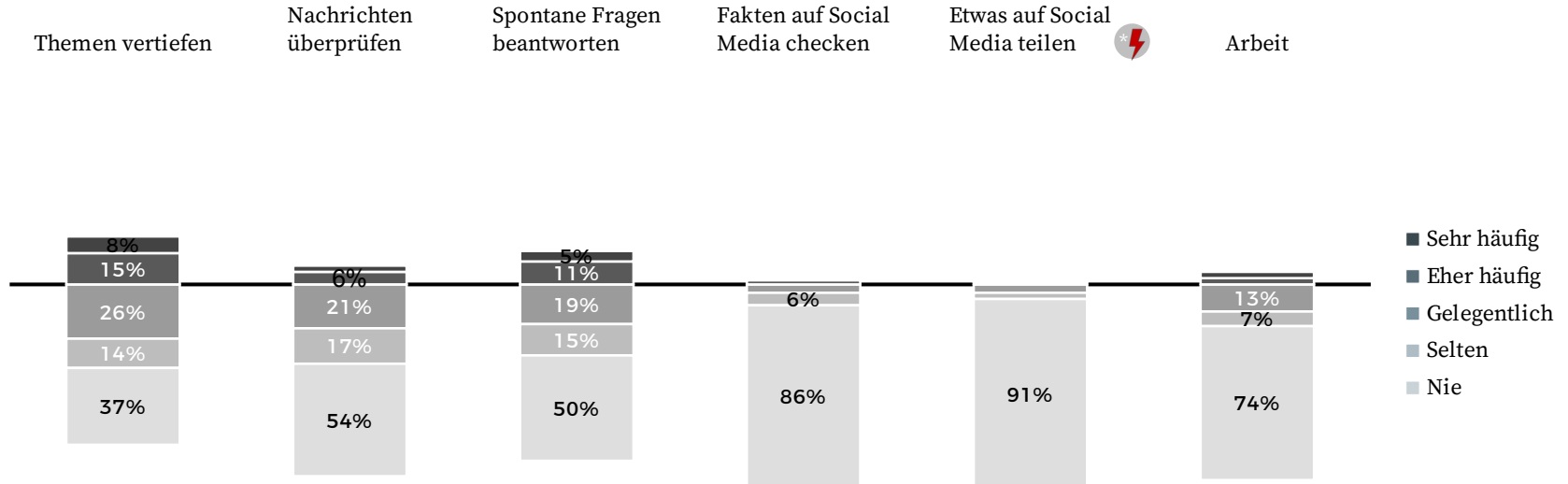


## Ich brauche die Information für...



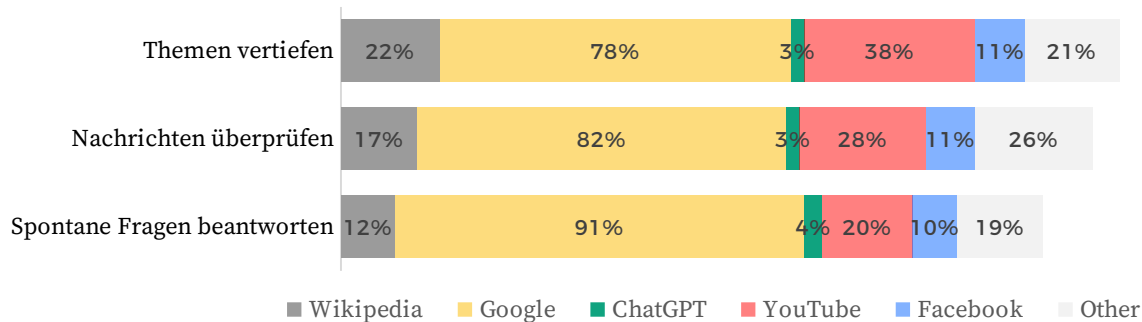
# Obwohl sie online nach Informationen suchten, haben sich Nichtmehr Nutzende selten an Wikipedia gewandt

## In welchen Situationen haben Sie Wikipedia genutzt?



# Google ersetzt Wikipedia bei den Nichtmehr Nutzenden - Chance, einige Nutzer zurückzugewinnen, bleibt bestehen

Welche Website bevorzugen Sie bei der jeweiligen Nutzung? Bis zu 3 Websites pro Use case



Google (71%) wurde am häufigsten als Website genannt, die Wikipedia für Lapsed User ersetzt- mit einem **enormen Abstand zu YouTube (4%)**, die am zweithäufigsten genannte Website.



# Nichtmehr Nutzende haben dieselben Treiber wie aktuell Nutzende, nur auf niedrigerem Niveau; Casual Searchers sehen kaum Anreize



WIKIPEDIA  
Lapsed users



Digital Explorers



Researchers



Casual Searchers



Traditionalists

	n=265	n=46 ⚡	n=34 ⚡	n=123	n=62
Wikipedia ist nutzerfreundlich.	58%	57%	91%	43%	73%
Wikipedia erlaubt besseren Fokus weil es werbefrei ist.	50%	59%	74%	33%	65%
Quellenangaben erhöhen die Glaubwürdigkeit.	41%	54%	74%	20%	56%
Wikipedia ist objektiver, da Inhalte frei von Einfluss durch Werbung sind.	36%	46%	56%	20%	50%
Wikipedia-Editoren sind kompetent.	32%	35%	74%	19%	35%
Wikipedia bietet Perspektivenvielfalt.	30%	50%	53%	15%	34%
Diskussionen bei der Erstellung von Artikeln zu verfolgen ist mir wichtig.	23%	52%	32%	19%	6%

# Wesentliches Hindernis für alle Personas ist die Angst vor Falschinfos durch offene Bearbeitung – Digital Explorers kritischer



WIKIPEDIA  
Lapsed users



Digital Explorers



Researchers



Casual Searchers



Traditionalists

	n=265	n=46 ⚡	n=34 ⚡	n=123	n=62
Offene Bearbeitung führt zu Fehlinformationen.	46%	50%	18%	56%	40%
Ich traue Wikipedia nicht, da man es nicht für akademische Zwecke verwenden darf.	28%	46%	12%	34%	13%
Artikel gibt es häufig nicht in meiner Sprache.	21%	39%	15%	22%	10%
Viele Bekannte raten von der Nutzung ab.	21%	41%	6%	28%	-
Wikipedia-Inhalte sind nicht unterhaltsam genug.	21%	28%	12%	22%	18%
Wikipedia „geht nicht mit der Zeit“.	20%	37%	6%	22%	13%

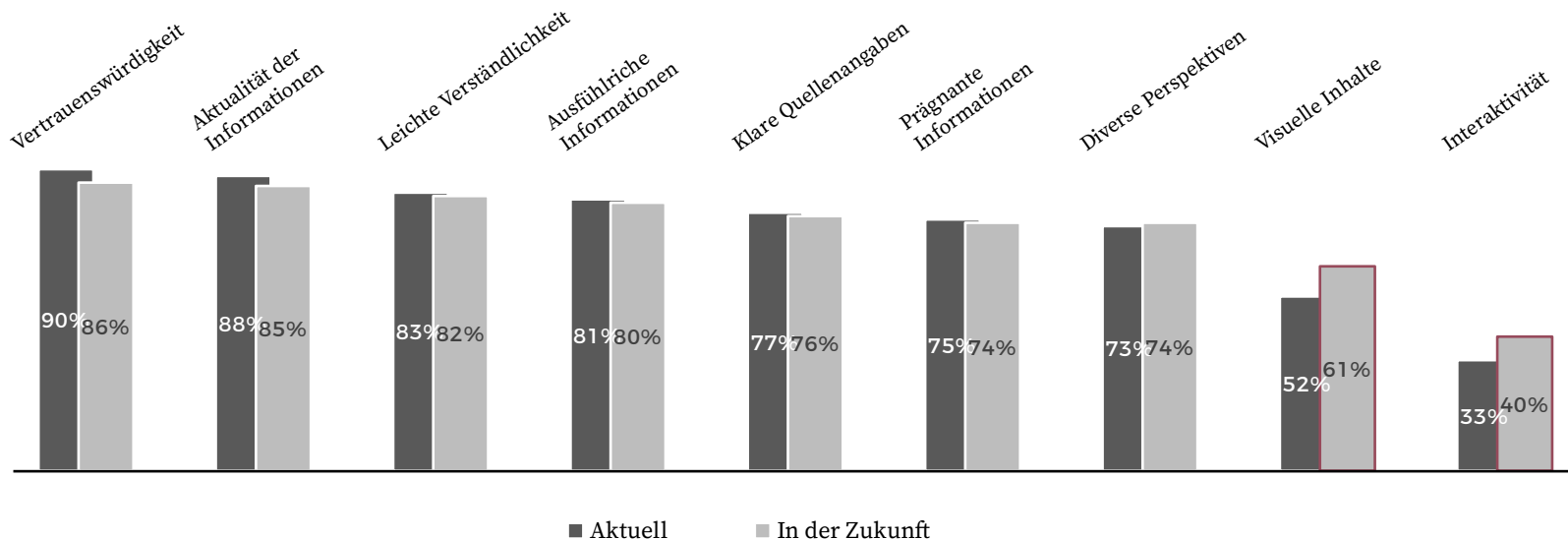


# Zukunft der Online- Informationen



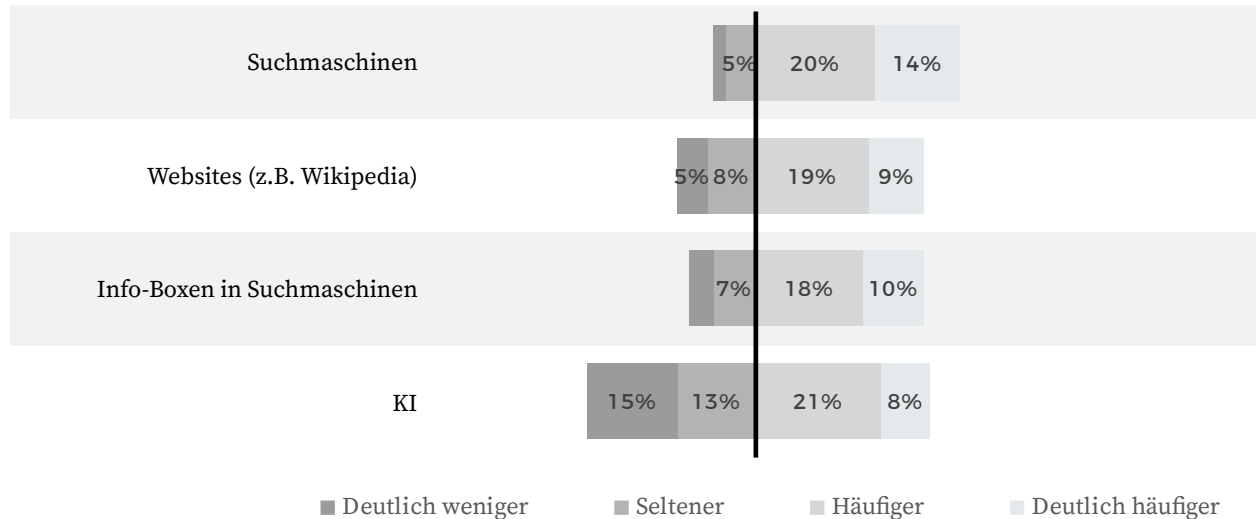
# Wichtige Aspekte bleiben auch in Zukunft gleich: Visuelle Elemente & Interaktivität bleiben trotz Zuwachs an letzter Stelle

Welche Aspekte von Informationen werden Ihrer Meinung nach zukünftig am wichtigsten sein? Top-2 Werte: (Sehr) Wichtig



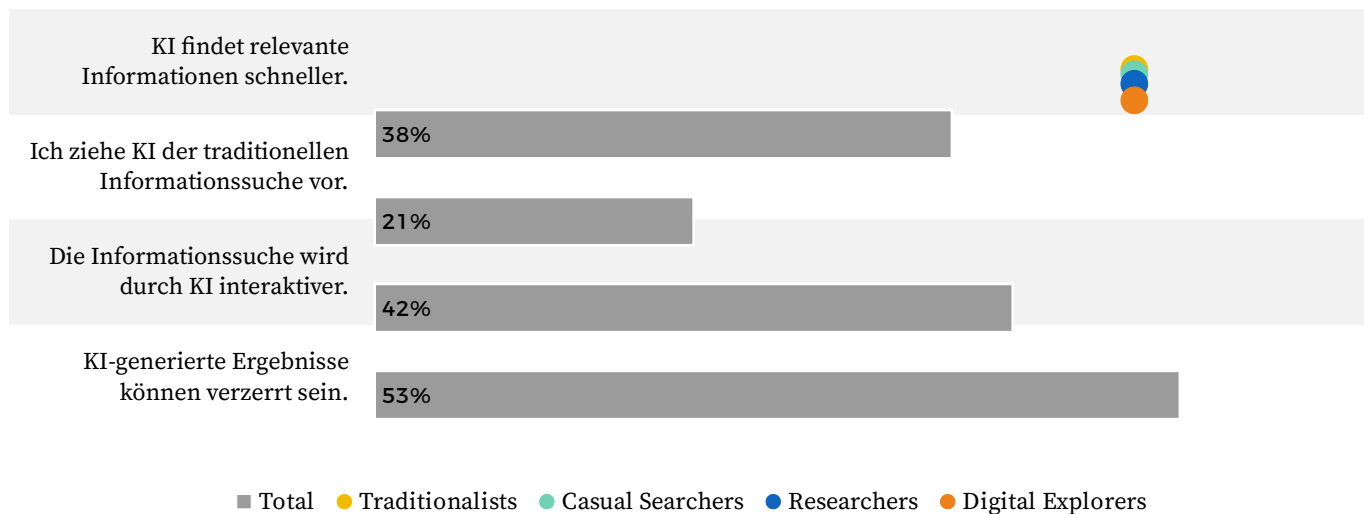
# 28 % erwarten, dass KI-Nutzung sinken wird - stärkster Rückgang unter allen Informationsquellen

Welche Arten an Informationsquellen werden Sie zukünftig mehr und welche weniger nutzen?



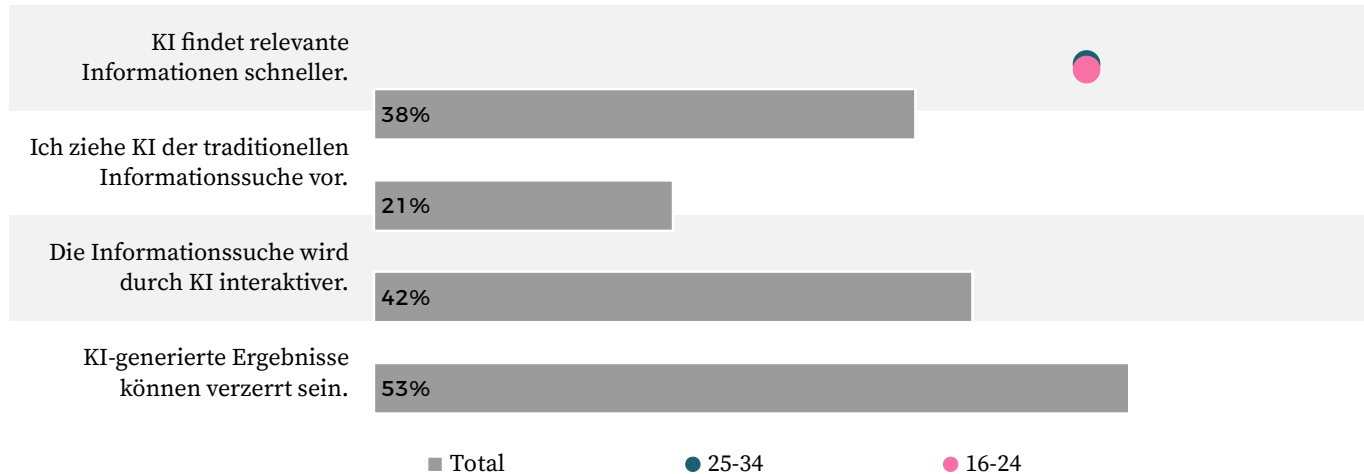
# Digital Explorers schätzen KI am meisten, sehen aber auch mögliche Gefahren; Traditionalists zeigen größte Abneigung

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Statements hinsichtlich KI in Bezug auf die Informationssuche zu? Top-2 Werte: stimme (vollkommen) zu



# Jüngere Altersgruppen sehen größeren Nutzen in KI – trotzdem zieht nur 1 in 3 KI der traditionellen Suche vor

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Statements zu KI in Bezug auf die Informationssuche zu? Top-2 Werte: stimme (vollkommen) zu



# Reach out to us



**Henning Sauerland**

Head of Market Research

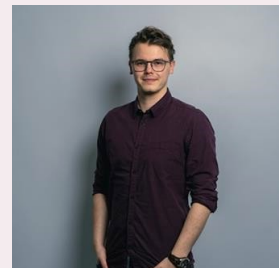
[henning.sauerland@statista.com](mailto:henning.sauerland@statista.com)



**Minha Yeo**

Market Research Consultant

[minha.yeo@statista.com](mailto:minha.yeo@statista.com)



**Philip Schneid**

Market Research Consultant

[philip.schneid@statista.com](mailto:philip.schneid@statista.com)