

# Gewinnen und Halten von neuen Autorinnen und Autoren - Was tut WMDE?



**WIKIMEDIA**  
DEUTSCHLAND

# Agenda

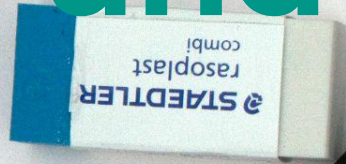
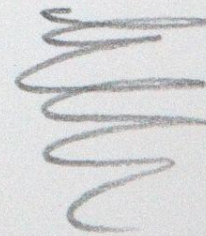
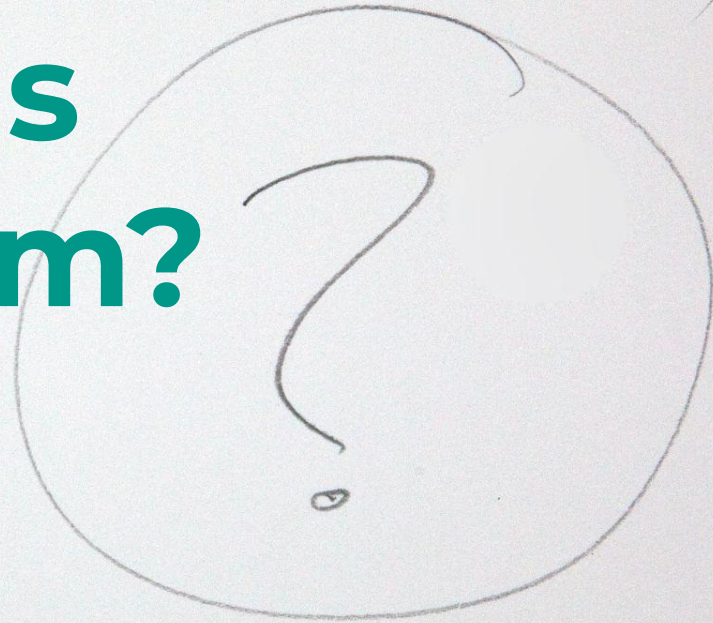
- **Wer, was und warum?**
- **Rückblick 2020 und 2021**
- **Ausblick: Wie geht es weiter?**



# Wer, was und warum?



WIKIMEDIA  
DEUTSCHLAND



# Wer sind wir?



Christine  
Domgörgen



Merle von Wittich



Hanna Klein



Verena Lindner



Max Klemm

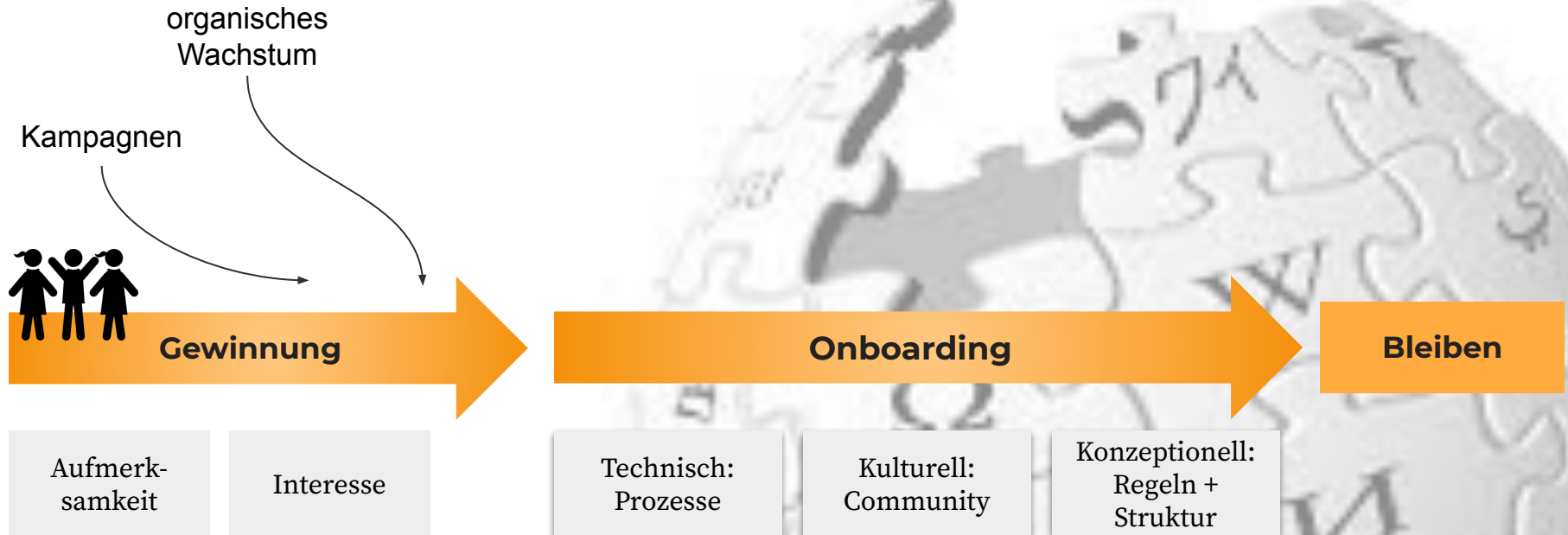
# Was und warum? Unser Ziel



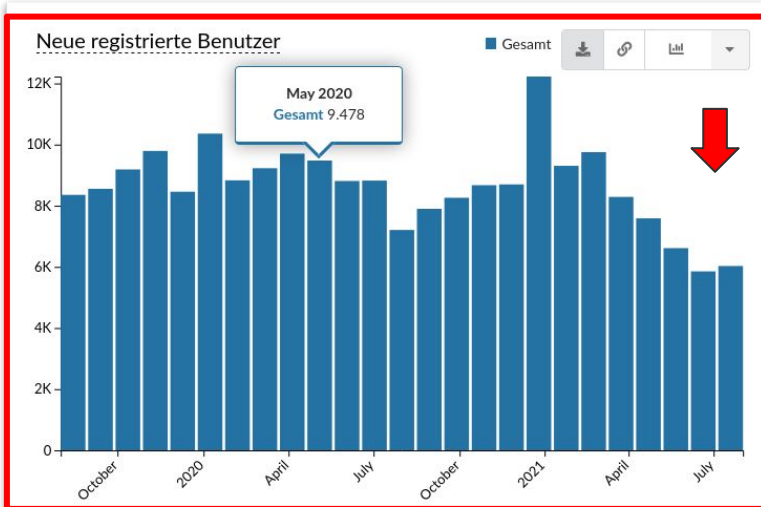
## Freiwillige gewinnen

Mehr und unterschiedliche Menschen sollen Zugang zu den Wikimedia-Communitys finden und sich entscheiden, dazu beizutragen.

# Einstiegsweg von Neuautor\*innen

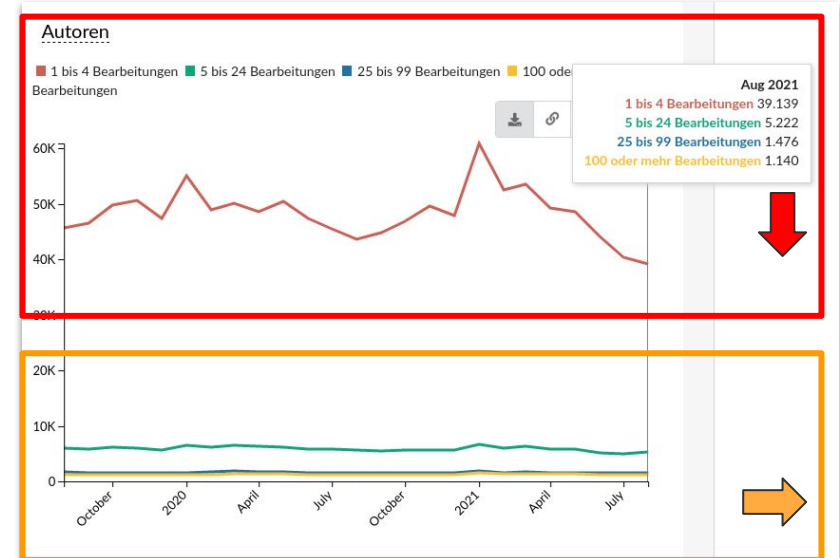


# Zahlen: Organisches Wachstum



**94 % der neu registrierten Nutzer\*innen kommen nicht zurück (enwp)**

[Quelle: Wikimedia Stats V2](#)



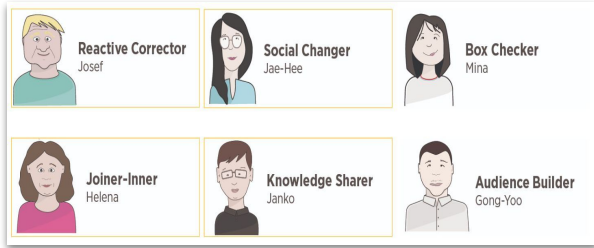
Average: 57K

Die Anzahl von Autoren mit einem oder mehr Bearbeitungen inklusive Weiterleitungsseiten. [Mehr Infos über diese Metrik.](#)

Du kannst [Betrachte](#) oder füge Anmerkungen für diese Daten in diesem Wiki Artikel hinzu.

[Quelle Wikimedia Stats V2](#)

# Zwei Herausforderungen



**Die Richtigen ansprechen...**

Gewinnung

Onboarding

Bleiben

**... und das Aktivwerden vereinfachen**



# Rückblick: 2020 - 2021



**WIKIMEDIA**  
DEUTSCHLAND

# Wo standen wir Anfang 2020?



## Erkenntnisse seit 2016:

- vom Anfang bis zum Ziel denken: keine neue Autor\*innen ohne gutes Onboarding
- die Richtigen ansprechen: je näher dran und genauer, desto erfolgreicher die Kampagne
- gute Einführungen sind das A und O: je besser Interessierte informiert sind, desto erfolgreicher ist der Onboarding-Prozess



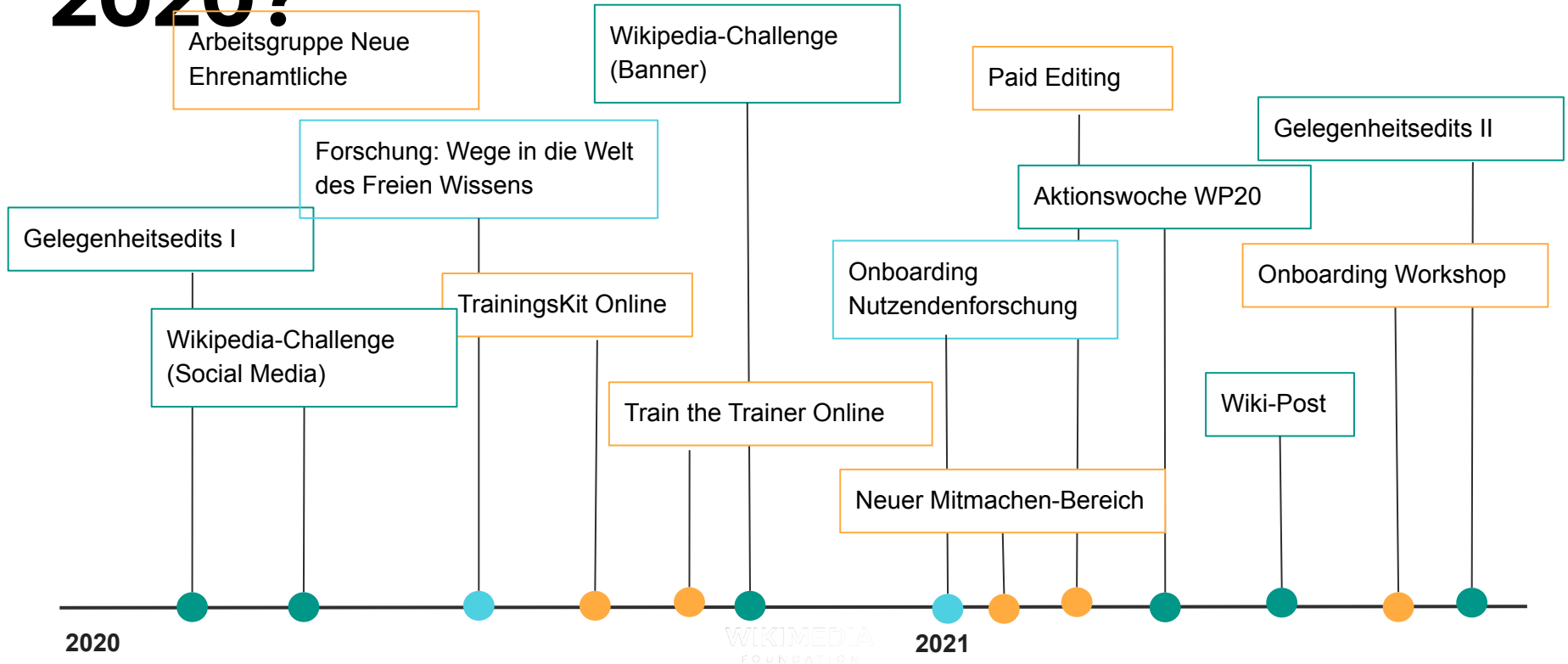
## Was haben wir geplant?

Neue Zielgruppen erschließen

Weitere Orientierungs- und Lerninformationen für unterschiedliche neue Editierende, je nach Informationsbedarf

Neue Kanäle: öffentlichkeitswirksame Kampagnen jenseits der Wikipedia

# Was haben wir gemacht seit 2020?



# Woran messen wir unseren

## Erfolge?

Google Chrome: Wikipedia Challenge Okt. 2020

100% € % .0\_ .00 123 Standard (...) 10 B I S A

ung für Anmeldungen 1. - 15. Oktober 2020 (Zeitraum der Mails jeweils 30 Tage nach Anmeldebeginn, bis 15. November)

Thema	Öffnungsq uote	Klickrate	Abmeldu ngen	Klicks abs.	Top 1 Link	Kickrate	Top 2 Link	Klick
WP Aussehen wie vor 20 Jahre	63,88%	33,09%	0,31%	3124	Webarchive	61,35%	Technische Wün	13
Was bedeutet "frei"	58,41%	22,31%	0,50%	2103	Cassiopeia Bild	36,24%	Lizenzhinweise	36
Wer ist die Community?	51,15%	19,90%	0,47%	1867	Community-Treff	49,59%	Unboxing	13
Wie komme ich ins Wikiversum	47,13%	18,83%	0,50%	1757	WP:Meilensteine	63,50%	Einführungstour	15
Namensräume	44,46%	12,33%	0,39%	1145	Liste fiktionaler T	37,55%	Benutzerkonto a	19
Artikel des Tages	42,90%	14,55%	0,48%	1346	Artikel des Tage:	34,85%	Champagner	21
Commons I	40,73%	12,02%	0,39%	1107	Wikiview	38,47%	Commons featur	11
WMDE	39,64%	11,27%	0,45%	1034	Wir lernen Onlin	56,19%	Daten sind das r	6
Movement	38,07%	11,24%	0,36%	1025	Bayrische WP le	49,97%	Meta List of WP:	9
Wikidata I	38,39%	13,83%	0,28%	1257	10 Wikidata Abfr	41,47%	Minions	11
Vandalismus	41,33%	14,58%	0,25%	1320	Sofatutor 5 witzig	31,18%	Fakemuseum	28
Editieren	33,66%	4,96%	0,44%	448	Planet Mars	25,00%	Beitragszahlen	17
Aktivste Autor*innen Deutschlar	38,33%	9,32%	0,23%	838	Hauptseite	29,76%	Beitragszahlen	20
Artikelwerkstatt	31,07%	5,05%	0,41%	453	Kuriositätenkabii	18,16%	Spezial:Artikelw	16
WP, Zensur und Politik	30,95%	9,17%	0,19%	819	Zensur der WP	64,62%	Knowledge Equi	5
WP und Corona	29,64%	7,28%	0,22%	649	Abrufstatistik Co	40,83%	Abrufstatistik Co	9
Wikidata II	29,00%	6,88%		611	zuergegn fr uno	16,51%	nearby	15

**Wir arbeiten je nach Projekt und Zielstellung mit spezifischen Metriken. Zum Beispiel**

- **Qualitative Metriken**
  - Rückmeldungen
  - Zusammenarbeit mit Community
- **Quantitative Metriken**
  - Reichweite (z. B. Bannerimpressionen)
  - Interaktionen (z. B. Klicks)
  - Registrierungen
  - Aktivierungs- und Verbleiberate



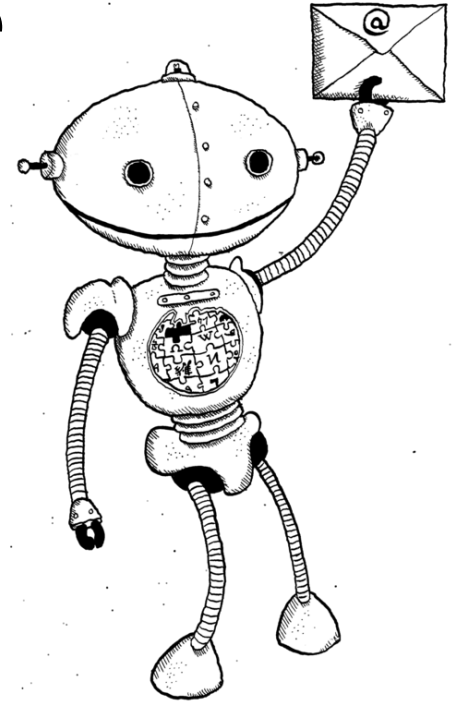
# Langsames Einsteigen per E-Mail: Die Wikipedia-Challenge

## Ansatz und Idee:

- Vor der Registrierung Menschen abholen
- Über einen längeren Zeitraum Schritt für Schritt informieren und begeistern
- Menschen mit kleinen Aufgaben ermutigen

## Umsetzung:

- E-Mail-Kampagne
- Registrierte erhalten 30 Tage jeden Tag eine E-Mail mit Infos und einer Mission
- Beworben via Social Media und Banner (2 Durchgänge)



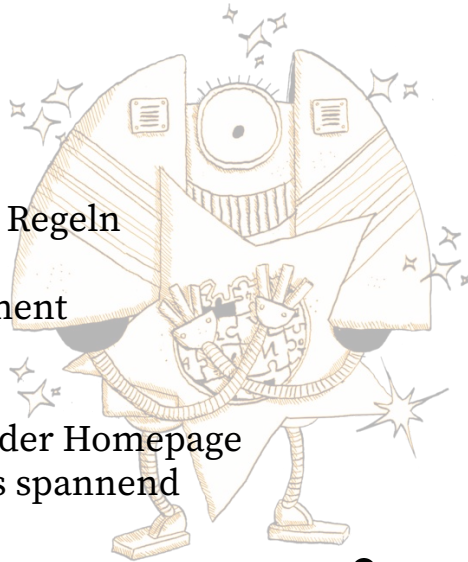
# Langsames Einsteigen per E-Mail: Die Wikipedia-Challenge

## Inhalte der Mailings:

- Editieren
- Community-Themen und Regeln
- Schwesterprojekte
- Freies Wissen und Movement

## Zukunft:

- Dauerhaftes Angebot auf der Homepage
- Mailformat weiter für uns spannend



### Erster Durchlauf via Social Media

Anmeldungen: 853

Öffnungsrate: 45,89%

Klickrate Mails: 13,6%

Registrierungen: 5,48%

User mit Edits: 31,11 %

### Zweiter Durchgang via Central Notice

Anmeldungen: 9.452

Öffnungsrate: 35,81%

Klickrate Mails: 9,44%

Registrierungen: 3,93%

User mit Edits: 28,9%

**Beide Male unglaublich tolles  
Feedback**

# Nach der Challenge: die WikiPost

## Ansatz und Idee:

- vorhandene Kontakte nutzen
- langfristige und dauerhafte Begleitung Interessierter

## Umsetzung:

- regelmäßige Versendung von Anleitungen, Neuigkeiten, Tipps
- Informationen zu Editieren werden in aktuelle Ereignisse eingebunden
- Erster Durchlauf mit 4.500 Abonnenten



### Auswertung (Mittelwerte):

Öffnungsrate: 42,79%

Klickrate Mails: 6,94%

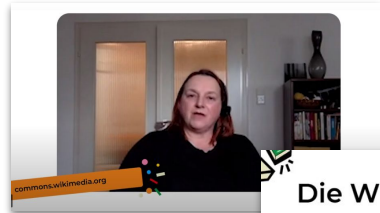
Abmelderate: 0,75%

### Erkenntnisse:

Spielerisch verpackte kleine Aufgaben oder Quizfragen funktionieren am besten.

[Projektseite](#)

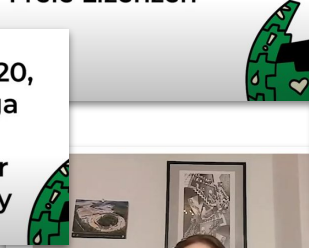
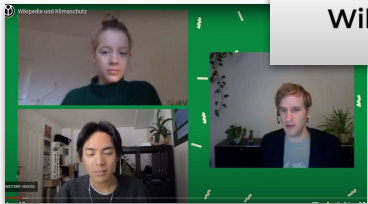
# Aktionswoche Wikipedia 2021



Stefan, Alice und John erklären alles rund um Freie Lizenzen



Die Wikipedianer Nexo20, DerHexer und Mellebga beantworten die 10 häufigsten Fragen zur Wikipedia-Community



**Danke!**



# Aktionswoche Wikipedia

## Ansatz und Idee:

- Aktionst~~ag~~ woche online
- den Geburtstag WP20 online feiern und dem Interesse begegnen

## Umsetzung:

- Eine Woche lang Online-Programm
- Bewerbung per Mail, Banner und Social Media
- Neun Videos und sechs Live-Events

## Auswertung:

Bannerimpressionen: 164,5 Millionen  
Klickrate der Banner: 2,851%  
Aufrufe der Landingpage: 3,86 Millionen  
Mailadressen gesammelt: 4251  
Programminteraktionen: 10.531

## Erkenntnisse:

Höhere Klickzahlen bei Usern bis 2000 Edits  
Live-Events waren nicht stark nachgefragt

[Projektseite](#) [WP20-Seite](#)

# Neu: Gelegenheitseditor\*innen - inaktive Neulinge ermutigen

## Ansatz und Idee:

- Menschen ansprechen, die sich aus eigenem Interesse angemeldet haben und bislang wenig aktiv sind
- Mitmachmöglichkeiten und Förderung bewerben

## Umsetzung:

- CN-Bannerkampagne in 2020 und 2021

[Projektseite](#)



Danke, deine Bearbeitungen verbessern Wikipedia!

Du bist nicht alleine: **Förderangebote, Aufgaben & Unterstützung** genau für dich.



## Auswertung

Bannereinblendungen: 13.500  
Durchschnitt Klickrate: 25,504%  
Klickrate ab 200 Edits: 31,76%  
Klickrate <200 Edits: 21,57%

## Erkenntnisse

Mehr Edits während der Kampagnen  
(+41,6% bei Neuen)  
Bei Neueren auch danach (+ 11,2%)  
Keine Nachfrage nach Förderung

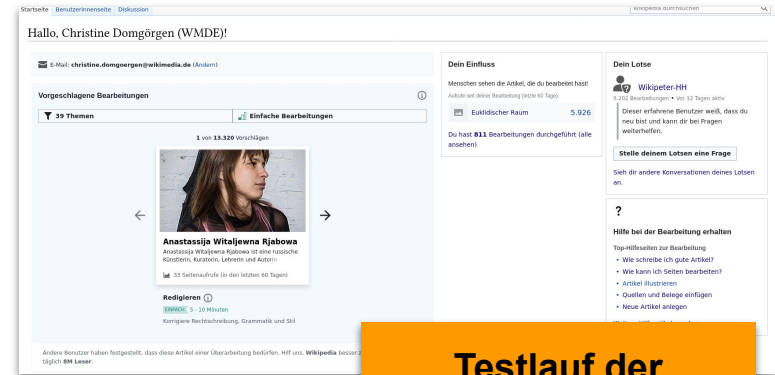
# Community + WMDE zusammen: die AG Neue Ehrenamtliche

## Idee:

Gemeinsame Arbeitsgruppe aus Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen zur Abstimmung und Koordination der Aktivitäten im Bereich Gewinnung und Onboarding

## Umsetzung:

Seit Mai 2020 monatliche Treffen mit sechs AG-Mitgliedern



**Testlauf der  
Neulingsstartseite  
in der dewp**

# Forschung

## Wege in die Welt des Freien Wissens

- User Research mit Fokus auf was bei den momentan Aktiven gut funktioniert (hat)
  - Einstieg in das Projekt
  - Was motiviert
  - Wie sieht die Arbeit aus

### Einige Erkenntnisse:

- Zeitliche Verfügbarkeit am Anfang. Danach flexibel
- Gemeinsame Eigenschaften von Aktiven
- Teilhabe in den unterschiedlichen Projekten

Wege in die Welt des Freien Wissens

User Research rund um Wikimedia-Communities

Juli 2020

[Projektseite](#)

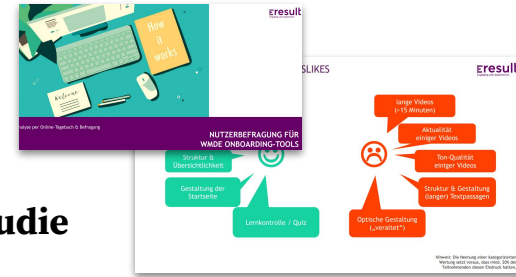
## Onboarding-Tagebuchstudie

- Hintergrund: unterschiedliche Onboarding-Angebote von uns – Frage: welche funktionieren gut, was ist ausbaufähig
- Zehn User, die Tagebuch-Studien geführt haben. Mit Begleitung durch eine Agentur

### Einige Erkenntnisse:

- alle wichtigen Themen sind abgedeckt
- keine Präferenz bei den Tools
- Visuelle Gestaltung wird nicht gut bewertet
- Auffindbarkeit ist ein Problem

[Projektseite](#)



# Zusammenfassung: Ergebnisse und Erkenntnisse

## **Mit dem organischen Wachstum arbeiten:**

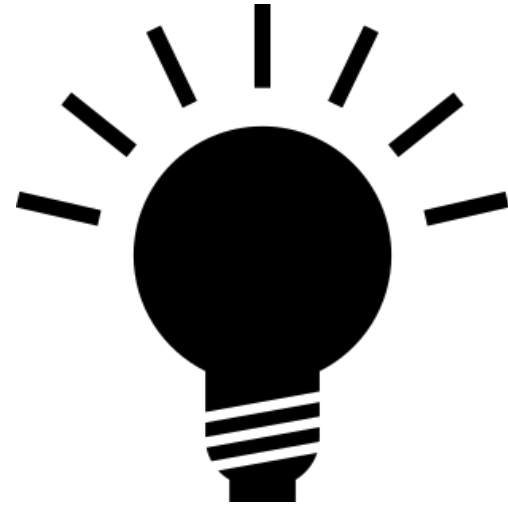
Gelegenheitseditor\*innen als vielversprechende Zielgruppe

## **Hochwertige Inhalte und ausreichend Zeit:**

Je hochwertiger die Aktivierungsinhalte, desto höher die Verbleiberate

**Neue Kanäle für langfristige Bindung:** E-Mail als spannender, bislang wenig bedienter Kanal

**Onboardinginhalte bleiben zentral**



WIKIMEDIA  
DEUTSCHLAND

# Wie geht es weiter?



**WIKIMEDIA**  
DEUTSCHLAND

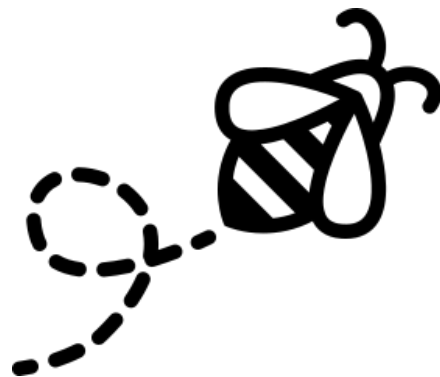
# Ausblick 2022

## Ideen und Planungen für 2022:

**Erstellung von Onboarding- und Aktivierungsinhalten** (z. B. Wikipedia-Hilfecenter, Mitmachenbereich)

**Erweiterte Bewerbung der erstellten Inhalte** (z. B. Google Ads, Plattformen, Newsletter etc.)

**Zusammenarbeit mit bestehender Community und Gelegenheitseditor\*innen**



**Planung läuft gerade erst an**



Zukünftig keine Umsetzung kurzfristiger Kampagnen mehr bei uns im Team

# Mehr Infos und Links

## Portal Neue Ehrenamtliche

- Infos und detaillierte Auswertungen zu allen Projekten
- Ankündigungen und Bitte um Feedback von Kampagnen oder Veranstaltungen

→ **der Informationsbereich zum Thema Neue Ehrenamtliche :-)**

[WP:Wikimedia Deutschland/Neue Ehrenamtliche/Übersicht/Aktuelles](#)

DEUTSCHLAND



Projektseite Diskussion Lesen Quelltext bearbeiten Versionsgesch

## Wikipedia:Wikimedia Deutschland/Neue Ehrenamtliche/Übersicht/Aktuelles

< Wikipedia:Wikimedia Deutschland | Neue Ehrenamtliche | Übersicht

Übersicht Aktivitäten Onboarding Autorenzahlen Forschung

Einordnung **Aktuelles** Ansprechpersonen

Hier werden alle Aktivitäten von Wikimedia Deutschland zum Gewinnen und Halten neuer Ehrenamtlicher gesammelt. Neben Hintergrundinformationen veröffentlichen wir an dieser Stelle bisherige Ergebnisse und bei welchen Projekten wir Mitmachende suchen.

Wir empfehlen, diese Seite auf die **Beobachtungsliste** zu nehmen, da wir an dieser Stelle regelmäßig zu allen Neuigkeiten berichten.

Hast du Fragen zum Thema? Auf der Diskussionsseite kannst du sie stellen und dich austauschen. Oder du schaust hier nach den Ansprechpersonen.

**Neue Bannerkampagne für Gelegenheitseditor\*innen ab 12. Oktober** 24.09.2021

Nach dem erfolgreichen Testlauf im letzten Jahr wollen wir im Oktober wieder eine Bannerkampagne in der Wikipedia schalten, die sich ausschließlich an eingeloggte Nutzende mit nur wenigen Edits richtet. Vom 12. bis 26. Oktober wird allen Nutzer\*innen mit 1 - 200 Edits ein Banner angezeigt, das auf eine Landingpage führt, auf der die Neuen Vorschläge für Aufgaben erhalten. Im letzten Jahr hatten wir mit dieser Kampagne sehr gute Klickraten erzielt. Diejenigen, die die Landingpage besucht hatten, editieren im Anschluss sogar mehr als diejenigen, die dies nicht taten.

Mehr Infos finden sich auf der Projektseite. Fragen, Feedback und Anmerkungen wie immer gerne auf der **Diskussionsseite**.  
–Christine Domgörgen (WMDE)

**Die Auswertung der Wiki-Post ist online!** 25.08.2021

Die Auswertung zur ersten Versandreihe der Wiki-Post, unserem neuen Newsletter-Format zum Mitmachen, ist online. Insgesamt hätten wir uns etwas mehr Interaktion auf Seiten der Empfänger\*innen gewünscht, gleichzeitig haben sich einige





# Bildnachweise

Folie 3: Mark Fletcher Brown, Unsplash License: <https://unsplash.com/@markfb>

Folie 7: Von TukTuk Design - The Noun Project, CC BY 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=61325065>

Folie 6: Von Dirk Ingo Franke - Eigenes Werk, CC BY 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=30130743>

Folie 10: Mael Balland, Unsplash License: [https://unsplash.com/@mael\\_balland](https://unsplash.com/@mael_balland)

Folie 14: Von Mathis Eckelmann, for WMDE - Eigenes Werk, CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=92666242>

Folie 15: Von Mathis Eckelmann, for WMDE - Eigenes Werk, CC BY-SA 4.0, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Star\\_robot.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Star_robot.png)

Folie 16: Von allcodesarebeautiful. Design + Kommunikation für Wikimedia Deutschland e.V., CC BY-SA 4.0,

Folie 17: Von Agentur Mann beißt Hund for WMDE - Agentur Mann beißt Hund for WMDE, CC BY-SA 4.0, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Banner\\_desktop\\_1\\_actionweek2021.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Banner_desktop_1_actionweek2021.png)

Folie 18: Von Agentur Mann beißt Hund for WMDE - Agentur Mann beißt Hund for WMDE, CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Konfetti1.png>

Folie 21: Von OCHA Visual Information Unit - Noun Project - <https://thenounproject.com/icon/4198>, CC0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=64904613>

Folie 22: Jan Huber, Unsplash License: [https://unsplash.com/@jan\\_huber](https://unsplash.com/@jan_huber)



Folie 23: Von Matt Brooks - Noun Project - <https://thenounproject.com/icon/4198>, CC0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=64905542>

**VIELEN DANK!**



**WIKIMEDIA**  
DEUTSCHLAND