



WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite
Themenportale
Zufälliger Artikel

Mitmachen

Artikel verbessern
Neuen Artikel anlegen
Autorenportal
Hilfe

Letzte Änderungen
Kontakt
Spenden

Werkzeuge

Links auf diese Seite
Änderungen an
verlinkten Seiten
Spezialseiten

Willkommen bei Wikipedia

Wikipedia ist ein Projekt zum Aufbau einer Enzyklopädie aus freien Inhalten, zu denen du sehr gern beitragen kannst. Seit März 2001 sind 2.546.136 Artikel in deutscher Sprache entstanden.

[Geographie](#) [Geschichte](#) [Gesellschaft](#) [Kunst und Kultur](#) [Religion](#) [Sport](#) [Technik](#) [Wissenschaft](#)

[Artikel nach Themen](#) [Artikel nach Kategorien](#) [Gesprochene Wikipedia](#) [Archiv der Hauptseite](#)
[Mitmachen](#) [Mentorenprogramm](#) [Kontakt](#) [Presse](#) [Statistik](#) [Sprachversionen](#)

Wikipedia aktuell

Für den [34. Schreibwettbewerb](#) und den [15. Miniaturenwettbewerb](#) können bis einschließlich 31. März Artikel nominiert werden.

Artikel des Tages



Die [Liste der 999 Frauen des Heritage Floor](#) führt die 999 Frauen auf, denen im Kunstwerk *The Dinner Party* von Judy Chicago eine goldene Inschrift auf den 2304 handgefertigten Porzellanbodenfliesen des Heritage Floor gewidmet wurde. Der Boden unter der Tafel wird von Chicago als „symbol of our

In den Nachrichten

[COVID-19](#) • [Nikolas Löbel](#) • [Greensill Bank](#) • [Nordische Ski-WM](#)

- Die Satire *Babardeală cu bucluc sau porno balamuc* des rumänischen Regisseurs Radu Jude (Bild) wurde mit dem Goldenen Bären der 71. Berlinale ausgezeichnet.
- Wegen des Verdachts der Bestechlichkeit hat der Deutsche Bundestag die Immunität des CDU-Abgeordneten Axel Fischer aufgehoben.
- Nachdem das Bundesamt für Verfassungsschutz die Alternative für Deutschland als rechtsextremistischen Verdachtsfall eingestuft hatte, wurde dies durch das



Online-Umfrage

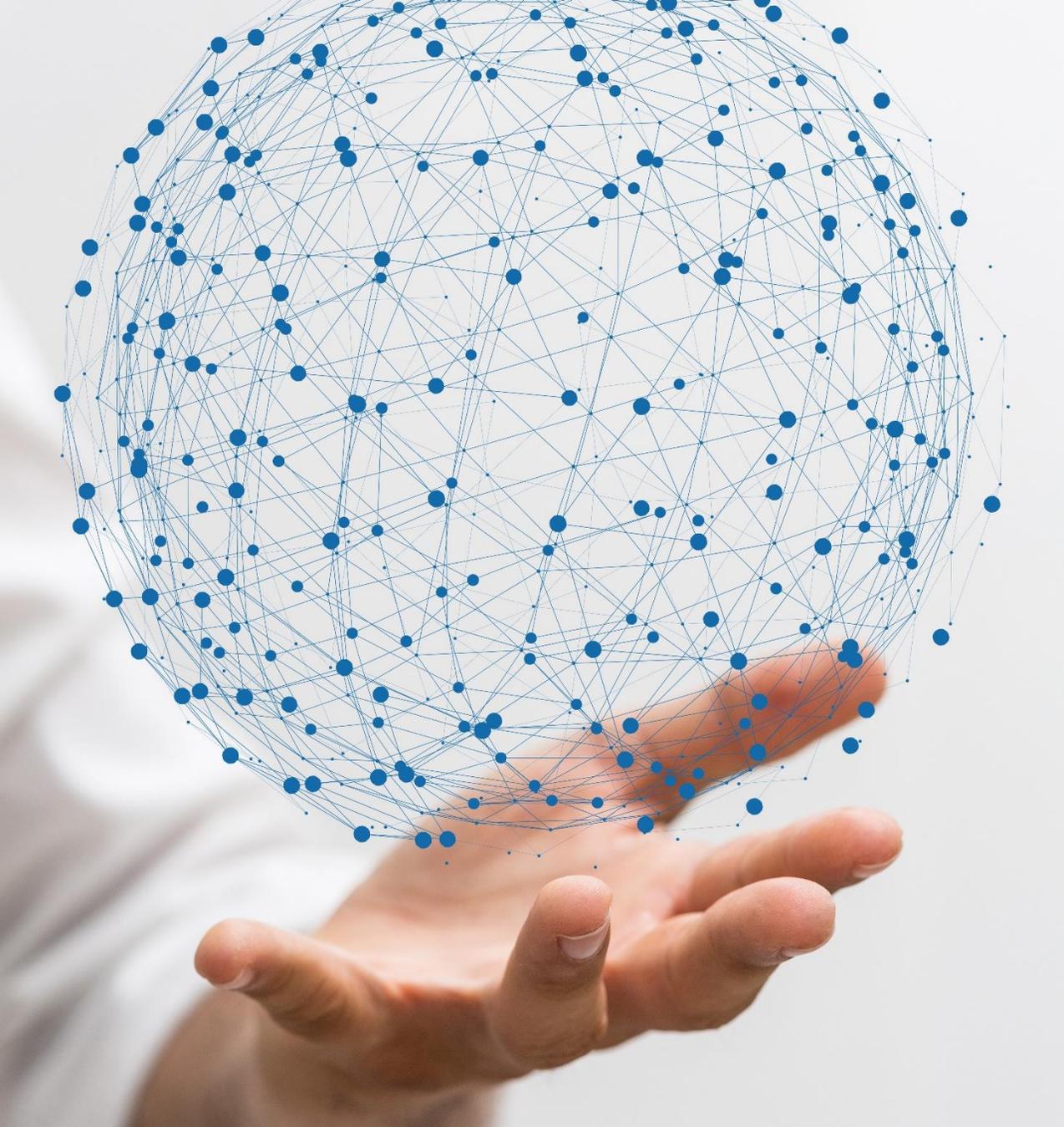
WIKIPEDIA PERSONAS-ERGEBNISBAND

11.06.2021

INHALTSVERZEICHNIS

1. Management Summary	003
2. Ergebnisse des Fragebogens	010
1. Demografie	012
2. Gerätenutzung & Medienverhalten	034
3. Nutzungskontext Wikipedia	066
4. Spendenverhalten	086
3. Personbeschreibung anhand der Interviews	103
4. Kontakt	111

MANAGEMENT SUMMARY





Ziele

- Verständnis ausbauen und Empathie entwickeln für die Zielgruppe der Wikipedia sowohl für Desktop-PC- als auch für Smartphone-Nutzer:innen



Stichprobe

- Nutzer:innen von Wikipedia
- Regelmäßige/durchschnittliche Nutzungsintensität
- Sprache Deutsch, wohnhaft in Deutschland
- 50% Frauen
- Alter (ab 18 Jahre) & Einkommen repräsentativ verteilt
- Nutzen Wikipedia über Desktop und Smartphone



Befragung

- Die Befragung umfasste ca. 30 Fragen
- Die Themen wurden im Rahmen eines zweistufigen Workshops gemeinsam erarbeitet



Stichprobe

- Teilnehmer:innen an der Befragung konnten ihre Kontaktdaten hinterlassen, wenn sie Interesse hatten an den Tiefeninterviews teilzunehmen.
- Nachdem die Personas errechnet und zugeordnet wurden, wurden mögliche Teilnehmer rekrutiert.



Ablauf

- Die Tiefeninterviews wurden mit 13 Personen durchgeführt.
- Zu jeder Persona wurden 2-3 Interviews geführt.
- Die Interviews dauerten jeweils 60 Minuten und wurden remote durchgeführt.

- Auf der Grundlage der Panelbefragung konnten wir 5 Personas ermitteln, bei denen es sich um repräsentative Nutzer:innen von Wikipedia handelt.
- In diesem Chartband sind alle Ergebnisse der Befragung für alle 5 Personas dargestellt. Damit gehen die Ergebnisse über die Zusammenfassungen auf den Setcards hinaus. Im letzten Kapitel wurden zusätzlich die Ergebnisse der Interviews zusammengefasst.
- Die parallel dazu erstellten Setcards (nicht in dieser Datei enthalten) vereinen die Ergebnisse beider Methoden und visualisieren die Ergebnisse für jede Persona.
- Als aktive Variablen identifiziert und damit für die Bildung der Persona verwendet wurden:
 - Wichtigkeit geprüfter Informationen bei der Wissensgewinnung im Internet
 - In welchen Situationen wird Wikipedia wie häufig genutzt
 - Charaktereigenschaften
 - Werte

- Persona 1 - Hannah Lehmann, 21
 - Die Studentin
 - Ist eine junge, sich orientierende Erwachsene. Moderne Medien sind fester Bestandteil ihres (sozialen) Lebens. Ihre Werte und auch ihre Kontakte befinden sich noch in der Entwicklung.
 - Familiäre Situation: Umbruchphase, keine Kinder
 - Berufliche Situation: Studentin (BWL)
 - Eigenschaften: kontaktfreudig, pragmatisch, offen, will was erleben
 - Interessen: Ausgehen, Gesundheit, Sport, Reisen
- Persona 2 - Christian Lange, 43
 - Der Familienvater
 - Lebt mit seiner jungen Familie in einem Haus mit Garten. Er hat ausgeprägte Werte. Wikipedia nutzt er vermehrt beruflich. Die Informationen kann er beurteilen, hinterfragt sie jedoch nicht aktiv.
 - Familiäre Situation: Verheiratet, 2 Kinder
 - Berufliche Situation: Angestellt (Entwicklungsingenieur)
 - Eigenschaften: ehrgeizig, pragmatisch, zuverlässig, familiär
 - Interessen: Aktiv sein, Geselligkeit, Sport, Kochen

- Persona 3 - Thomas Vogt, 55
 - Der Kontaktmensch
 - Ist ein weltoffener Kosmopolit, der sein Leben aktiv gestaltet und Wissen hinterfragt. Er hat vielfältige Interessen. Wikipedia nutzt er privat und beruflich.
 - Familiäre Situation: Geschieden (neue Partnerin), 1 Kind
 - Berufliche Situation: Selbstständig (PR)
 - Eigenschaften: weltoffen, neugierig, kosmopolitisch, kritisch, tolerant, selbstbewusst, ehrgeizig, treu, herzlich
 - Interessen: Reisen, Geselligkeit, Politik, Lesen
- Persona 4 - Birgit Weber, 65
 - Die junggebliebene Rentnerin
 - Ist seit Kurzem Rentnerin, aber noch immer aktiv und rege. Auch für Technik und neue Medien hat sie Interesse. Für „Modernes“ ist sie sehr aufgeschlossen. Wikipedia nutzt sie ausschließlich privat.
 - Familiäre Situation: Verheiratet, 3 erwachsene Kinder
 - Berufliche Situation: Rentnerin
 - Eigenschaften: rege, sozial, kontaktfreudig, offen, junggeblieben, hilfsbereit, neugierig
 - Interessen: Lesen, Tiere/Natur, Reisen, Kochen

- Persona 5 - Markus Keller, 48
 - Der Beständige
 - Ist ein introvertierter Typ, dessen Leben nur noch mit wenigen Veränderungen und gemächlich läuft. Ehrgeiz ist nicht relevant. Wikipedia nutzt er nur privat.
 - Familiäre Situation: Partnerin (nicht verheiratet), keine Kinder
 - Berufliche Situation: Angestellt (Bürokaufmann in der öffentlichen Verwaltung)
 - Eigenschaften: introvertiert, weniger kritisch, genügsam, hilfsbereit, an tiefen Freundschaften interessiert
Oberflächlichkeit und Varianz
 - Interessen: Spazieren, Computer, Filme, Werkeln



ERGEBNISSE DER ONLINE- UMFRAGE

HINWEIS ZUR DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE: TOP-TWO-WERTE

- Die bei der Erhebung verwendete Skalierung richtet sich von negativ nach positiv.
- Um absolute Aussagen oder auch Vergleichbarkeiten zu ermöglichen, werden bei der Auswertung teilweise sog. Last-Two- bzw. Top-Two-Werte ausgewiesen.
- Diese berechnen sich aus der Summe derjenigen Teilnehmer, welche die untersten bzw. die obersten beiden Zustimmungsbereiche gewählt haben.

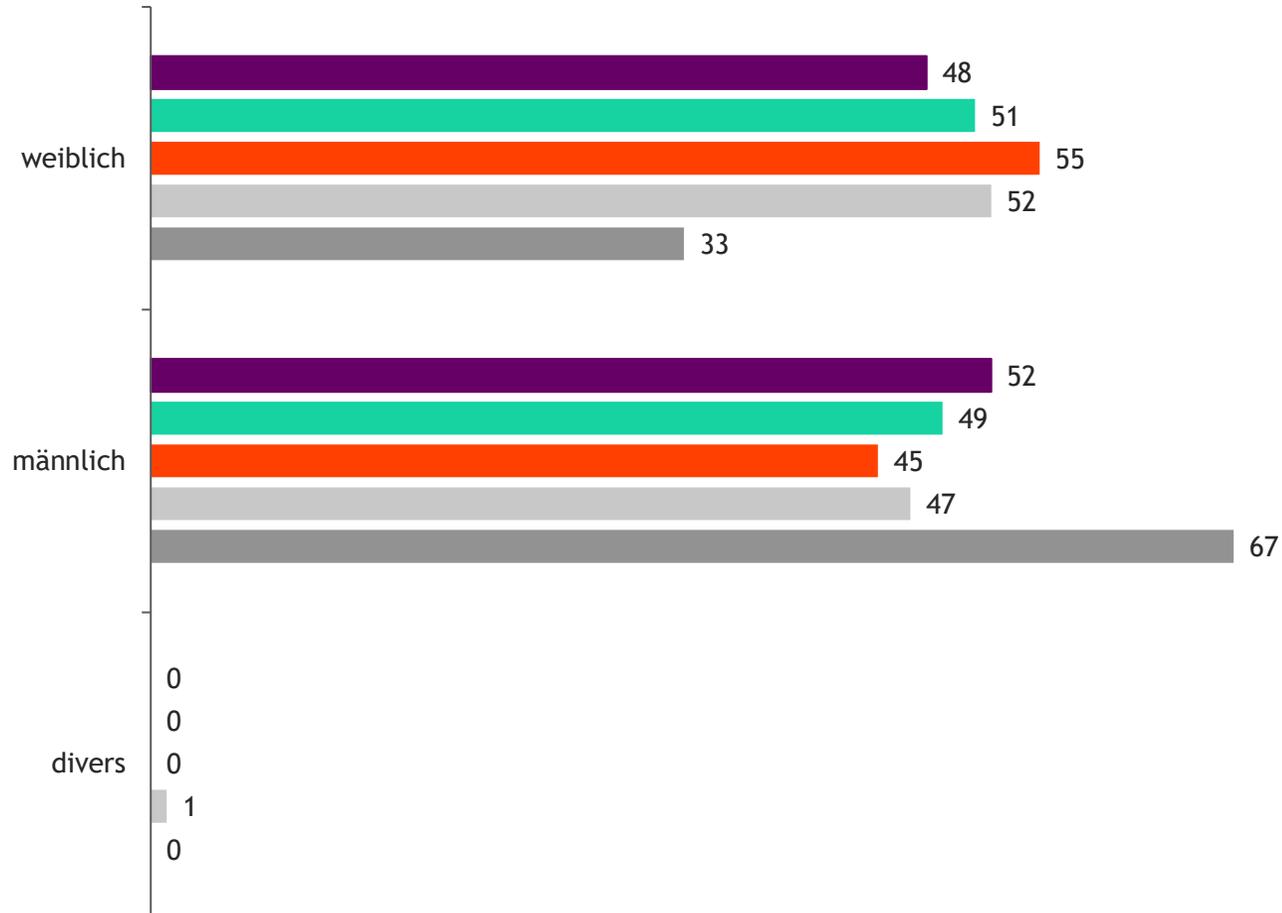
	Stimme überhaupt nicht zu				Stimme voll und ganz zu		Kann ich nicht beurteilen
Ich bin mit dem Angebot der Webseite zufrieden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Die Häufigkeiten dieser beiden Skalenwerte werden bei der Top-Two-Skalierung als **Last-Two** zusammengefasst.

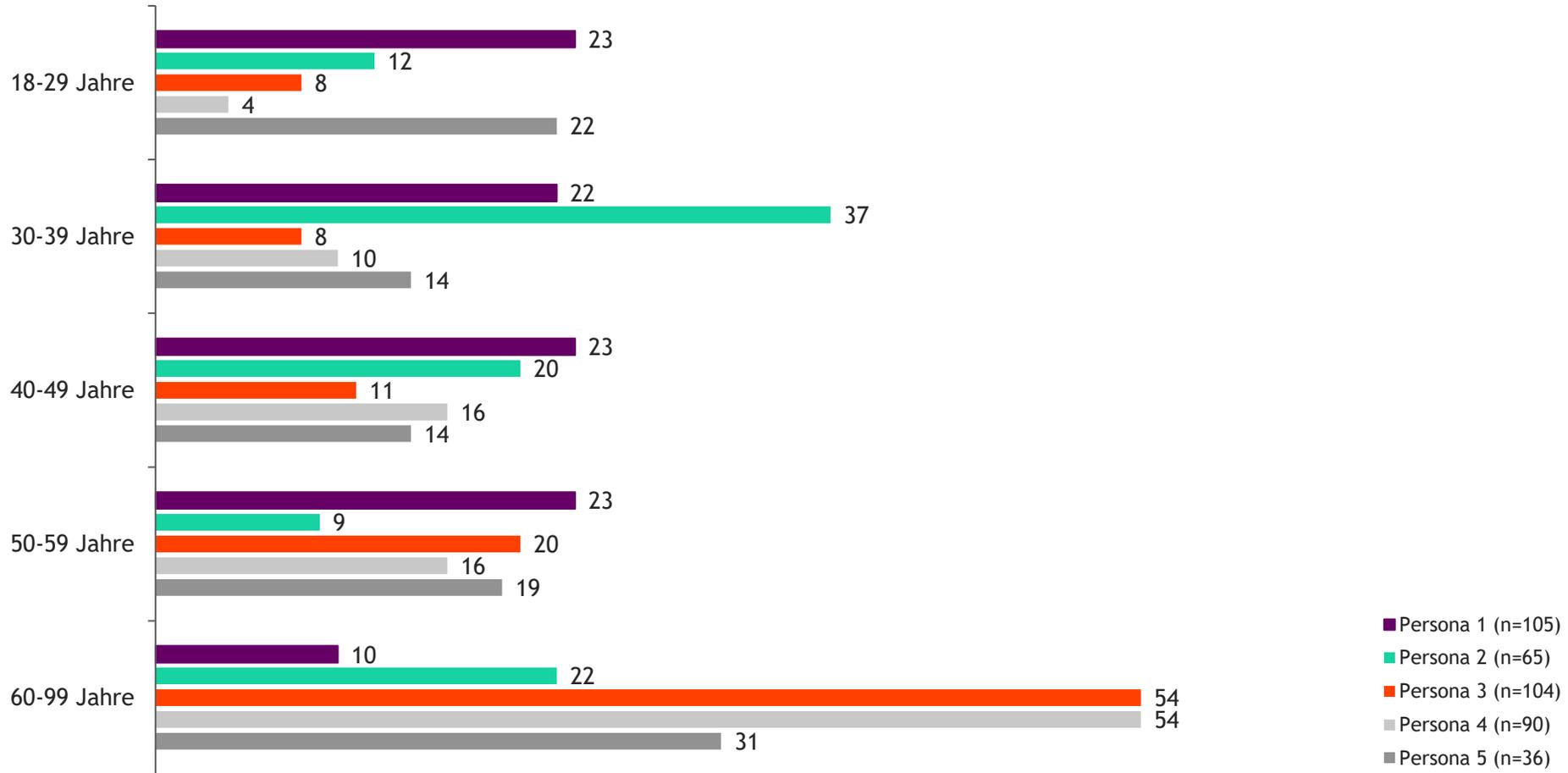
Die Häufigkeiten dieser beiden Skalenwerte werden bei der **Top-Two-Skalierung** zusammengefasst.

DEMOGRAFIE





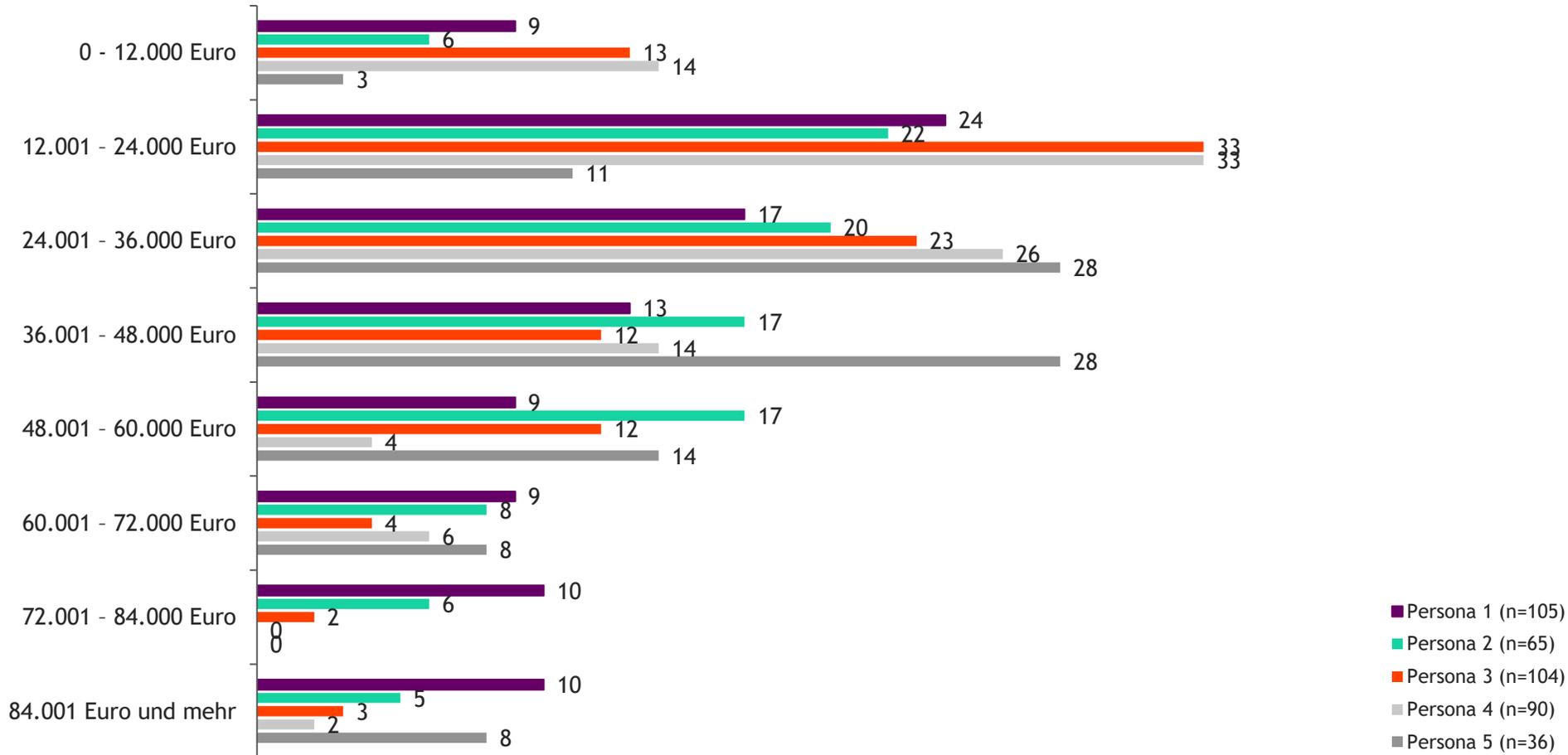
N=400, Angaben in %



N=400, Angaben in %

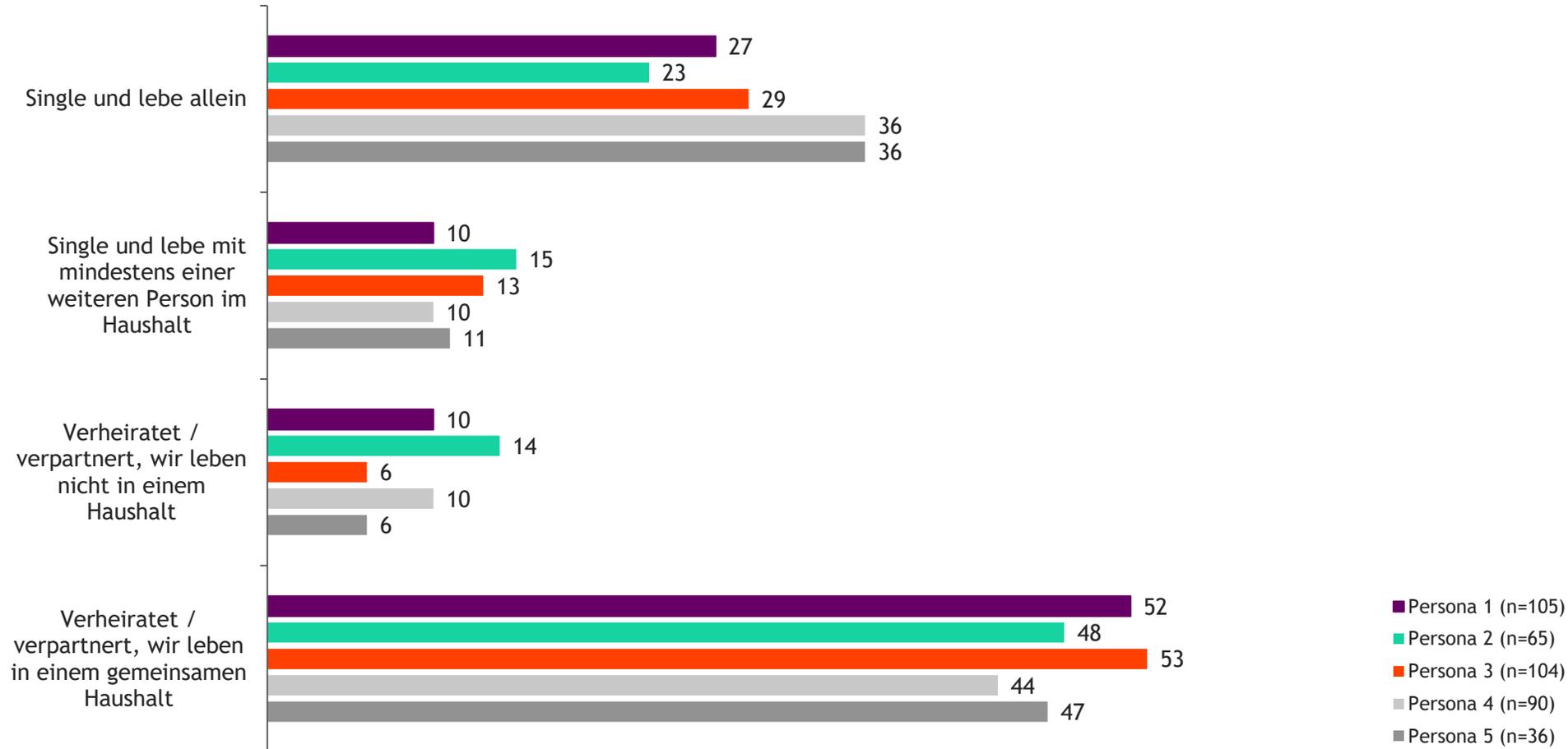
HH-NETTOEINKOMMEN

Wie hoch ist etwa das jährliche Nettoeinkommen, das Sie in Ihrem Haushalt alle zusammen haben, nach Abzug der Steuern und Sozialversicherung?



N=400, Angaben in %

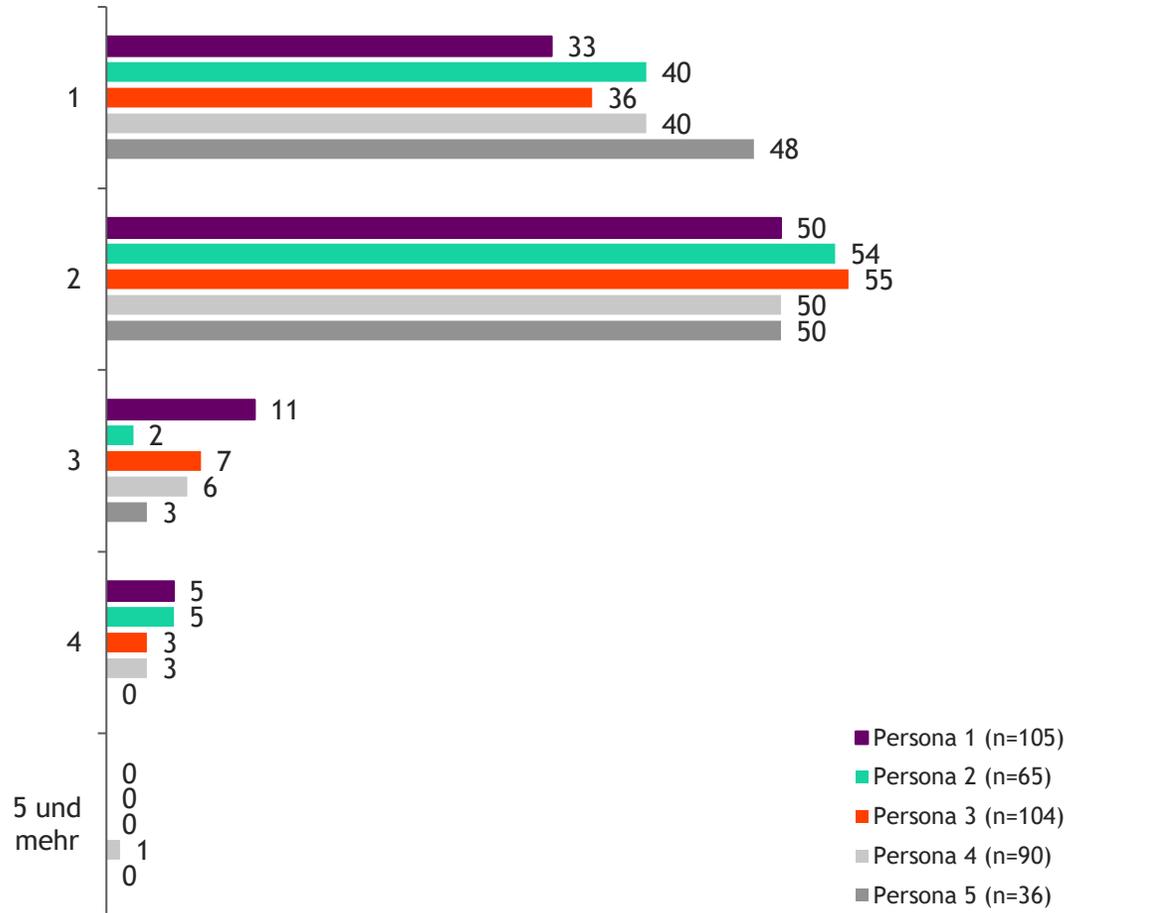
Jetzt möchten wir noch etwas über Sie als Person erfahren. Ich bin ...



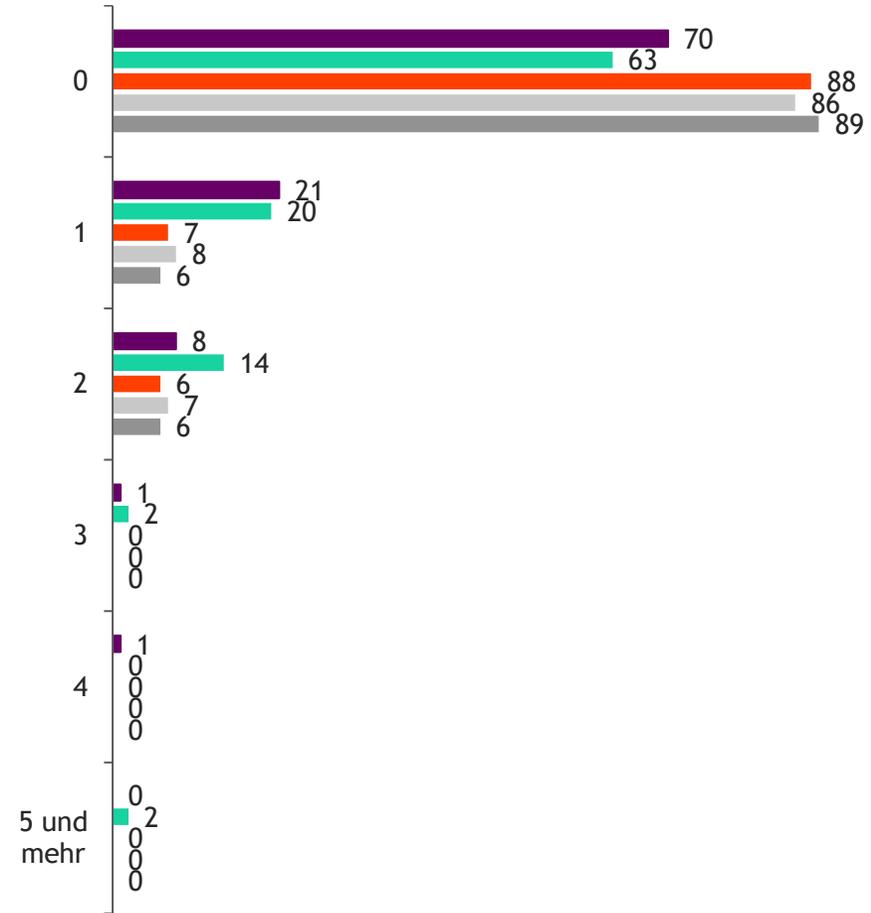
N=400, Angaben in %

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt (Sie selbst eingeschlossen)?

Erwachsene



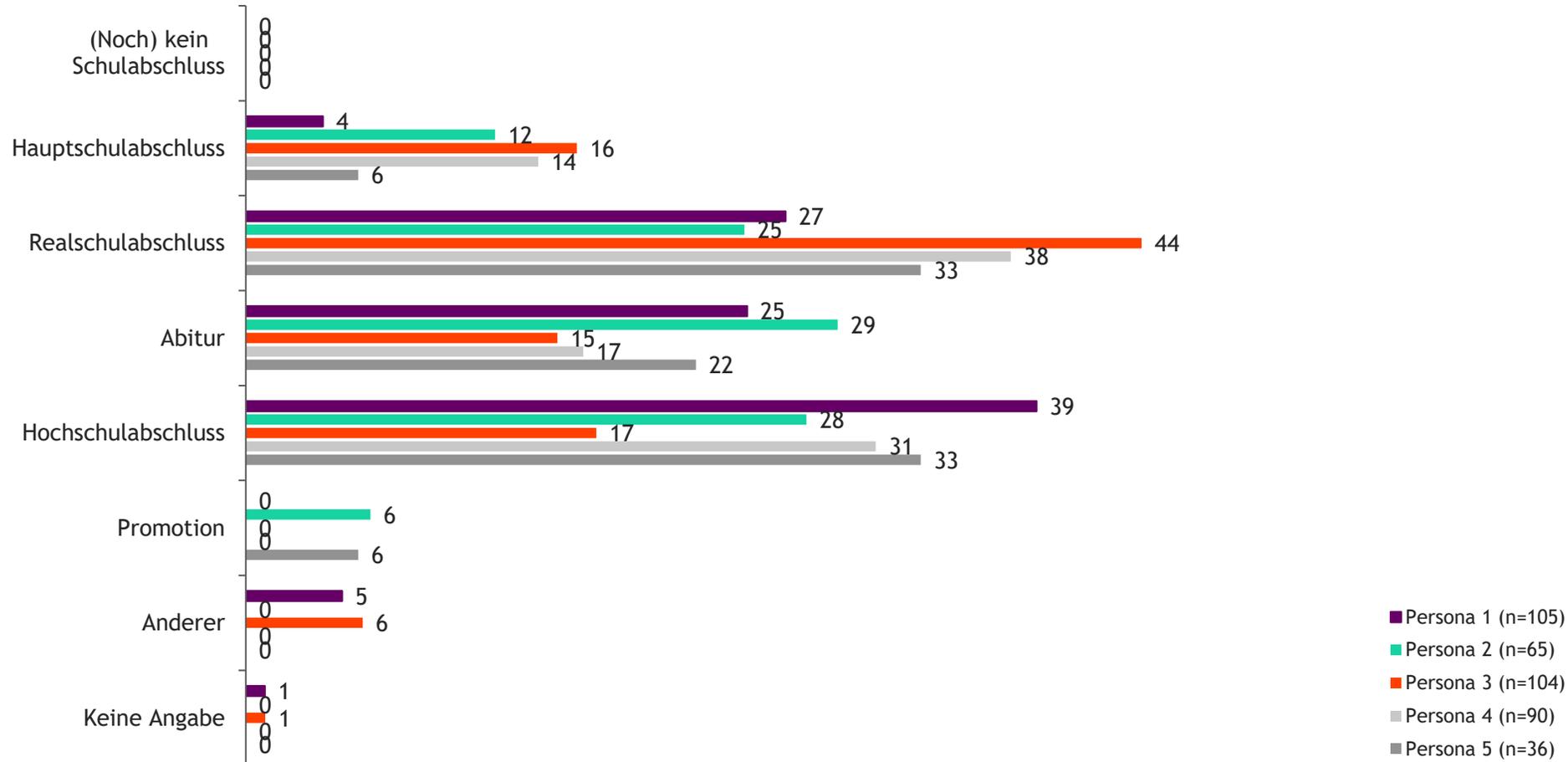
Kinder



N=400, Angaben in %

HÖCHSTER BILDUNGSABSCHLUSS

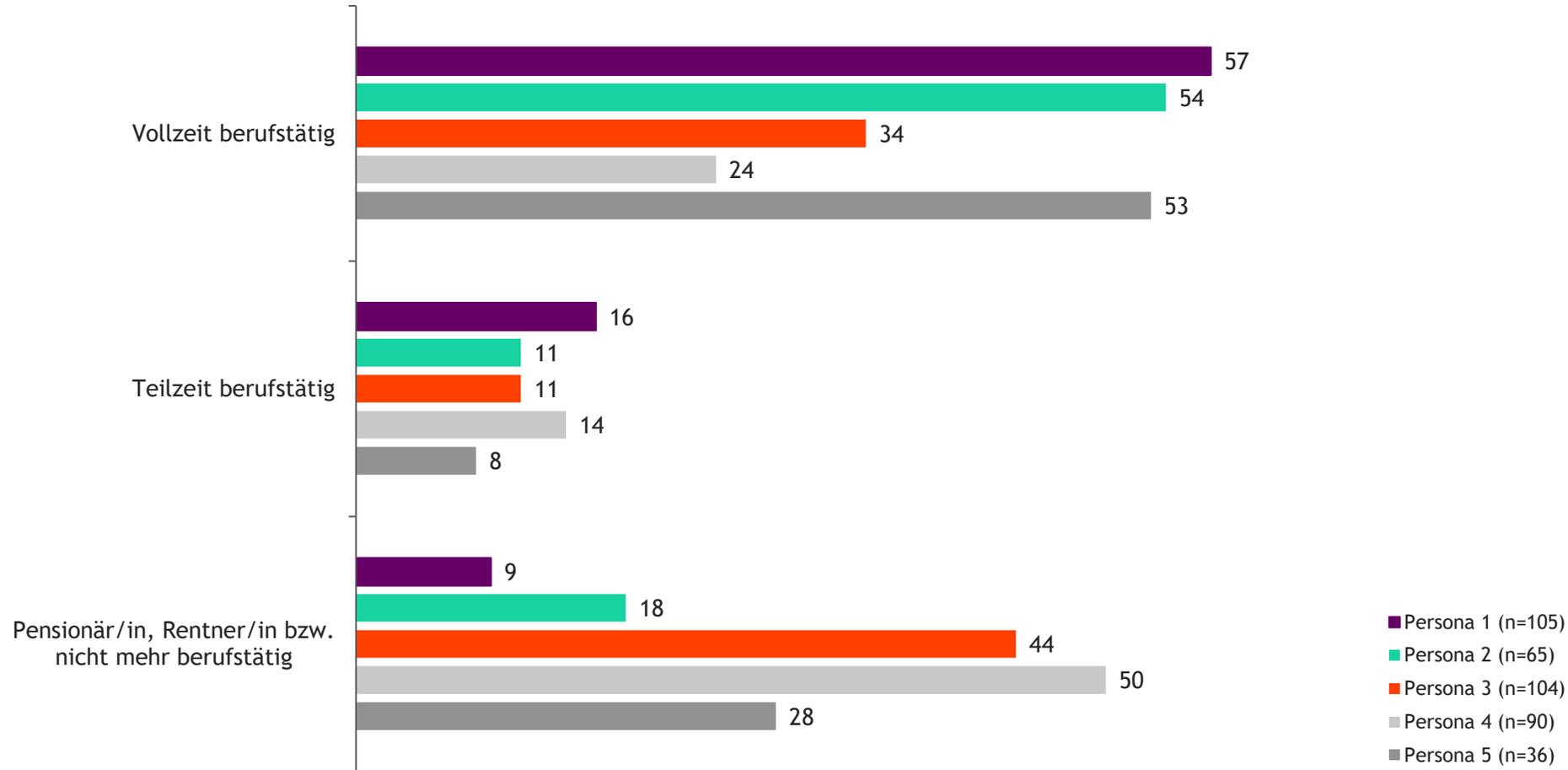
Welcher ist Ihr höchster Bildungsabschluss?



N=400, Angaben in %

BERUFSTÄTIGKEIT (1/2)

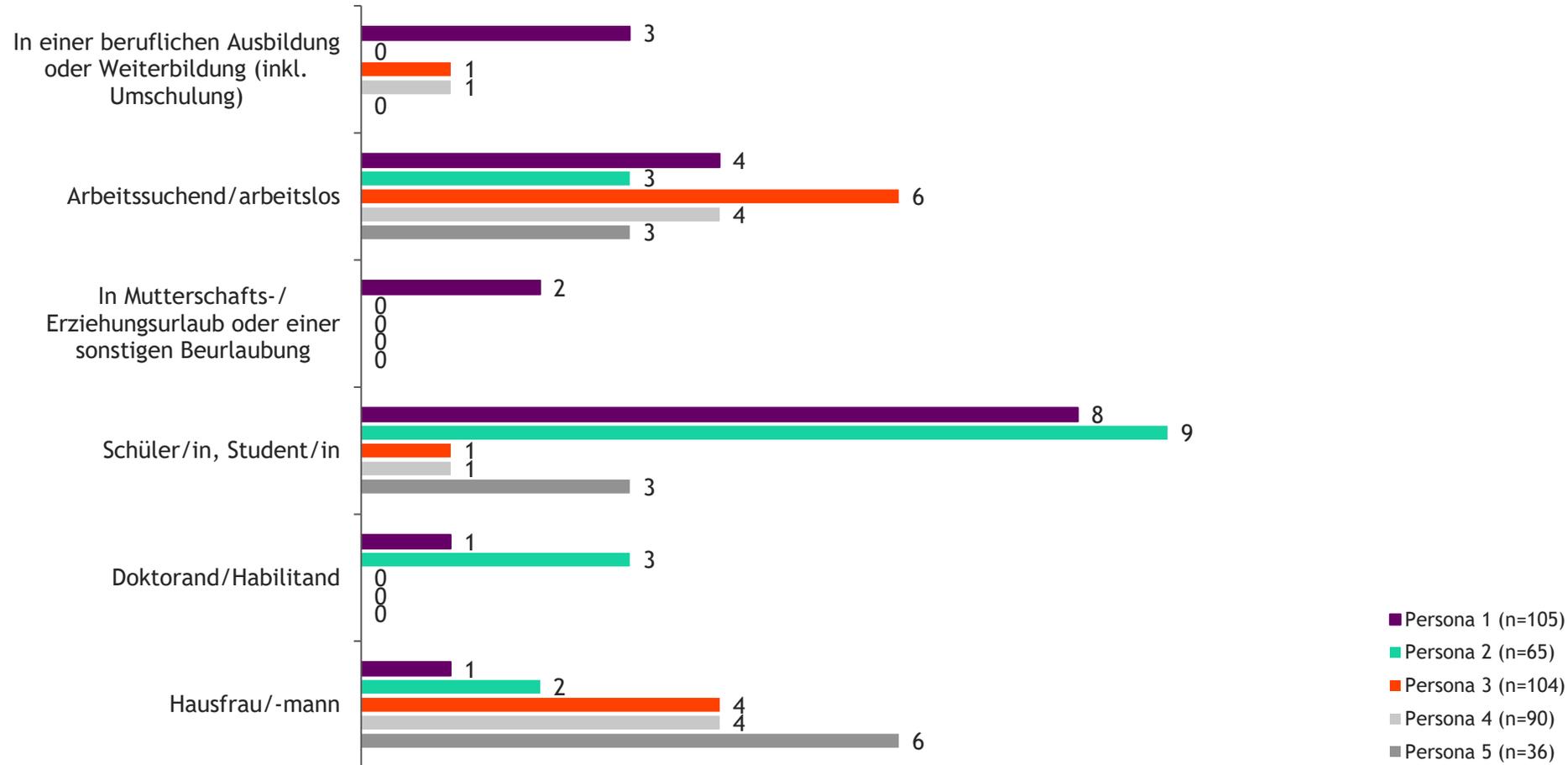
Welche Berufstätigkeit üben Sie derzeit (überwiegend) aus?



N=400, Angaben in %

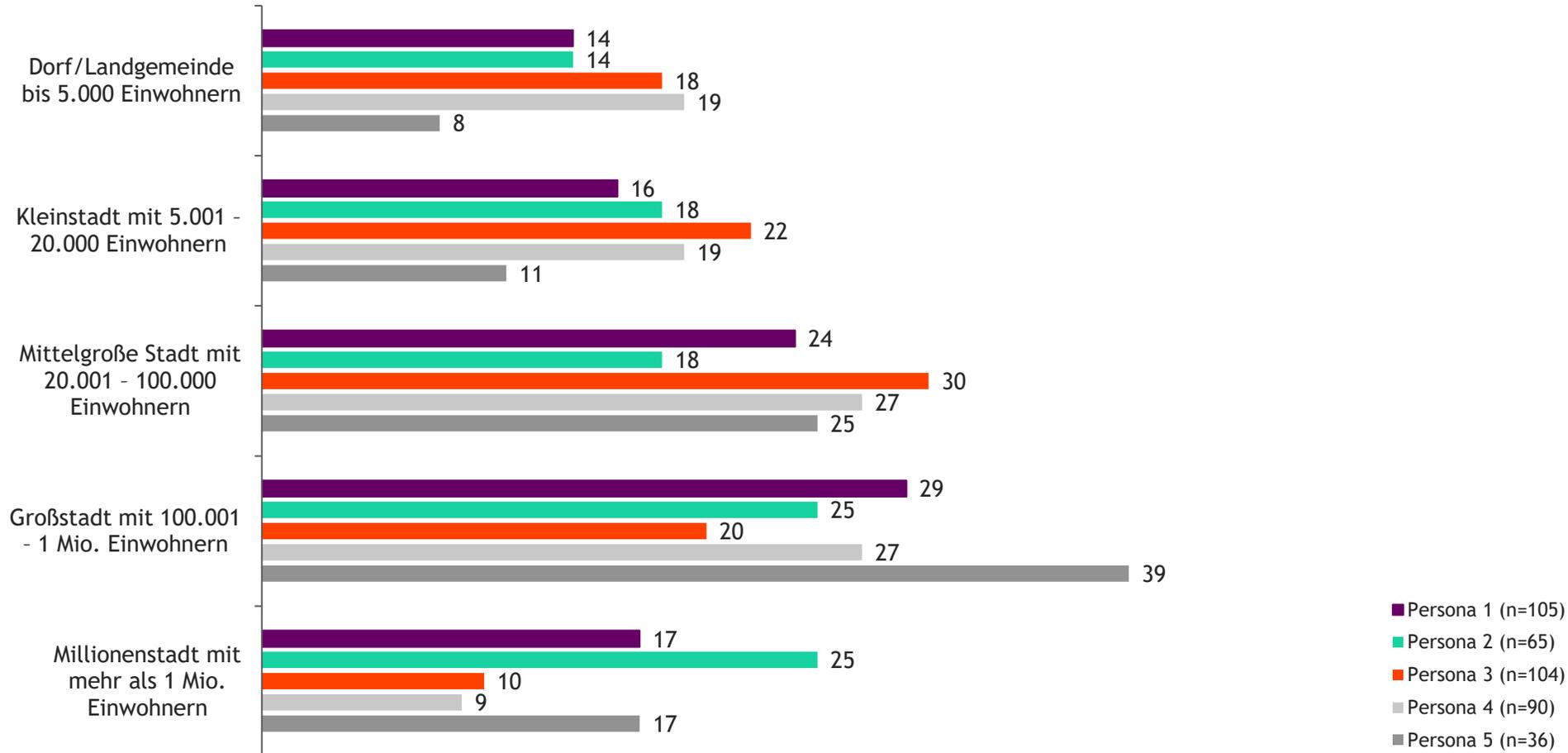
BERUFSTÄTIGKEIT (2/2)

Welche Berufstätigkeit üben Sie derzeit (überwiegend) aus?



N=400, Angaben in %

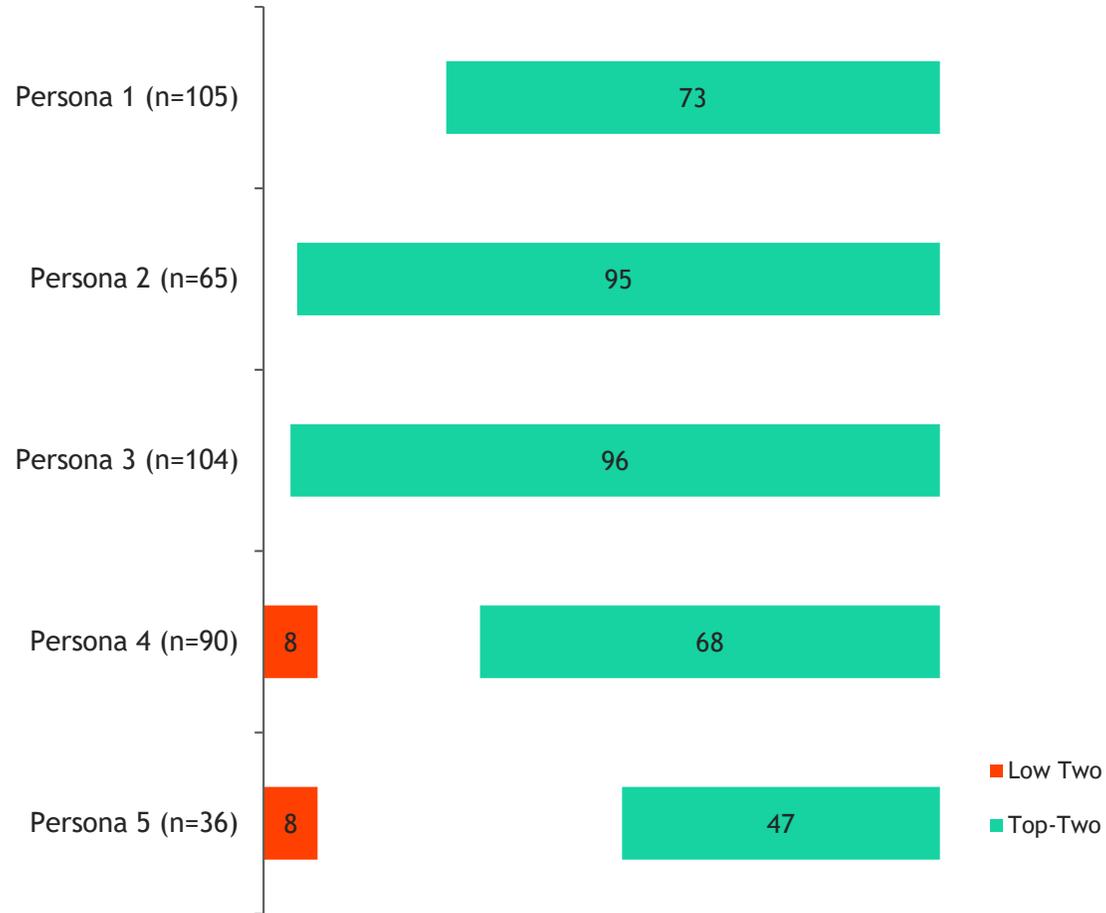
Wie groß ist der Ort, in dem Sie aktuell wohnen?



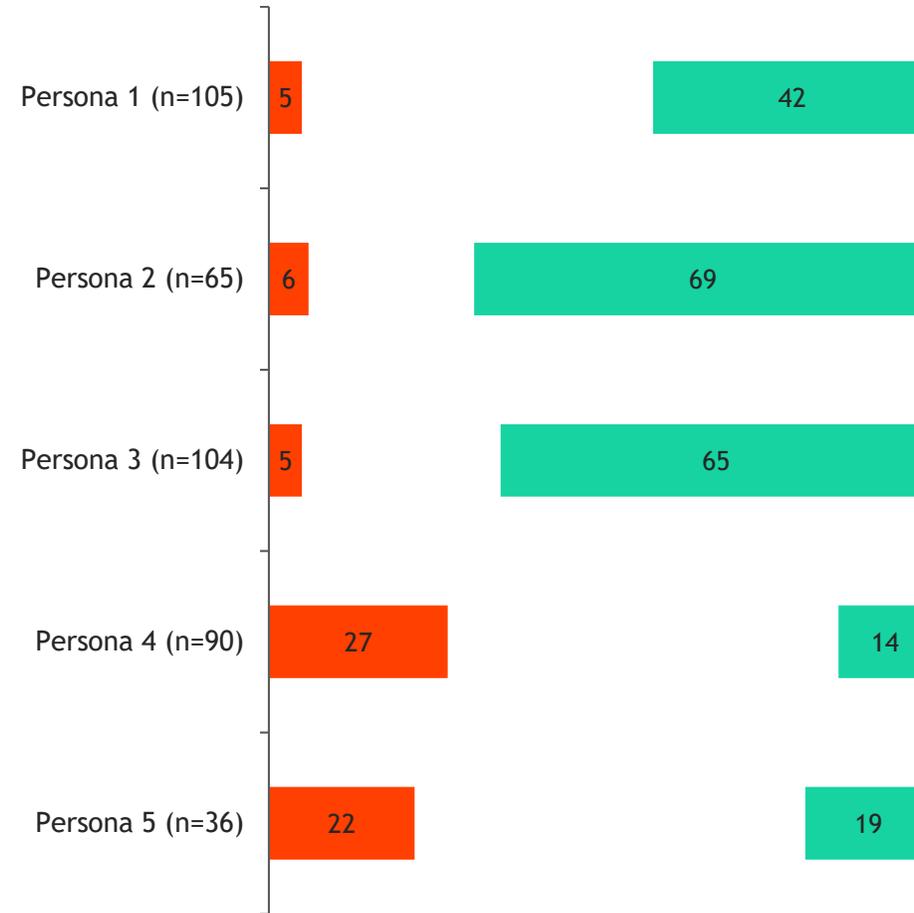
N=400, Angaben in %

CHARAKTEREIGENSCHAFTEN (1/4)

Inwiefern treffen die folgenden Eigenschaften auf Sie zu?
Hilfsbereit



Ehrgeizig

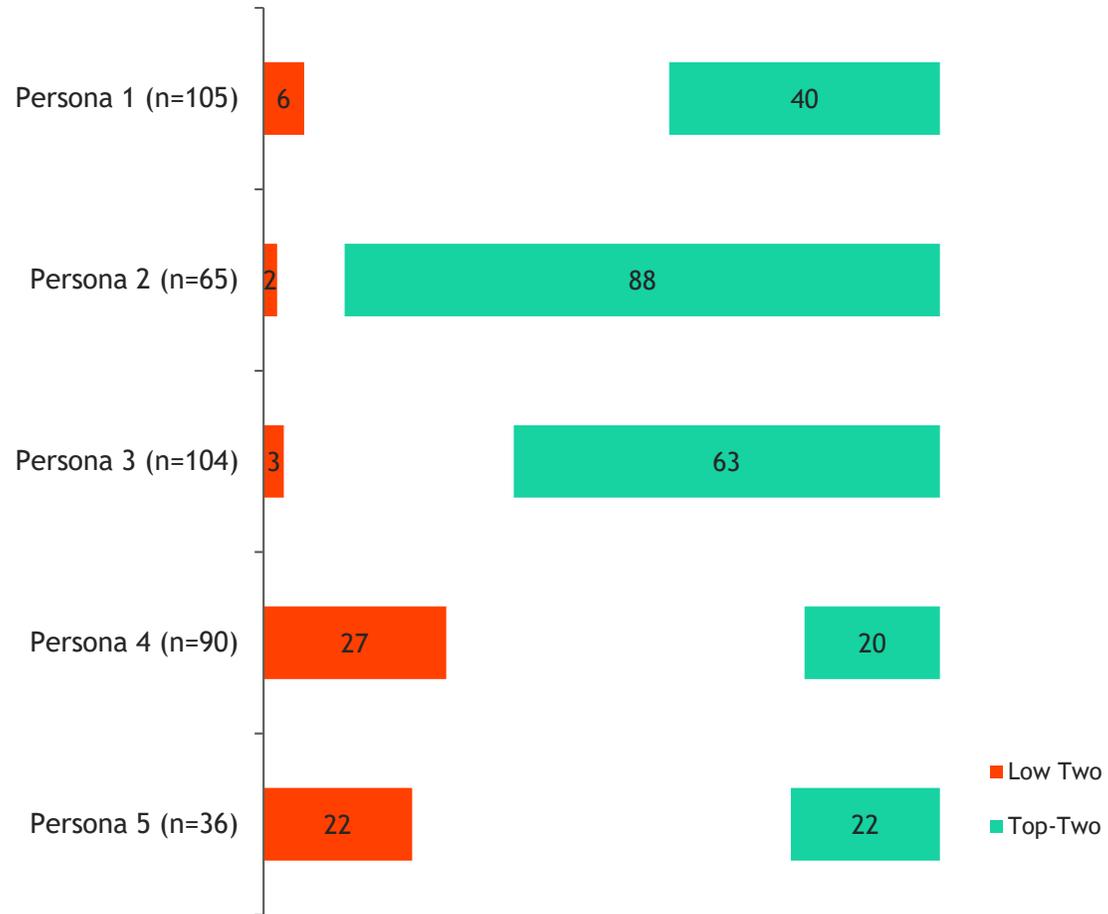


N=400, Angaben in %

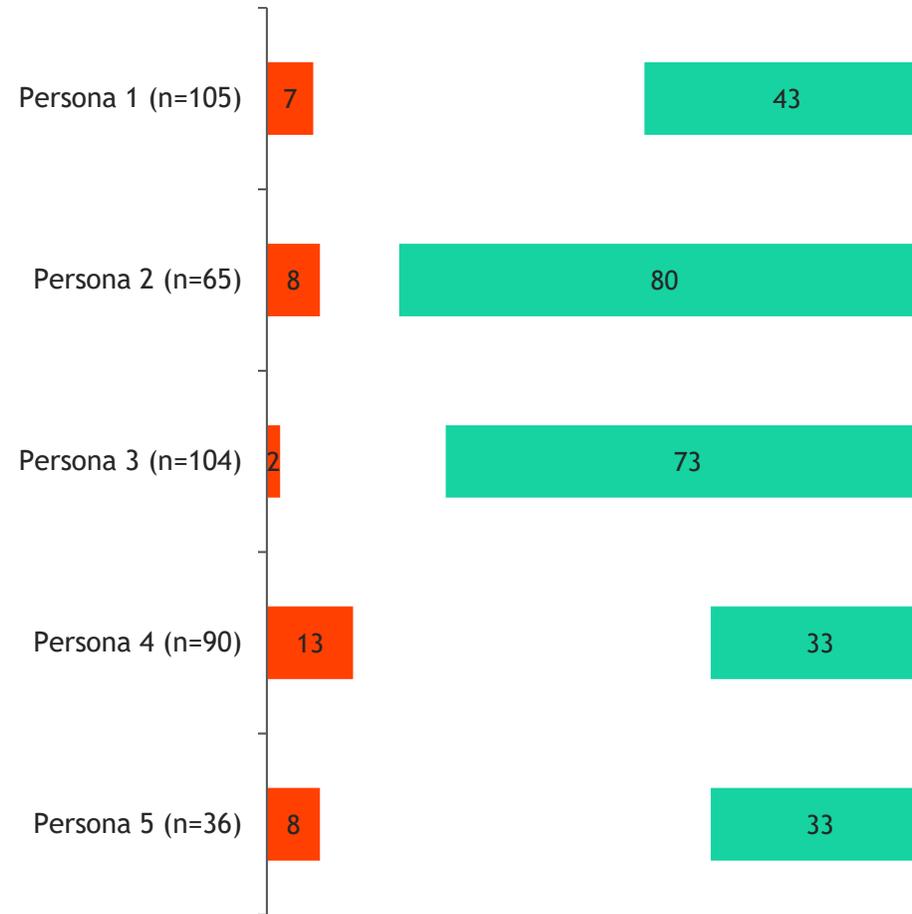
CHARAKTEREIGENSCHAFTEN (2/4)

Inwiefern treffen die folgenden Eigenschaften auf Sie zu?

Gesellig



Selbstbewusst

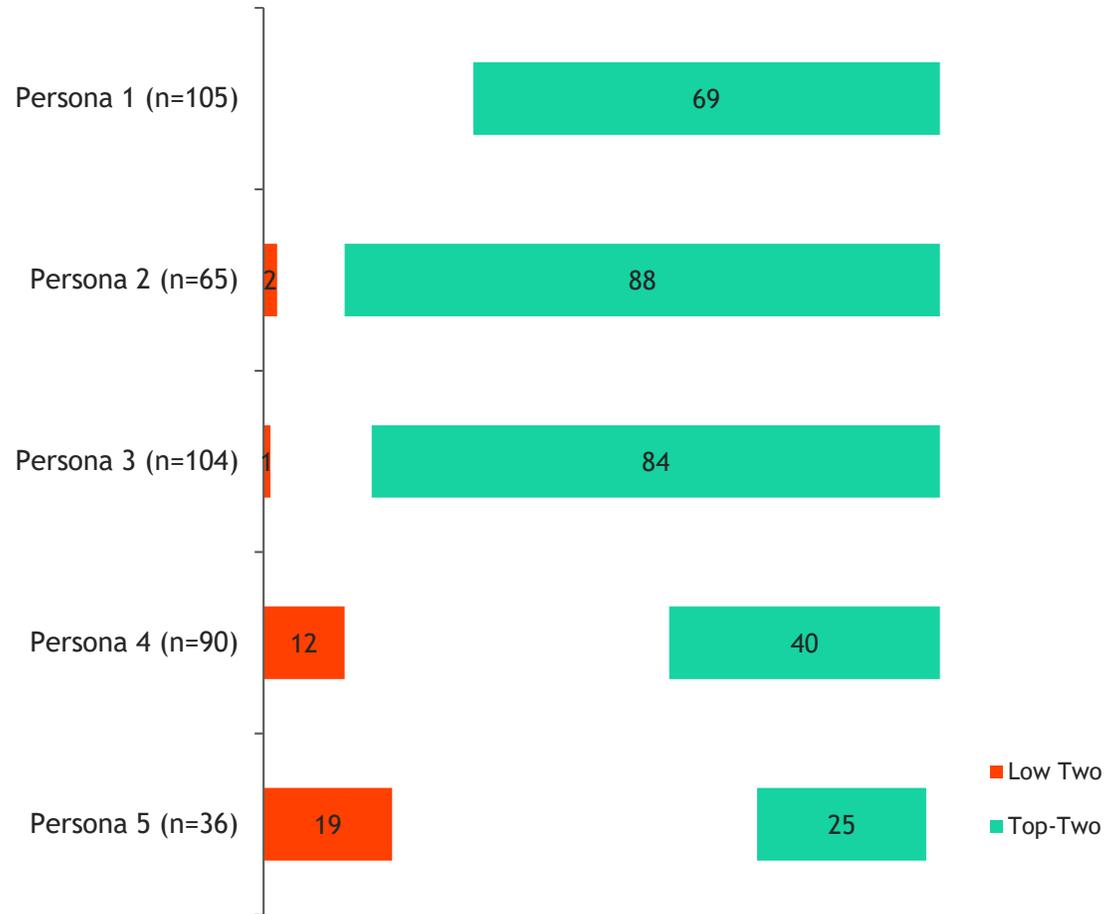


N=400, Angaben in %

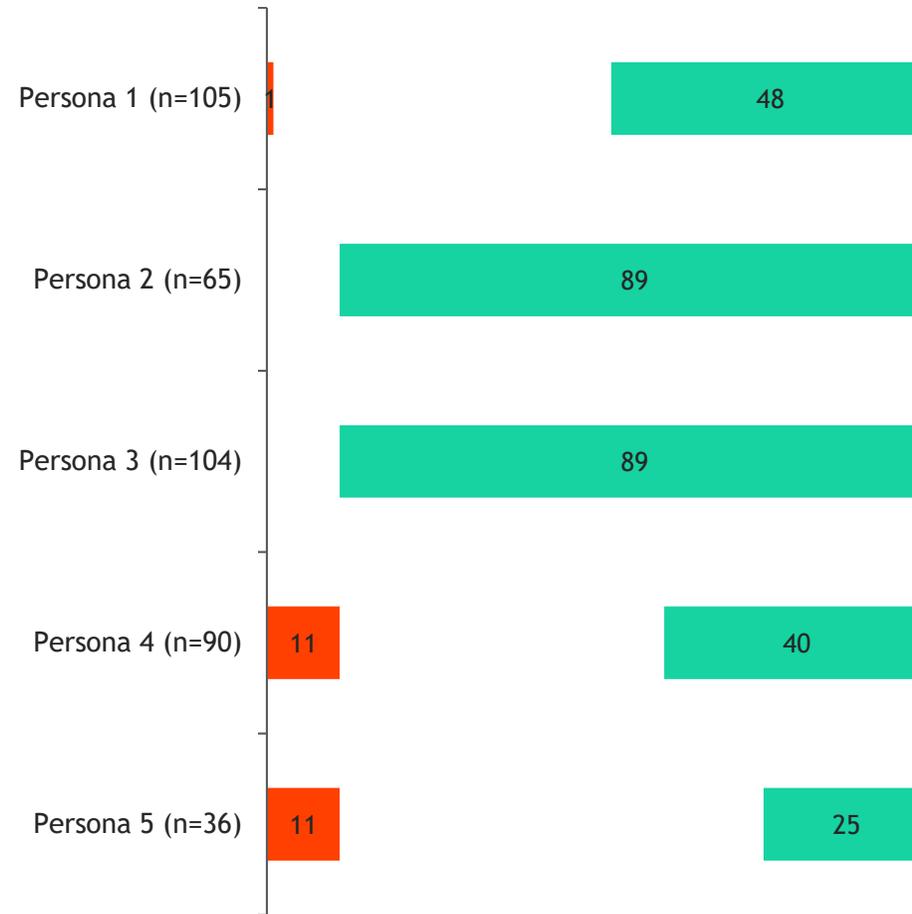
CHARAKTEREIGENSCHAFTEN (3/4)

Inwiefern treffen die folgenden Eigenschaften auf Sie zu?

Neugierig



Offen

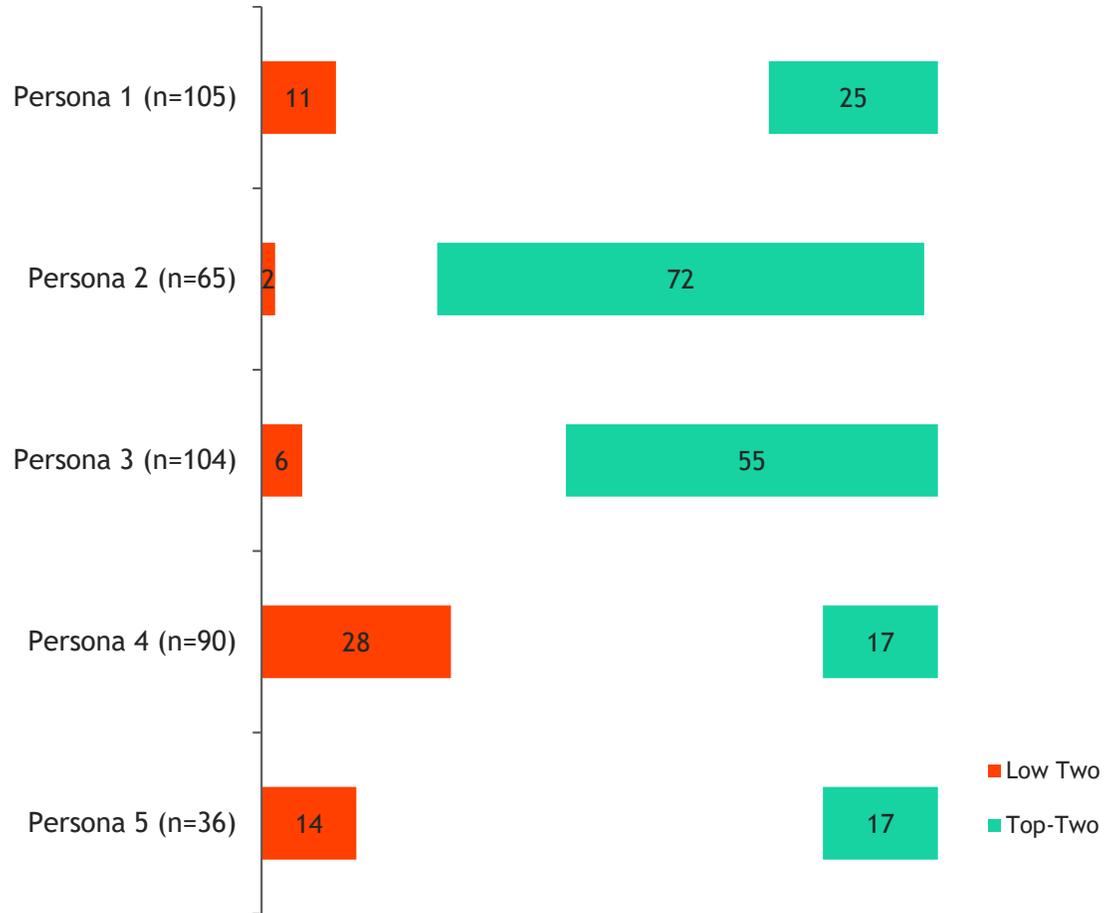


N=400, Angaben in %

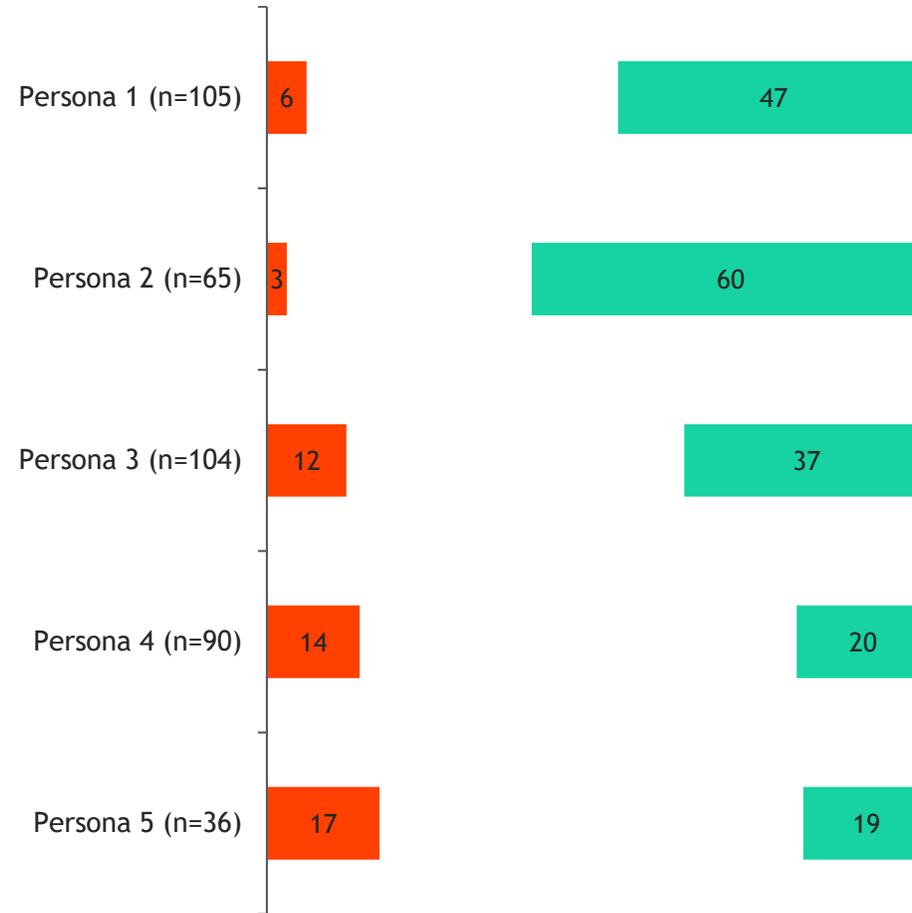
CHARAKTEREIGENSCHAFTEN (4/4)

Inwiefern treffen die folgenden Eigenschaften auf Sie zu?

Spontan



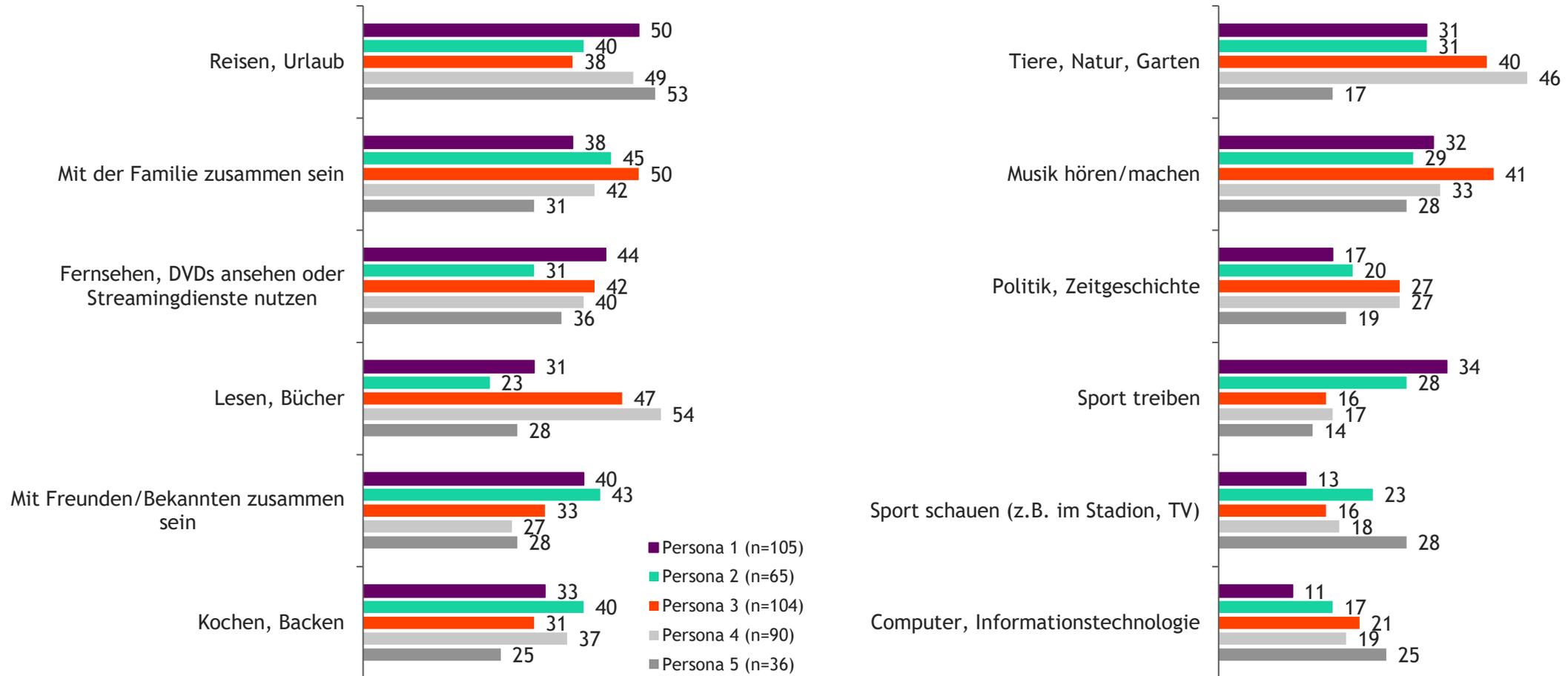
Pragmatisch



N=400, Angaben in %

HOBBIES / INTERESSEN TOP 12

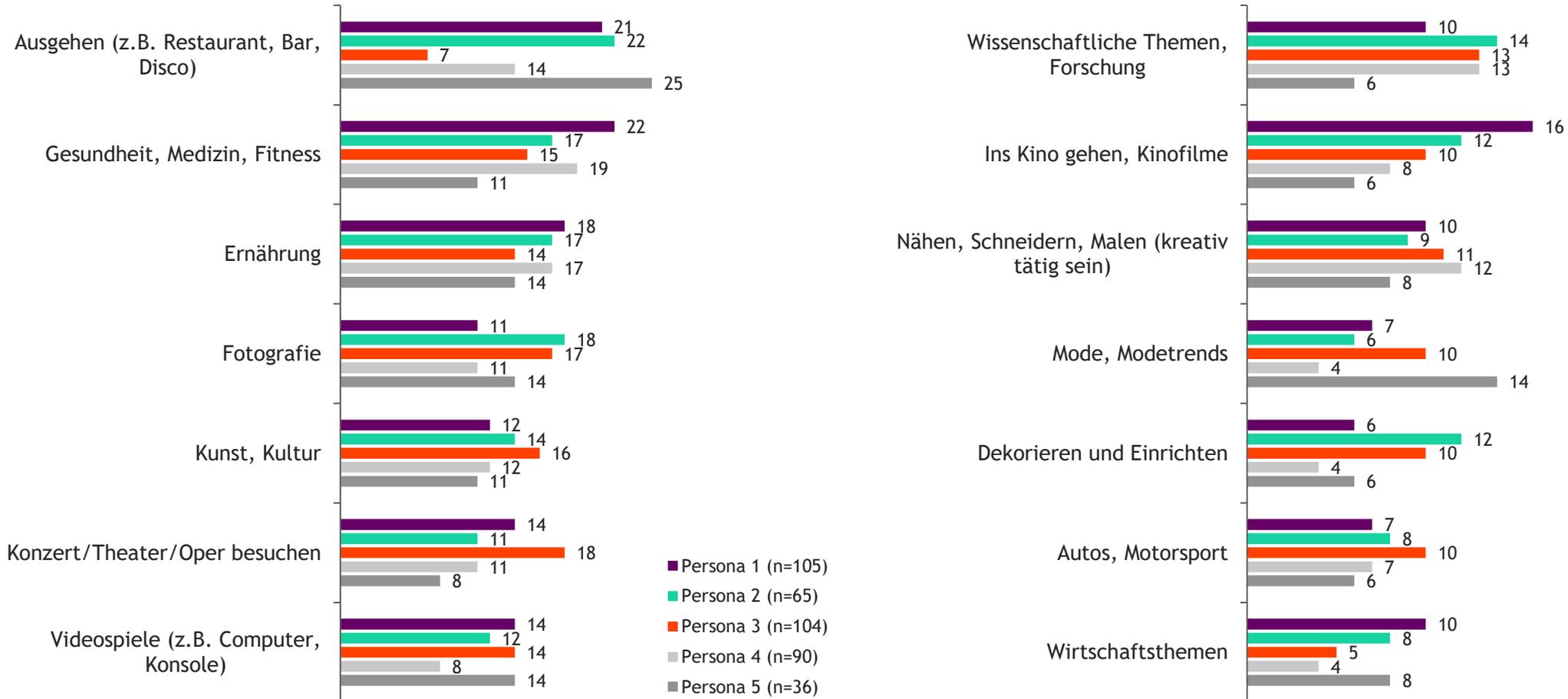
Welches sind Ihre Interessengebiete bzw. Hobbys?



N=400, Ranking wurde gebildet über alle Persona, Angaben in %

HOBBIES / INTERESSEN PLÄTZE 13-26

Welches sind Ihre Interessengebiete bzw. Hobbys?

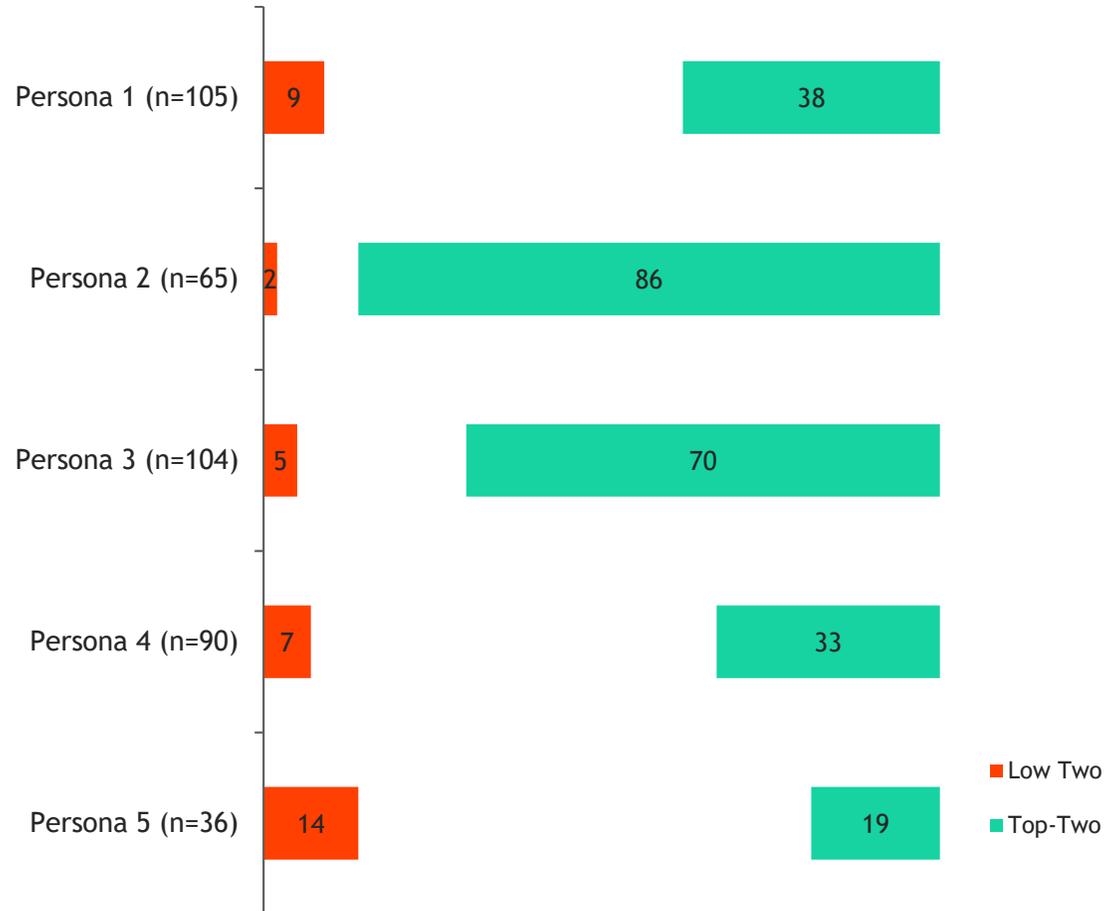


N=400, Ranking wurde gebildet über alle Persona, Angaben in %

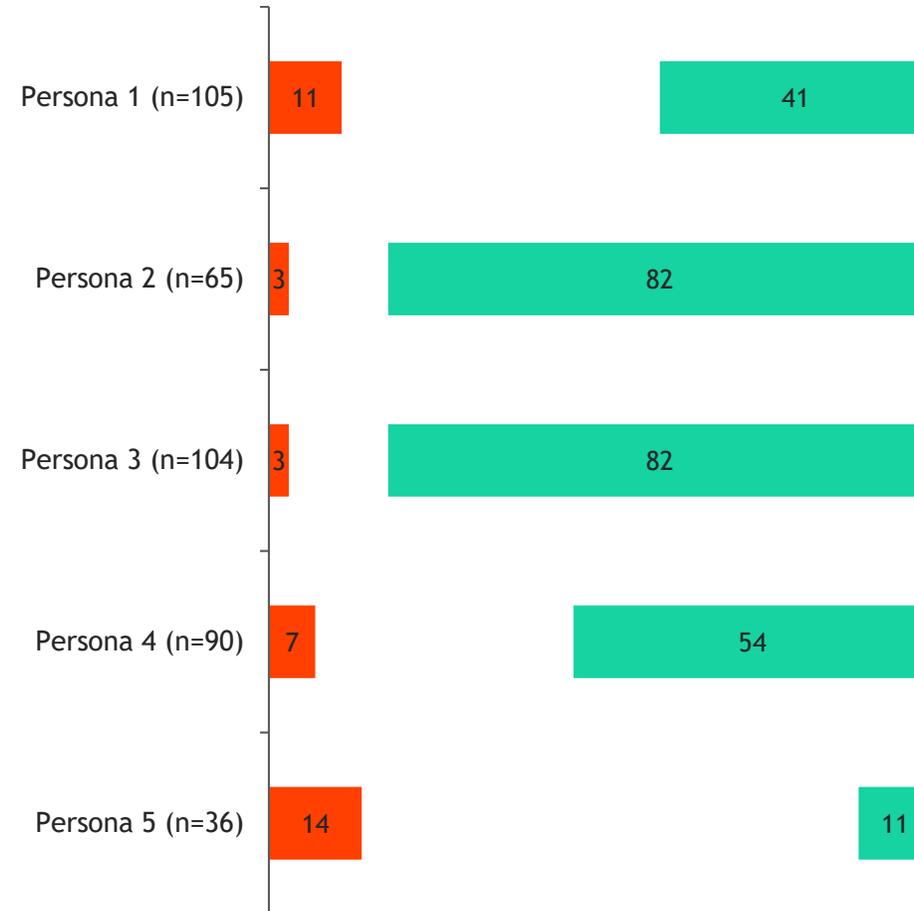
MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (1/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Individualismus



Gleichheit

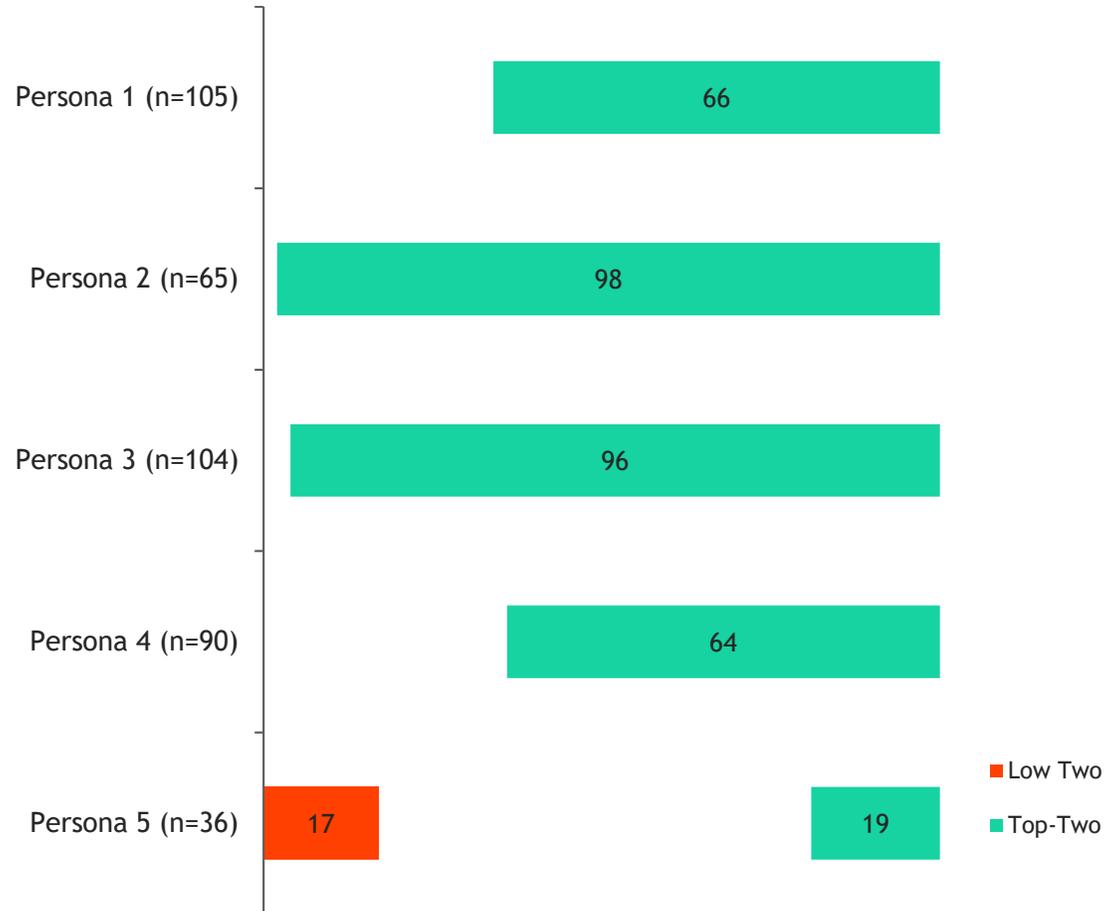


N=400, Angaben in %

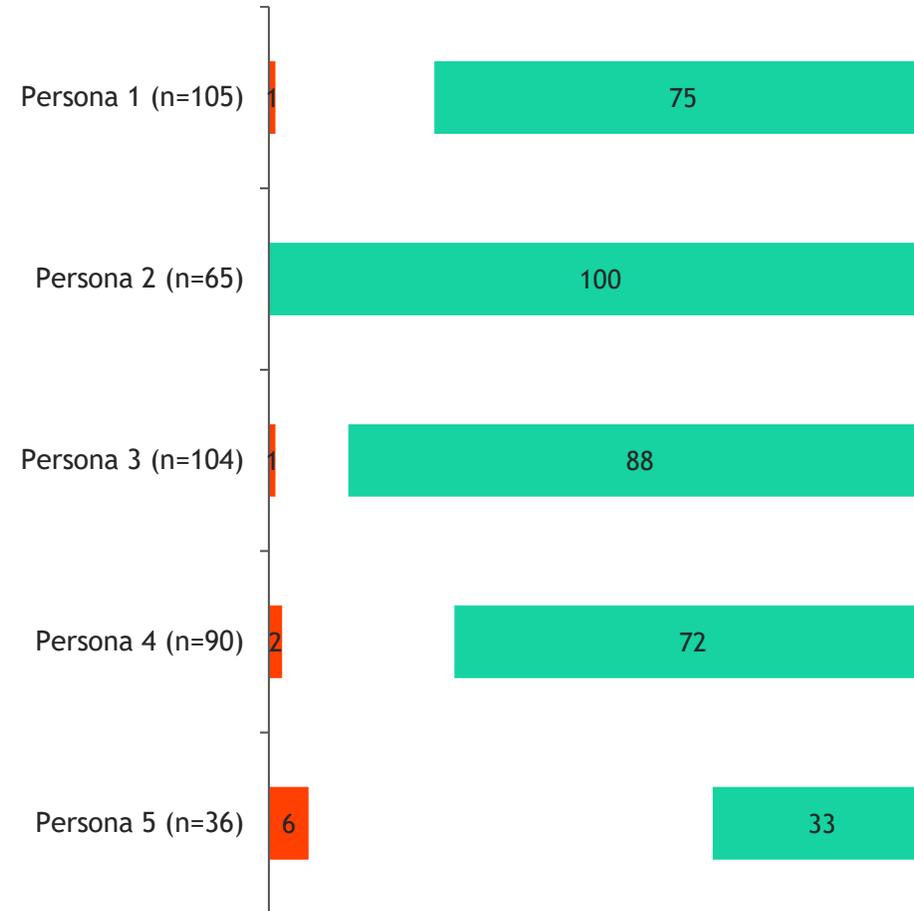
MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (2/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Offenheit



Toleranz

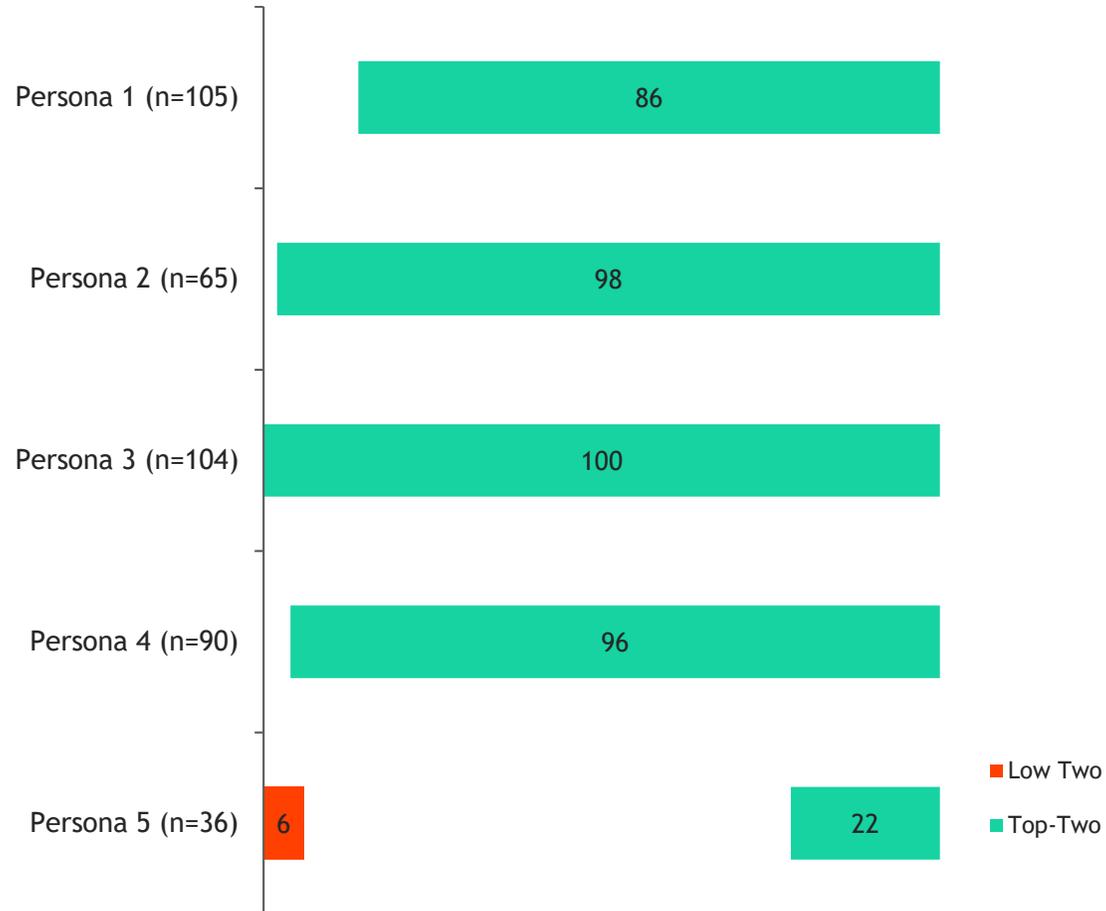


N=400, Angaben in %

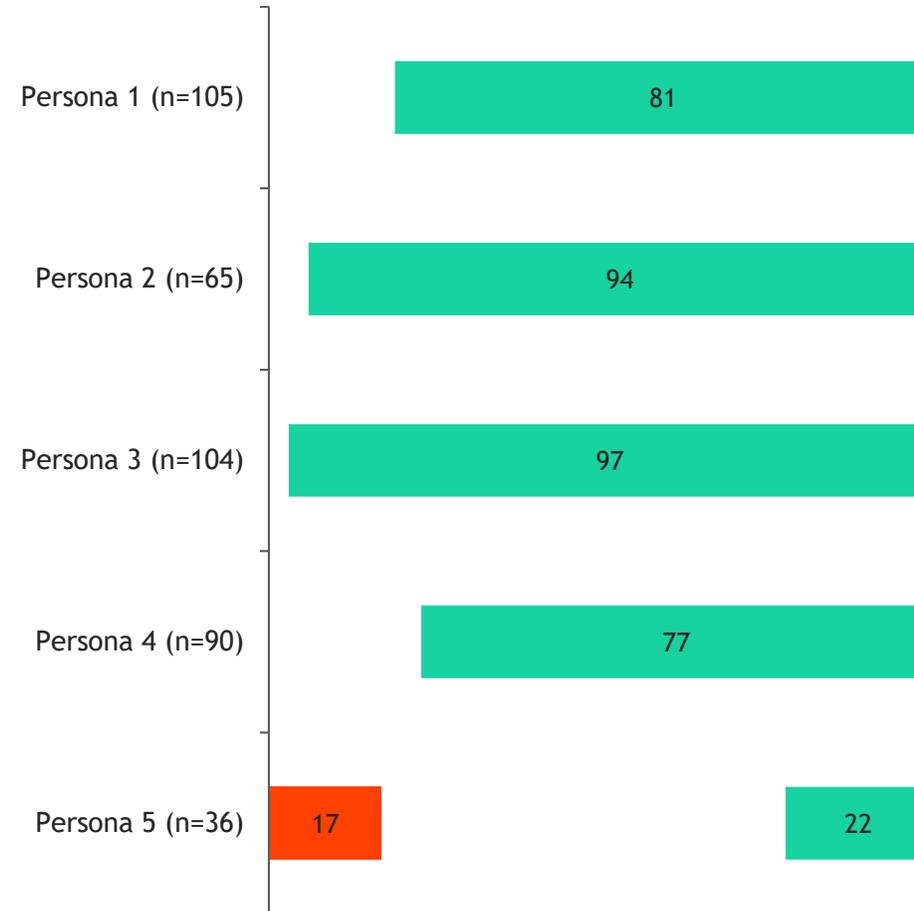
MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (3/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Gerechtigkeit



Herzlichkeit

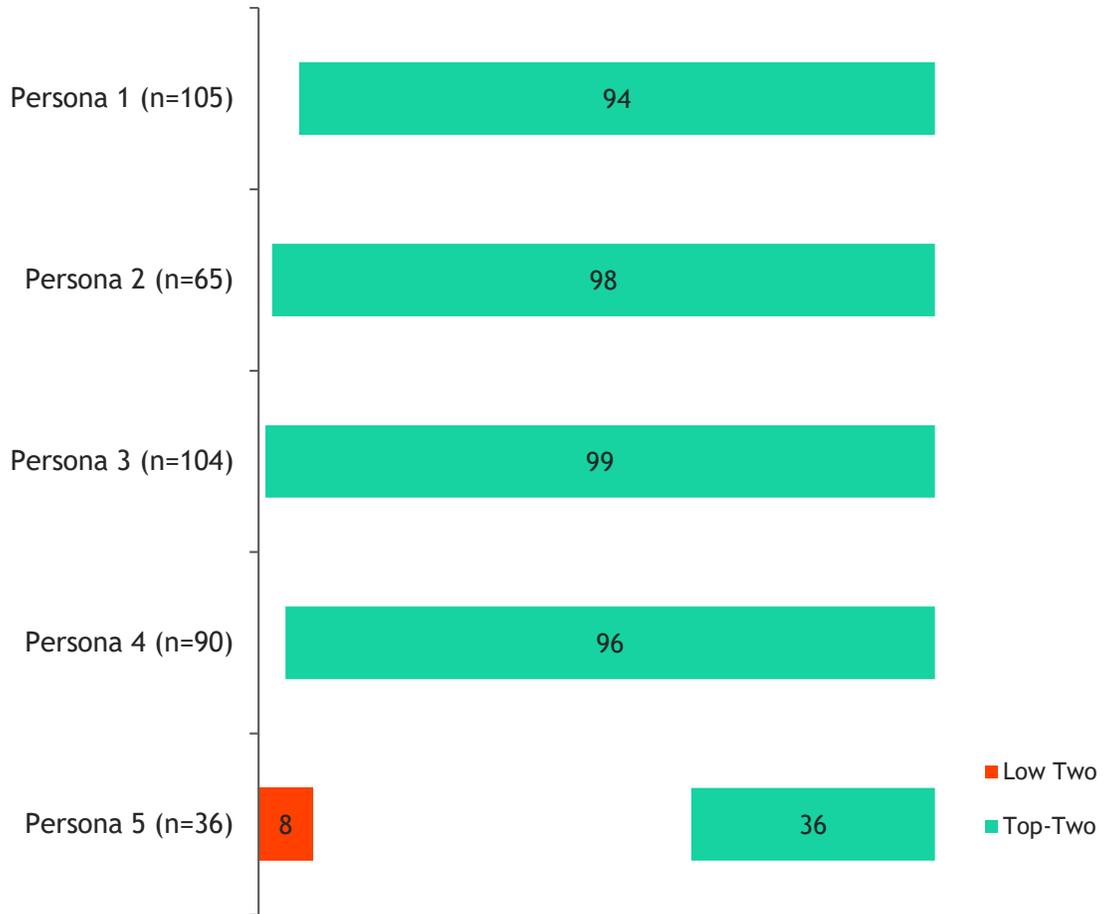


N=400, Angaben in %

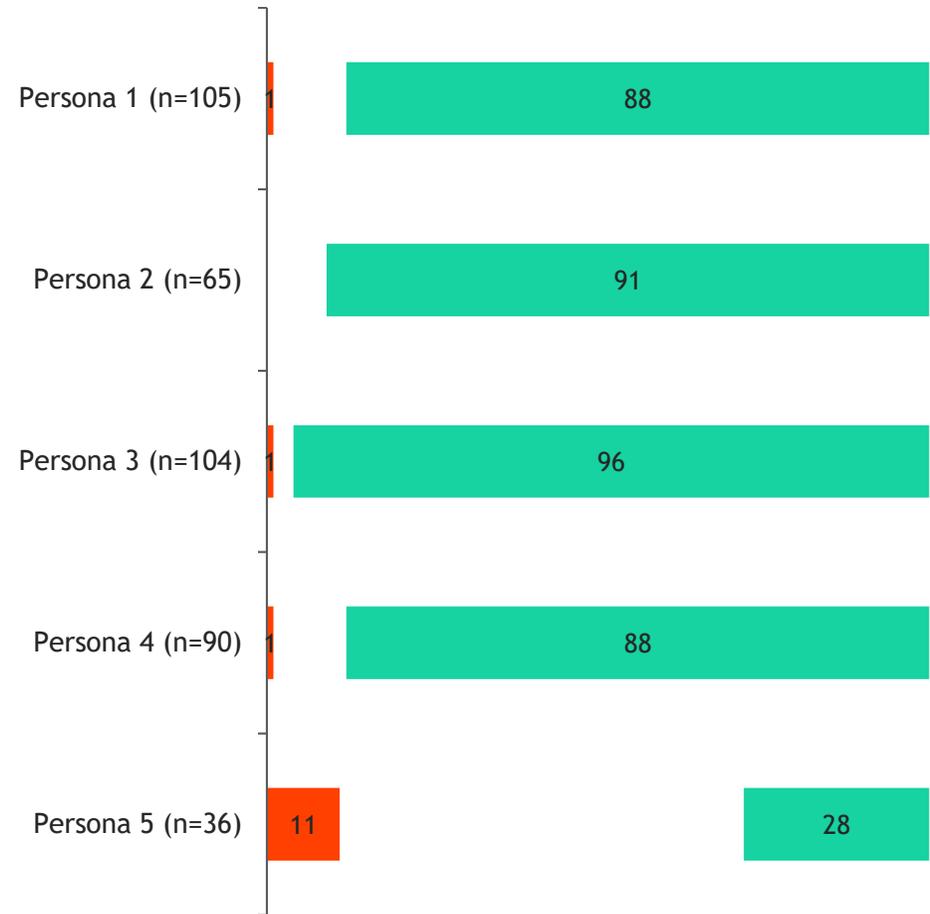
MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (4/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Vertrauen



Treue

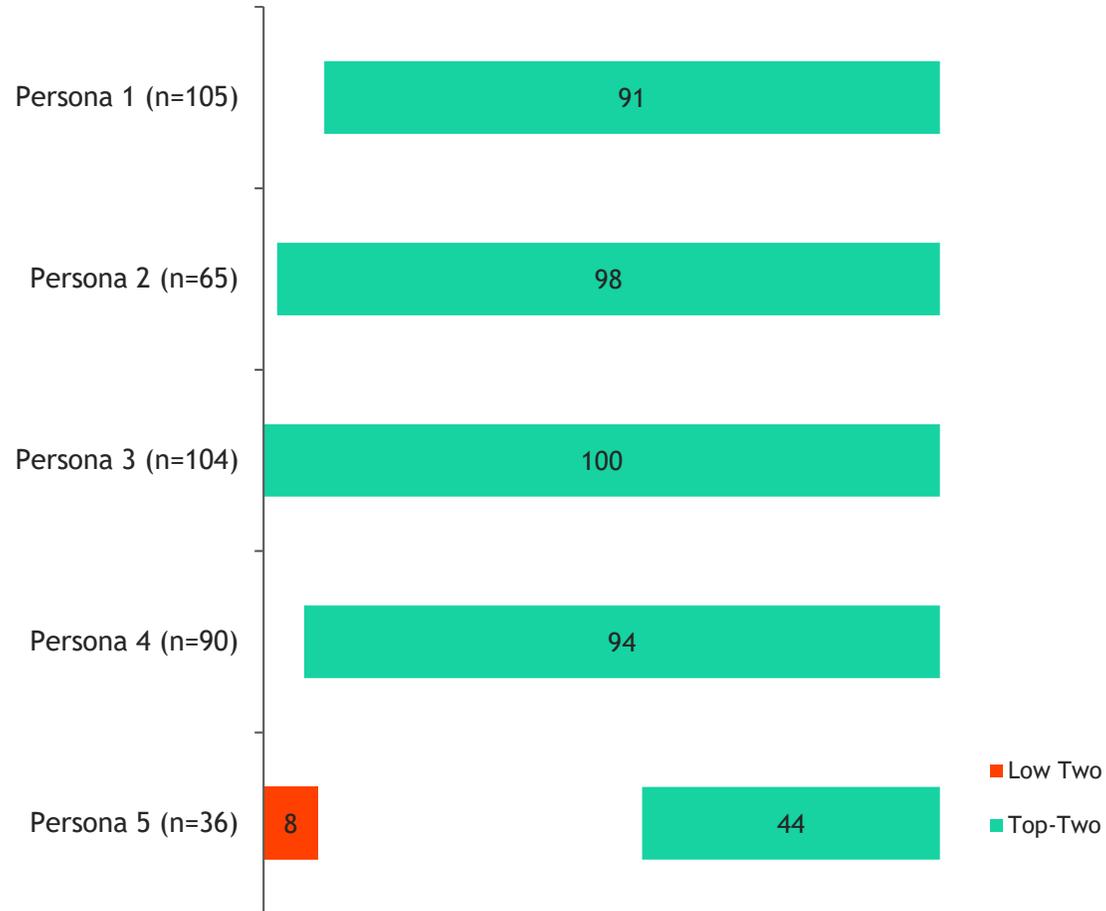


N=400, Angaben in %

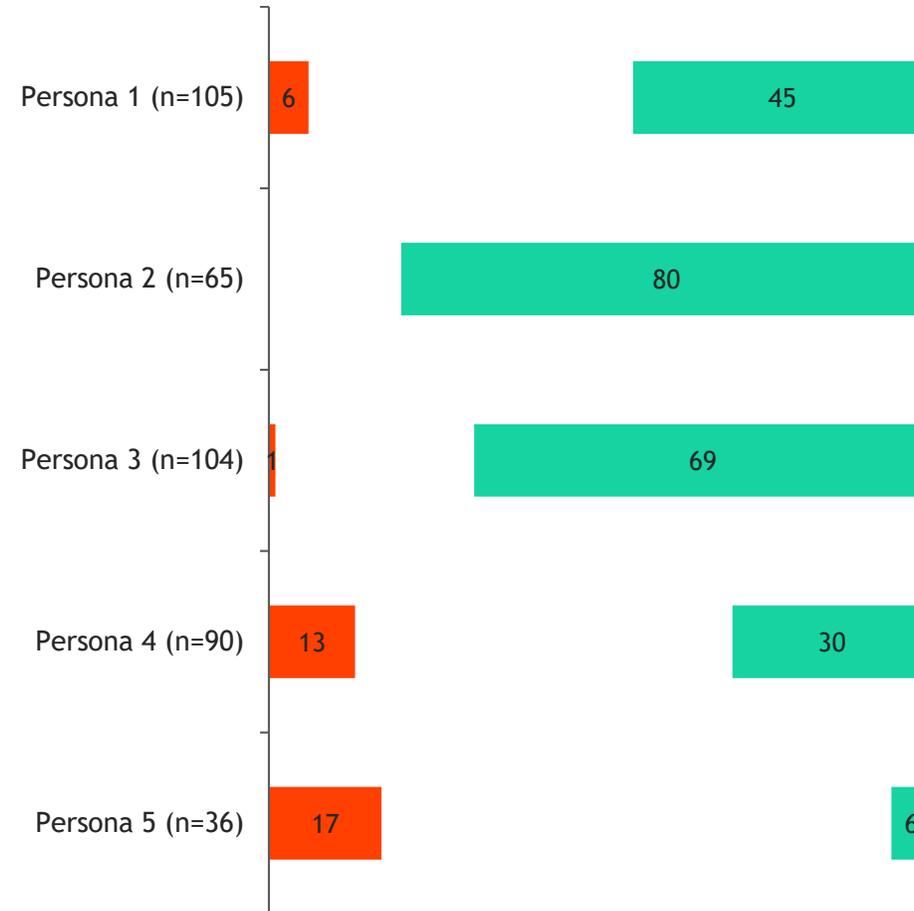
MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (5/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Verlässlichkeit



Geselligkeit

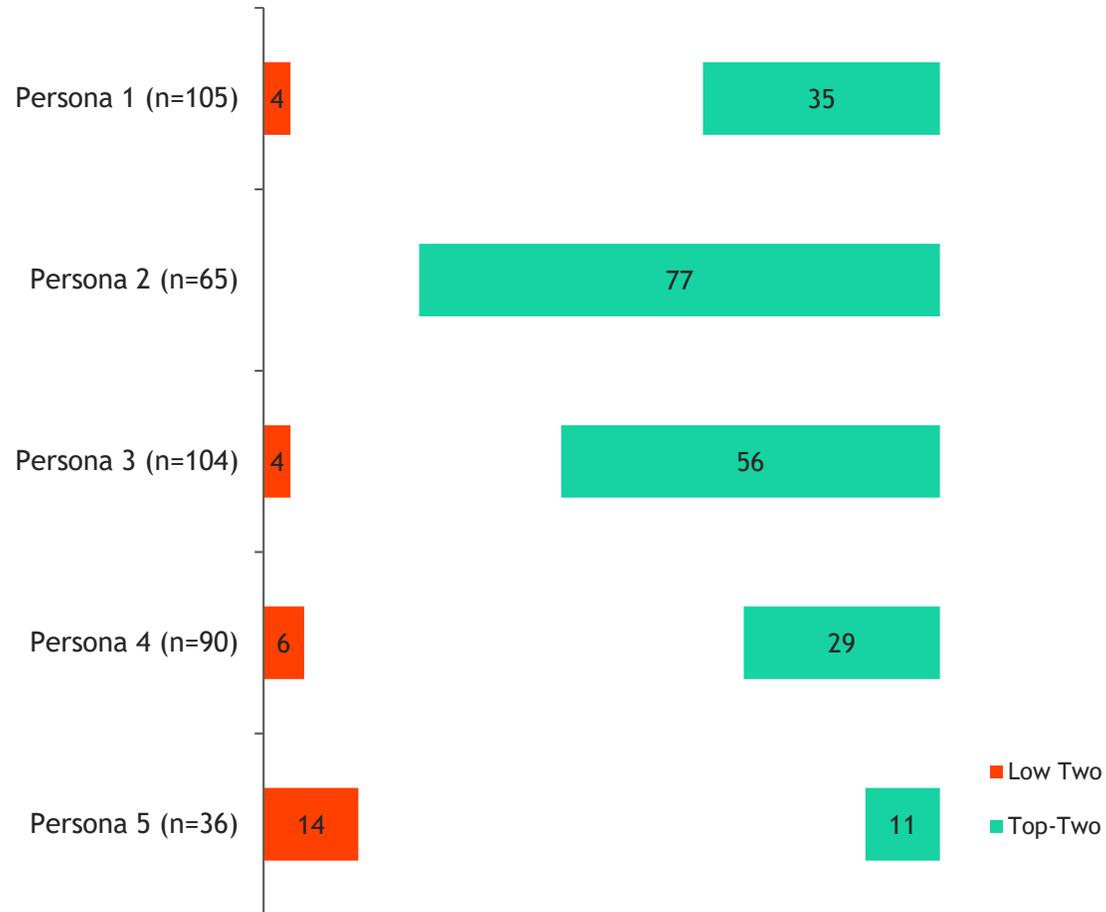


N=400, Angaben in %

MOTIVE / WERTE (LIMBIC MAP) (6/6)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte in Bezug auf Ihr Leben in der Gesellschaft?

Großzügigkeit



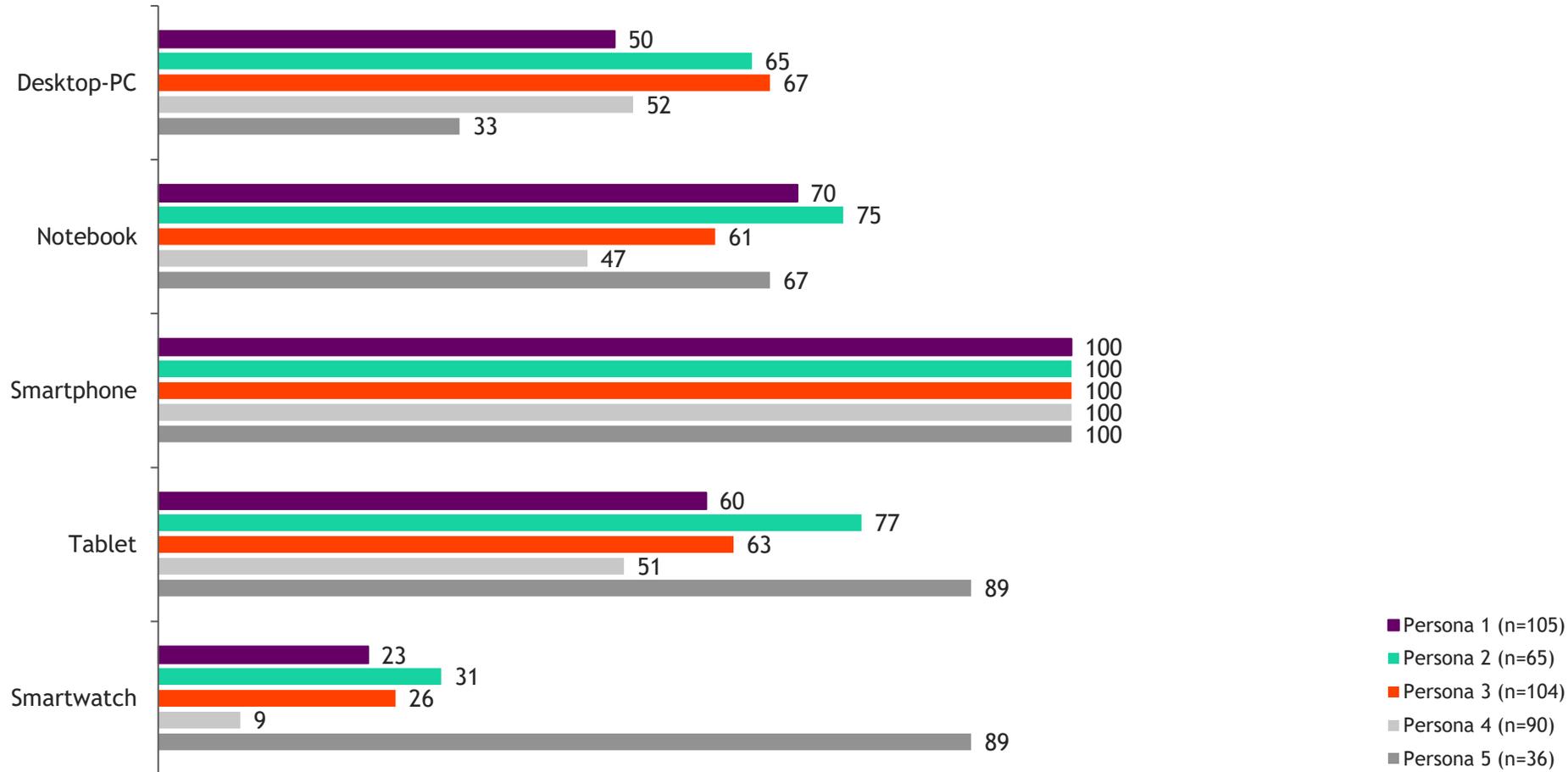
N=400, Angaben in %

GERÄTENUTZUNG & MEDIENVERHALTEN



TECHNISCHE GERÄTE

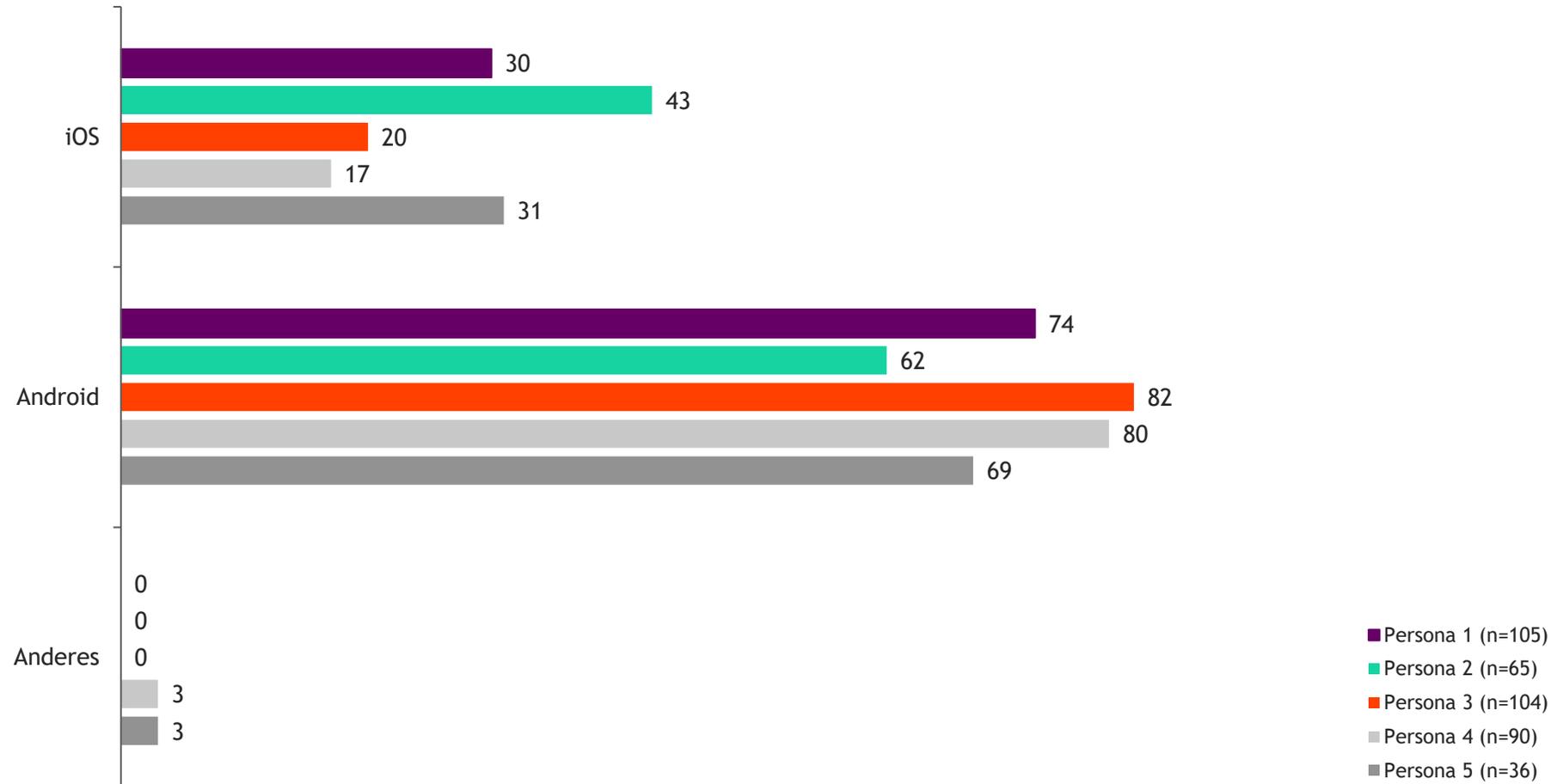
Welche der folgenden technischen Geräte besitzen und nutzen Sie?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

BETRIEBSSYSTEM SMARTPHONE

Welches Betriebssystem hat das Smartphone, das Sie für private Zwecke nutzen?

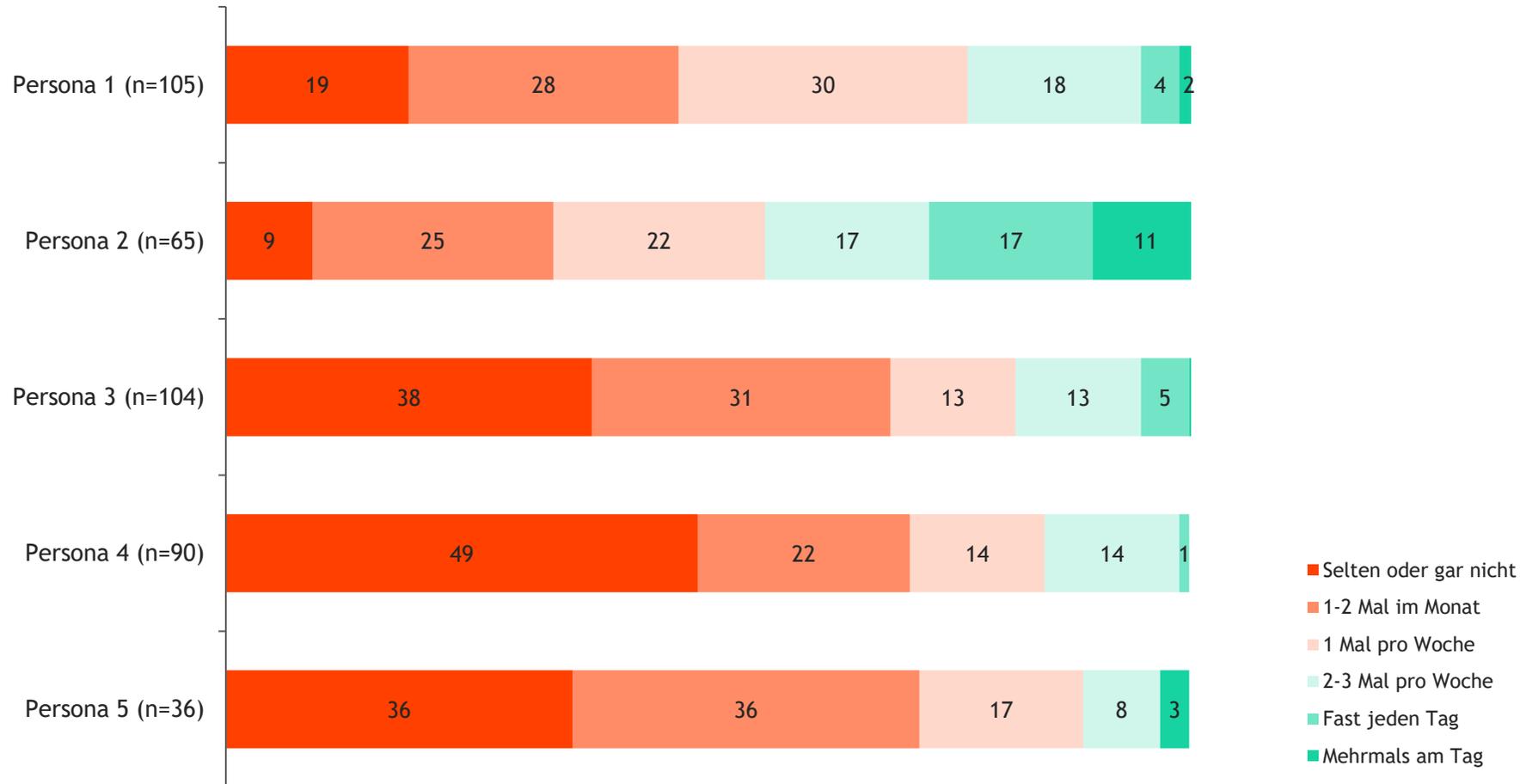


N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (1/8)

ONLINE-SHOPPING

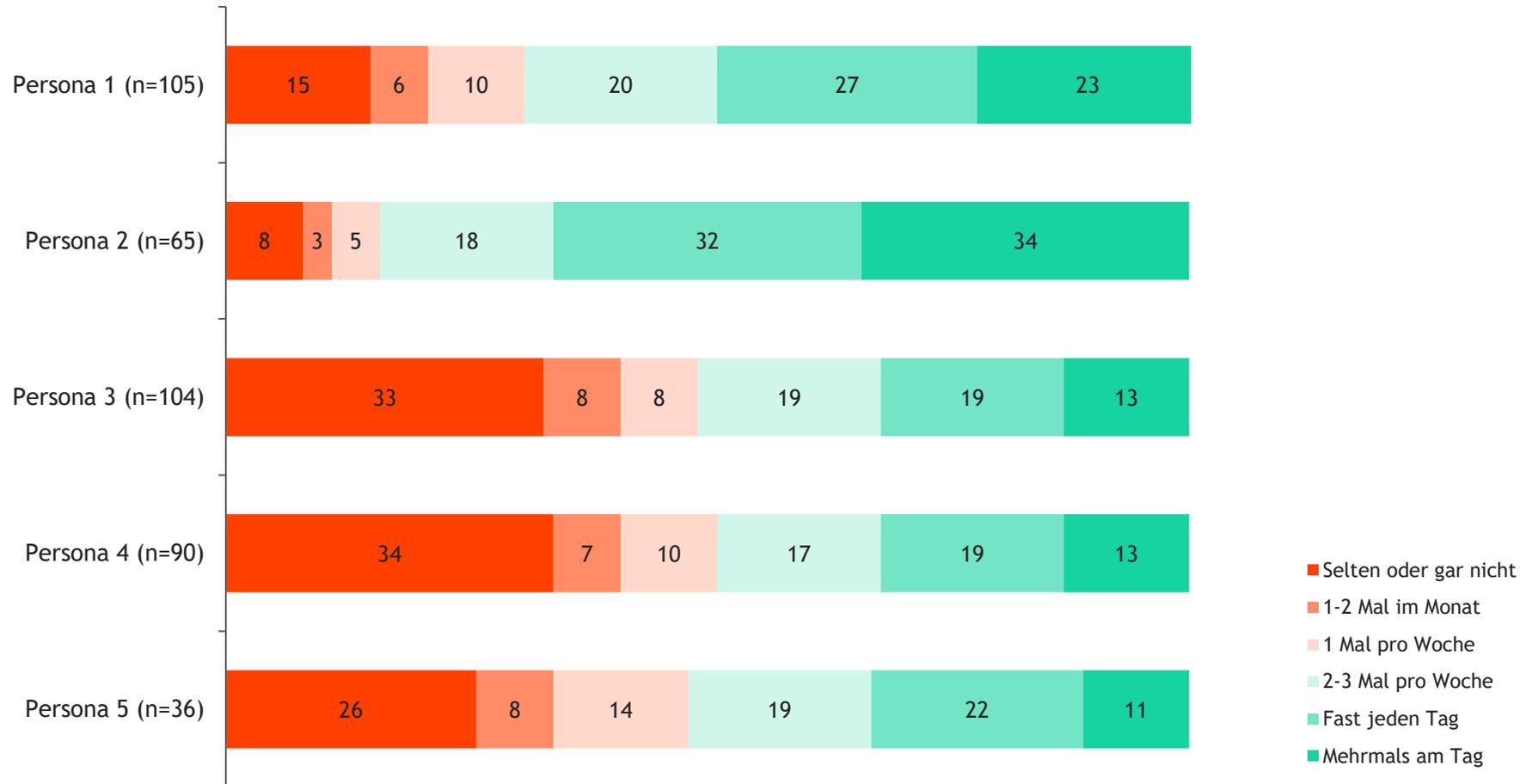
Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?



N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (2/8) NACHRICHTEN / ARTIKEL LESEN

Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?

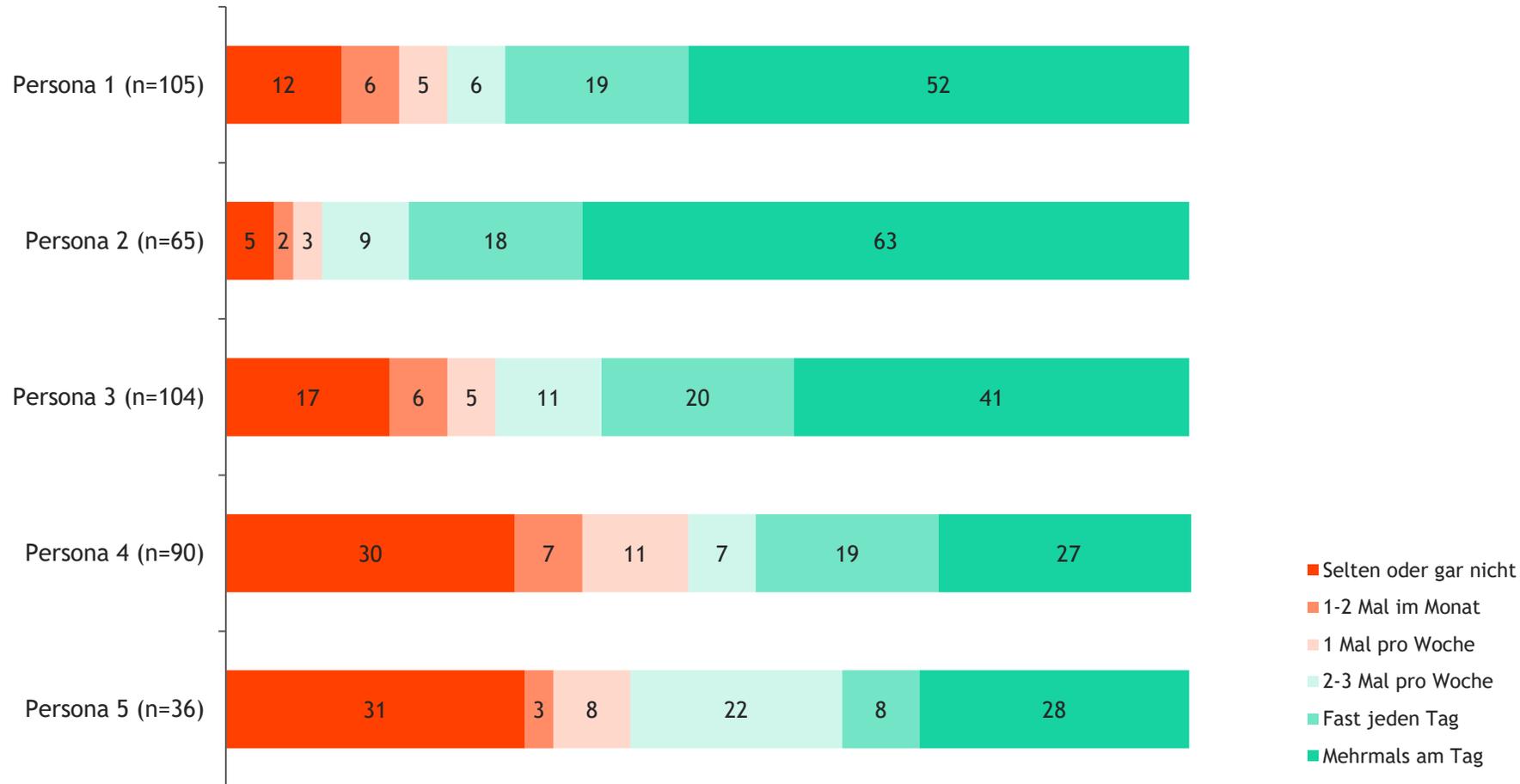


N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (3/8)

SOZIALE NETZWERKE NUTZEN

Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?

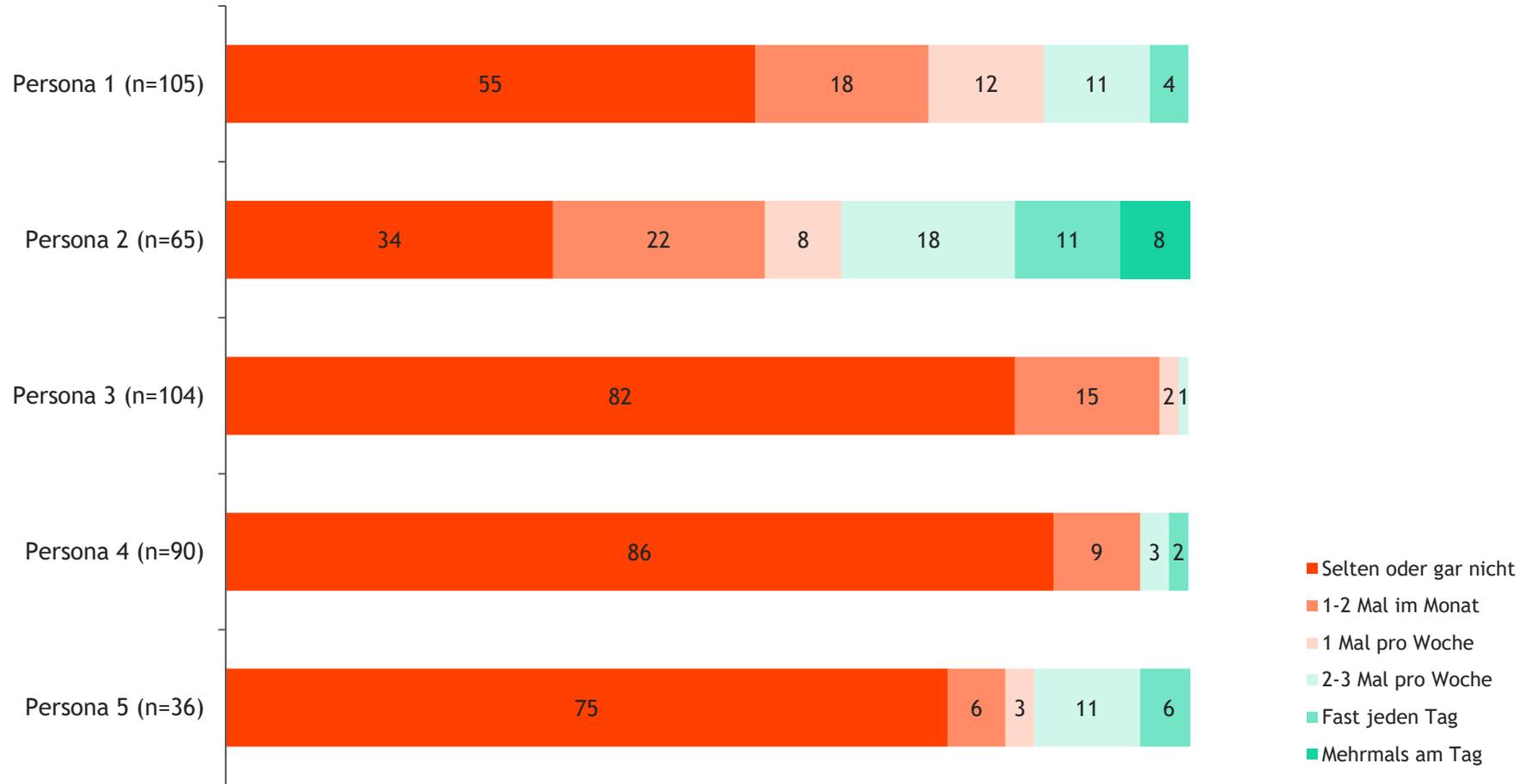


N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (4/8)

MOBILE TICKETING

Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?

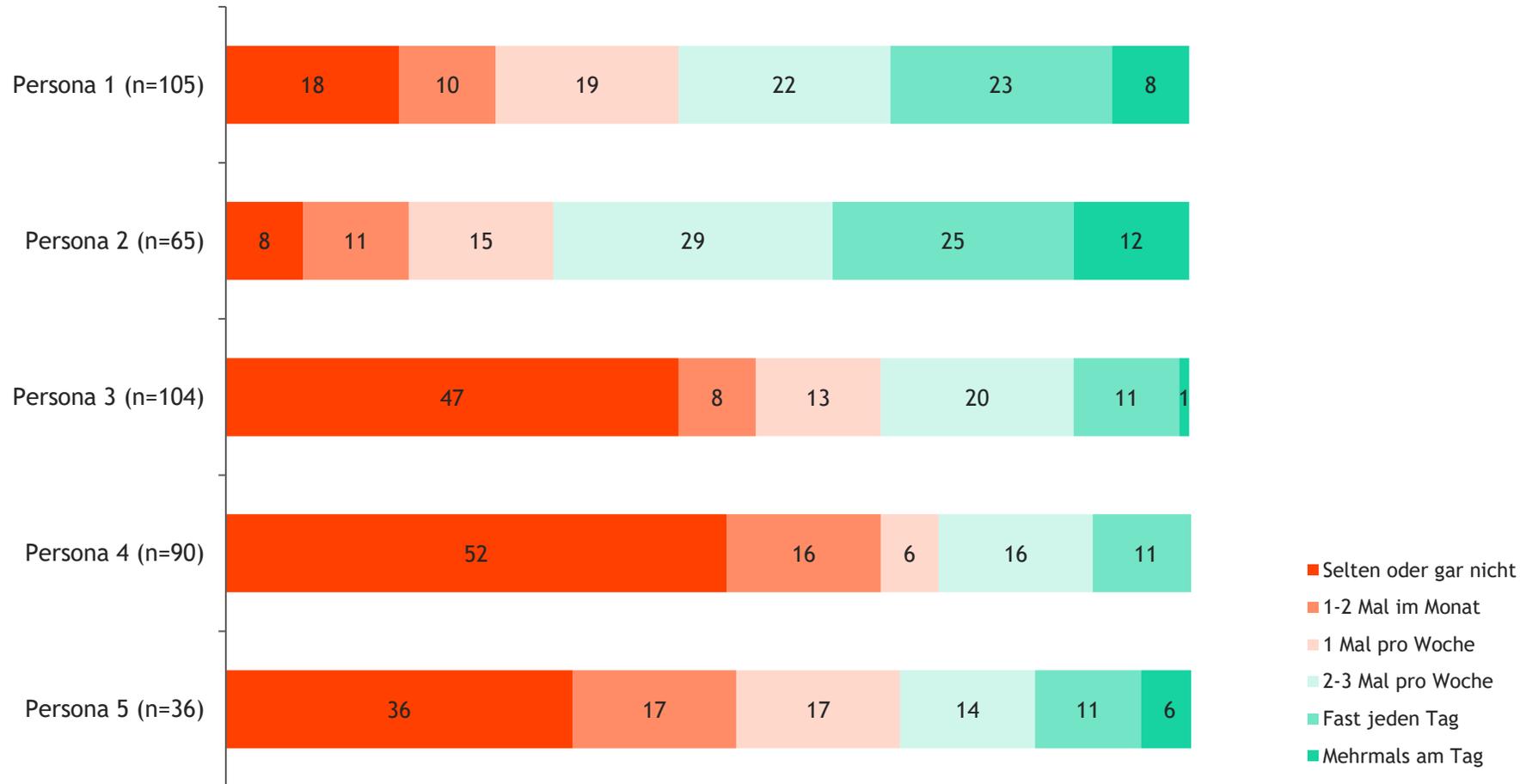


N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (5/8)

ONLINE-BANKING

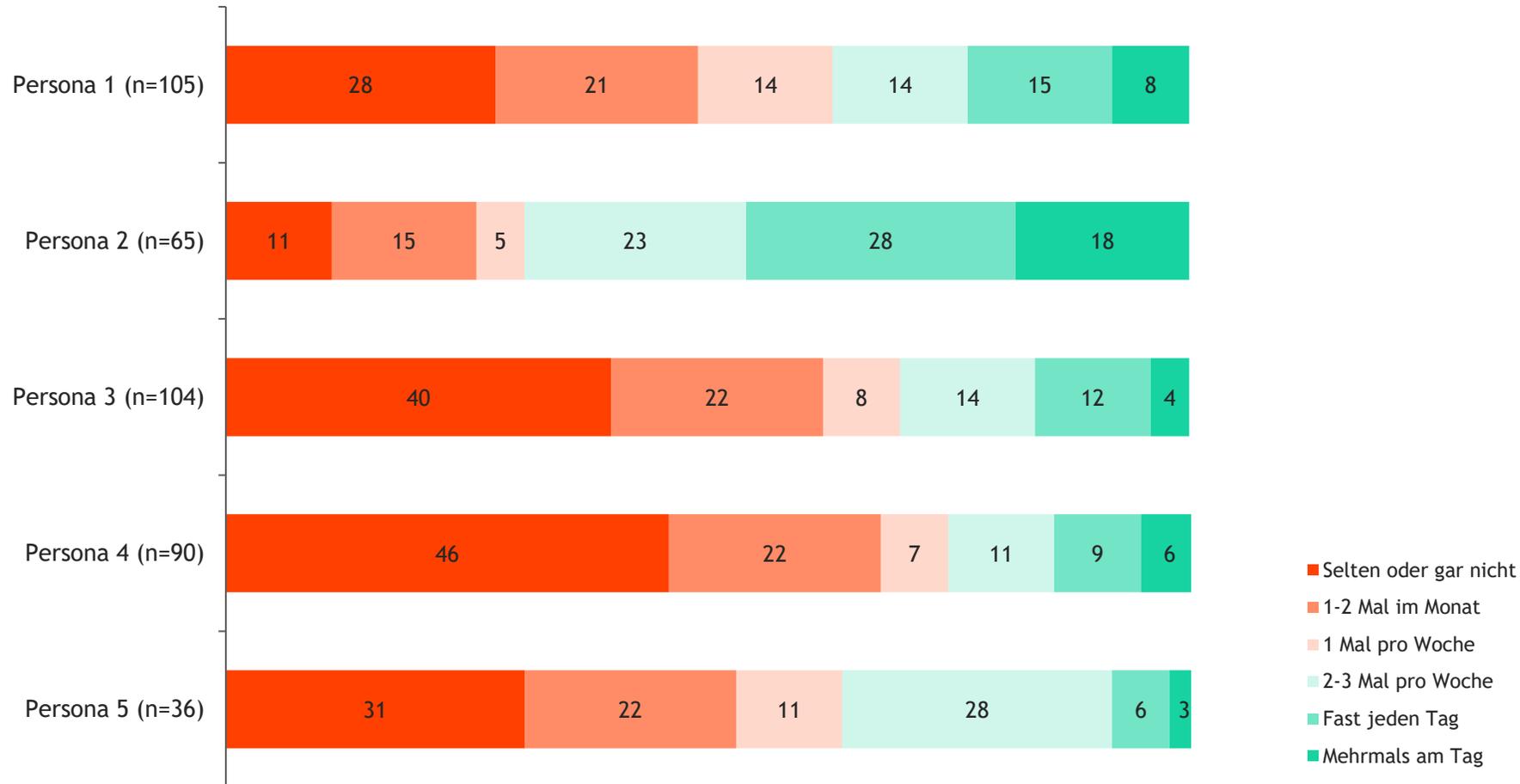
Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?



N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (6/8) (LÄNGERE) E-MAILS SCHREIBEN

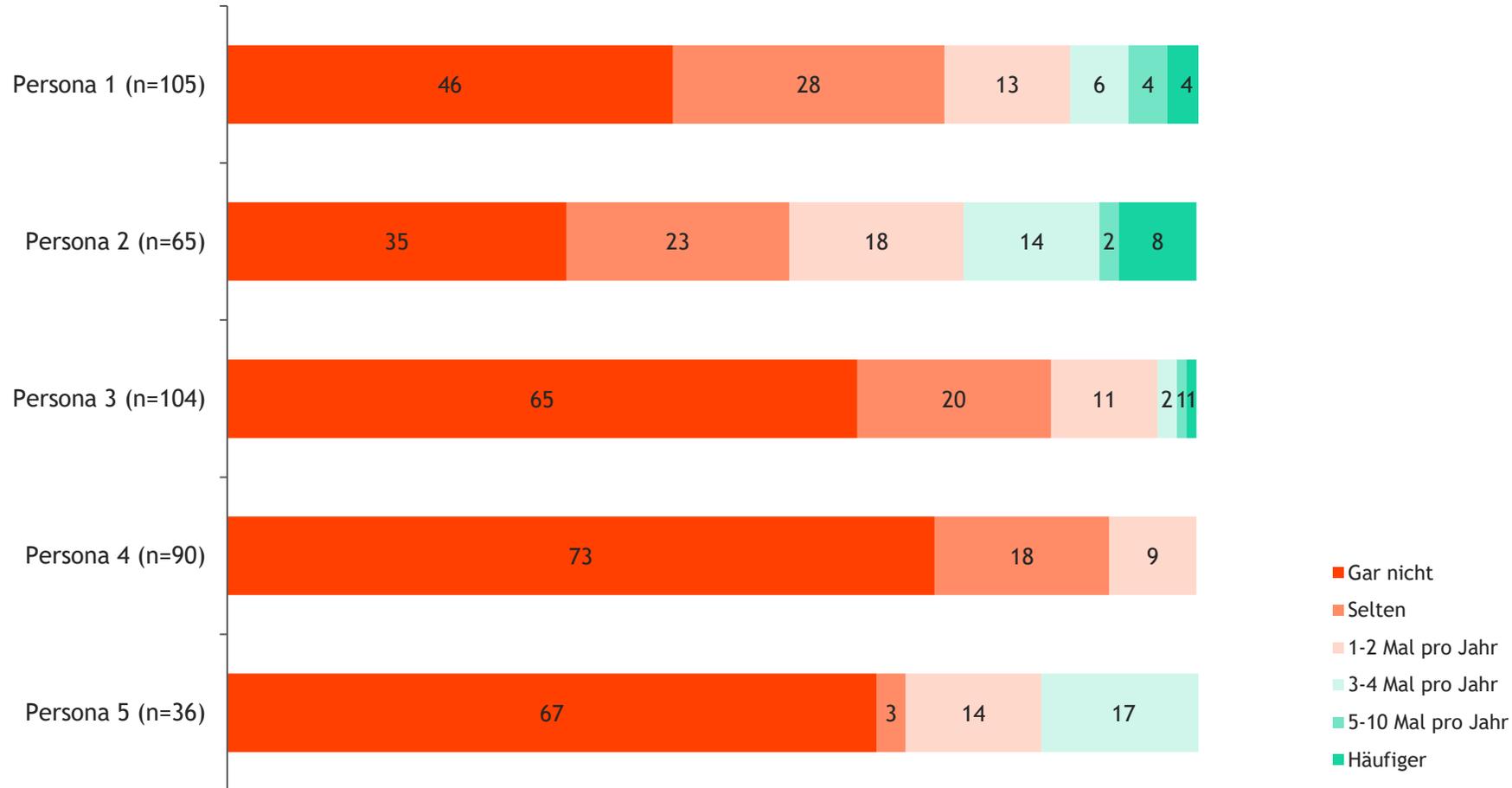
Für welche Zwecke nutzen Sie Ihr Smartphone und wie häufig tun Sie dies?



N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (7/8) VERTRÄGE ABSCHLIEßEN

Und inwiefern nutzen Sie Ihr Smartphone für diese Zwecke und wie häufig tun Sie dies?

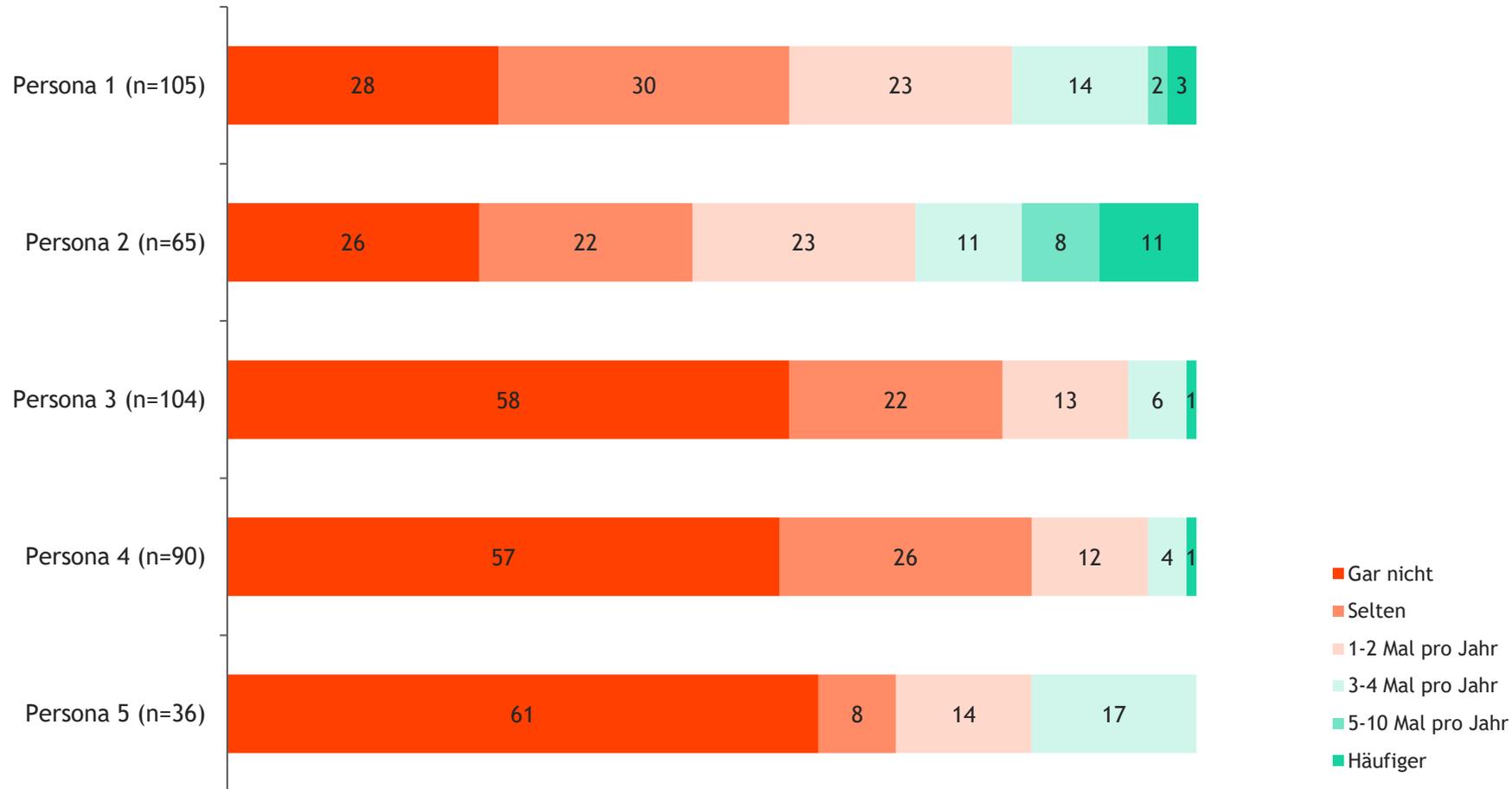


N=400, Angaben in %

NUTZUNG DES SMARTPHONES (8/8)

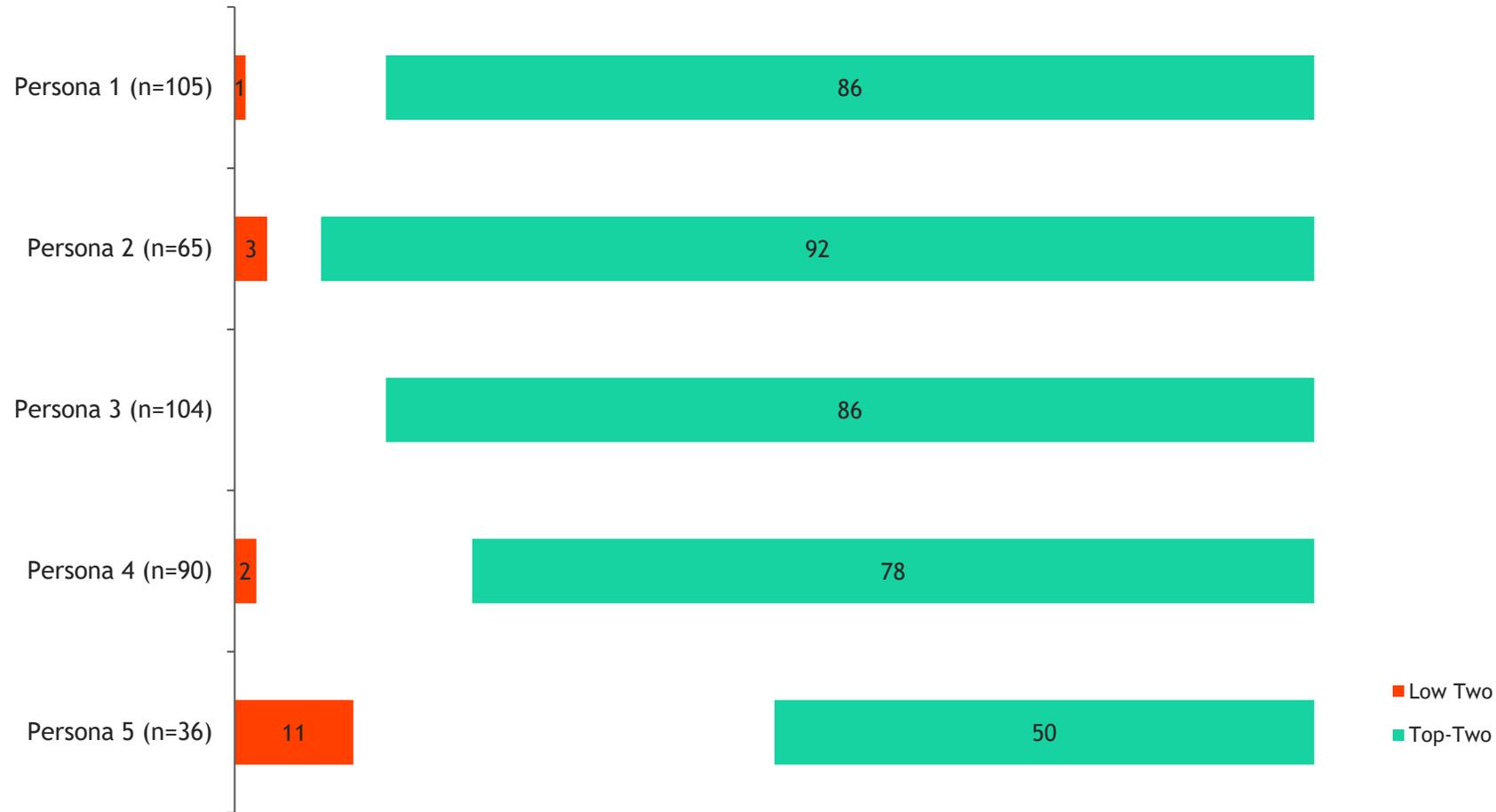
REISEN/KURZURLAUBE SUCHEN/BUCHEN

Und inwiefern nutzen Sie Ihr Smartphone für diese Zwecke und wie häufig tun Sie dies?



N=400, Angaben in %

Wie wichtig sind ihnen geprüfte Informationen bei der Wissensgewinnung im Internet?

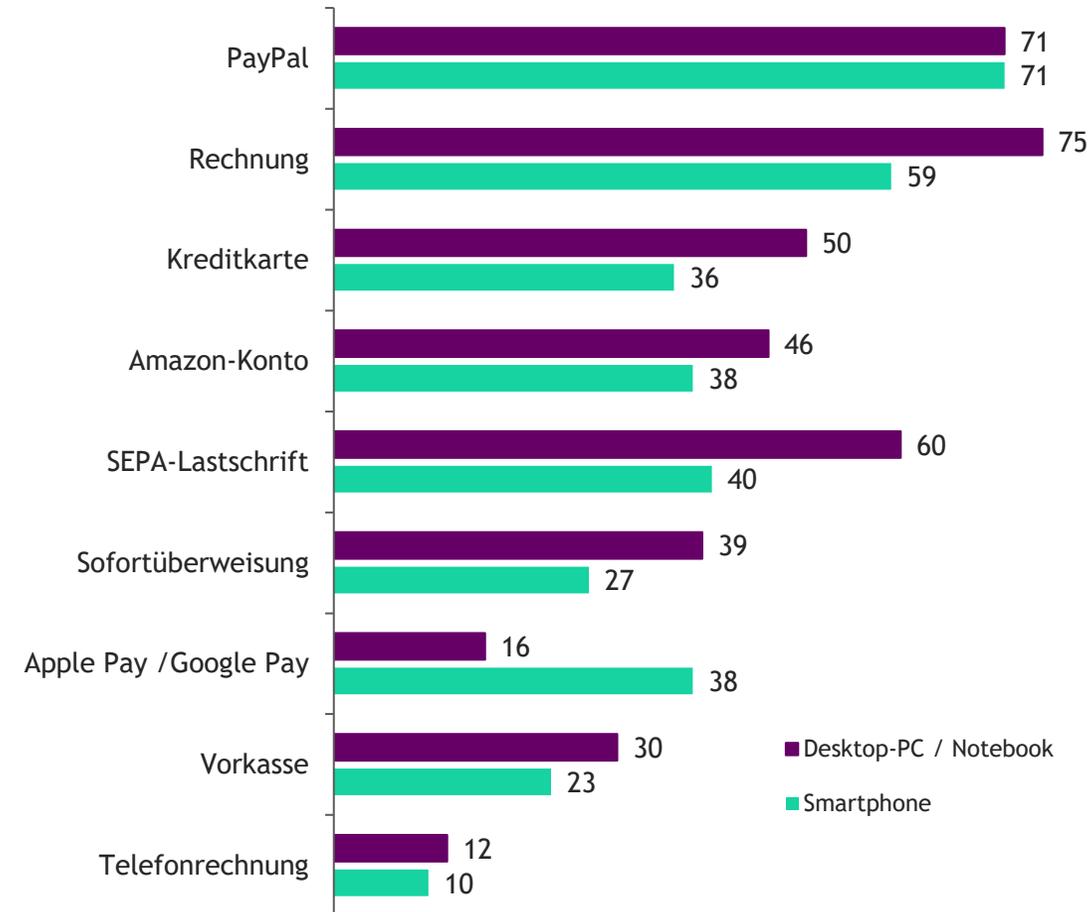


N=400, Angaben in %

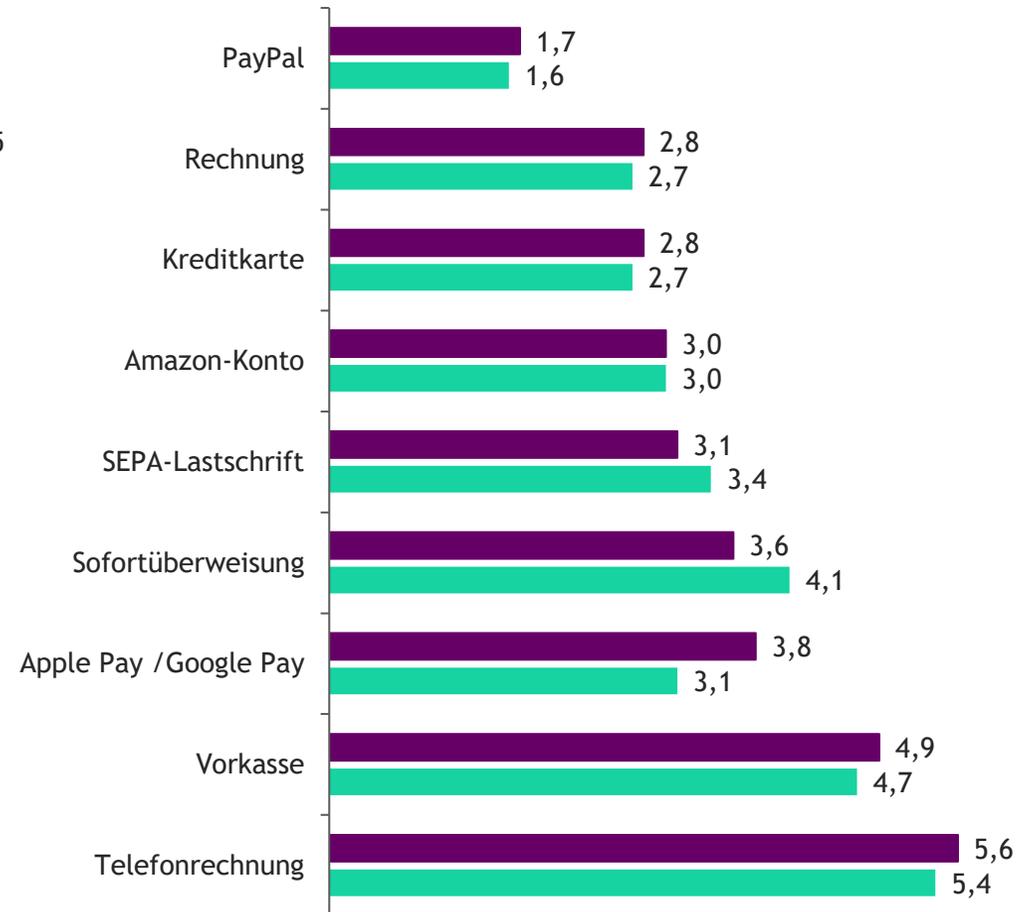
PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 1 (1/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online per Desktop-PC/Notebook shoppen oder Verträge abschließen?

Nutzen die Zahlungsmethode



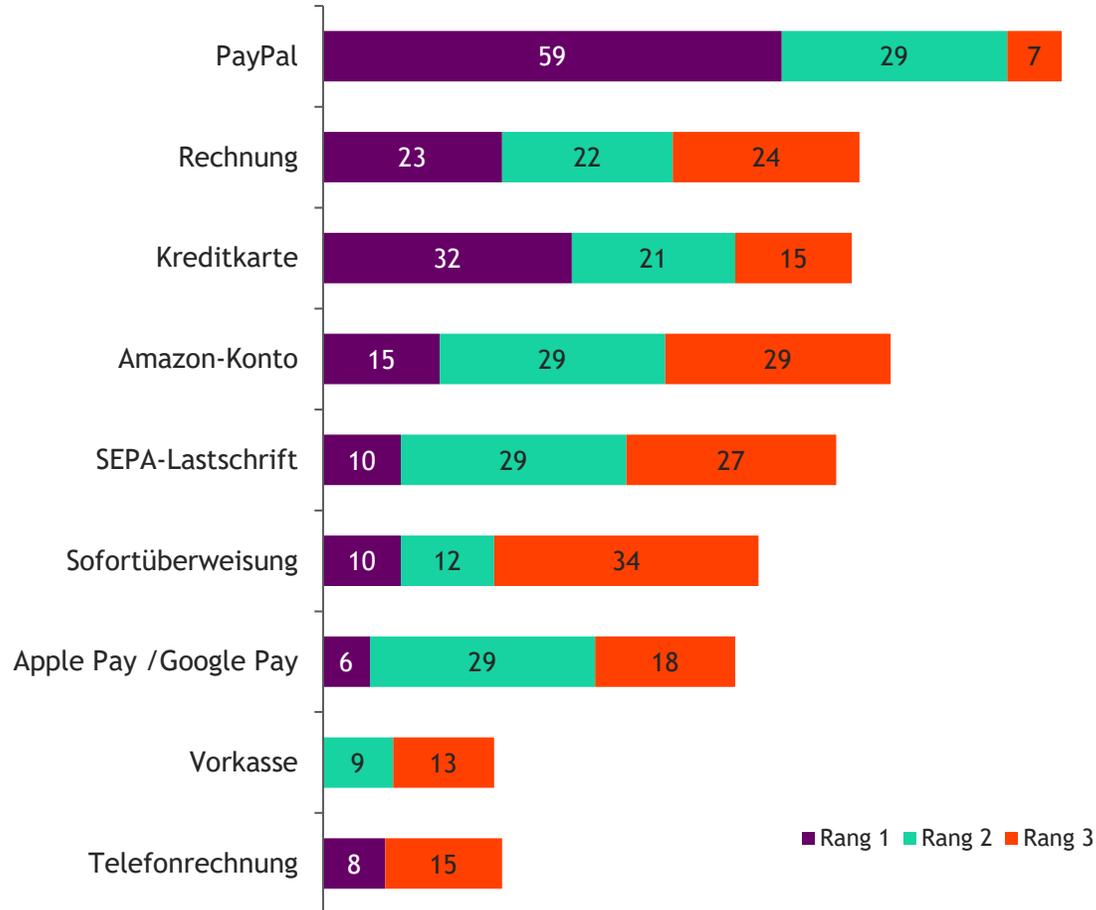
Durchschnittliches Ranking der Nutzer



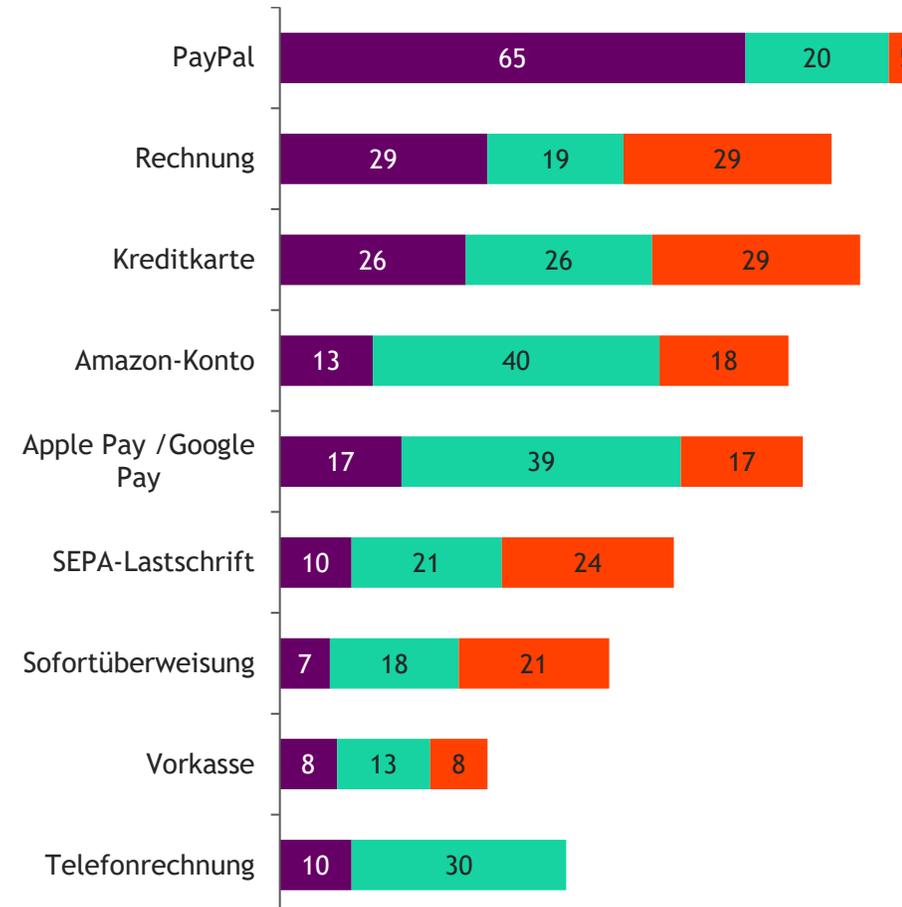
N=400, links: Angaben in % / rechts: durchschnittlicher Rang

PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 1 (2/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online shoppen oder Verträge abschließen?
per Desktop-PC/Notebook



per Smartphone

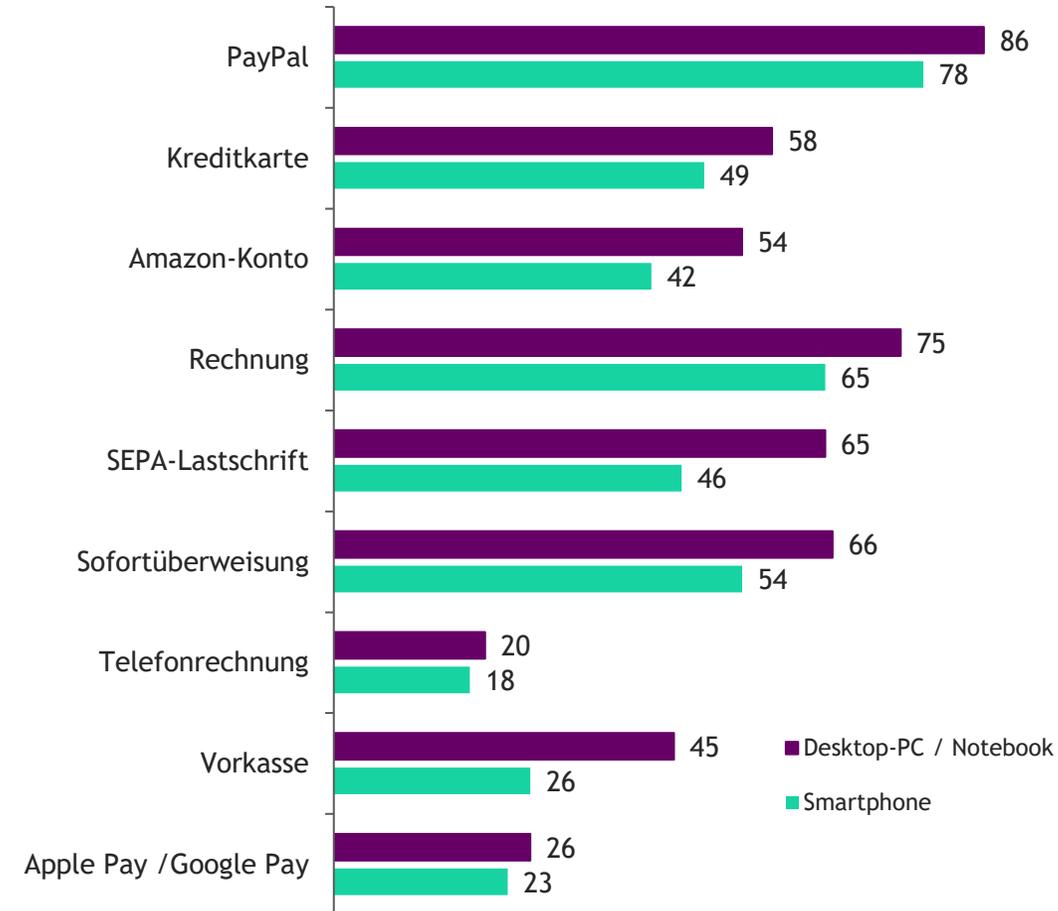


N=400, Angaben in %

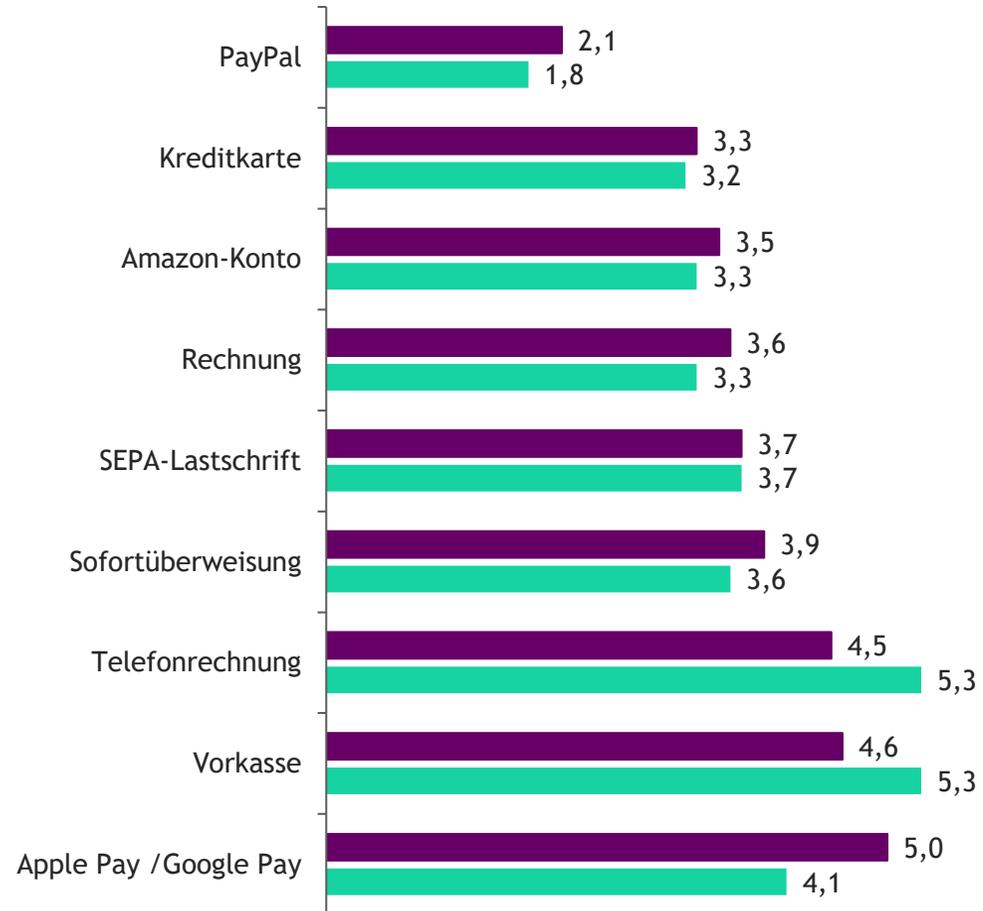
PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 2 (1/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online per Desktop-PC/Notebook shoppen oder Verträge abschließen?

Nutzen die Zahlungsmethode



Durchschnittliches Ranking der Nutzer



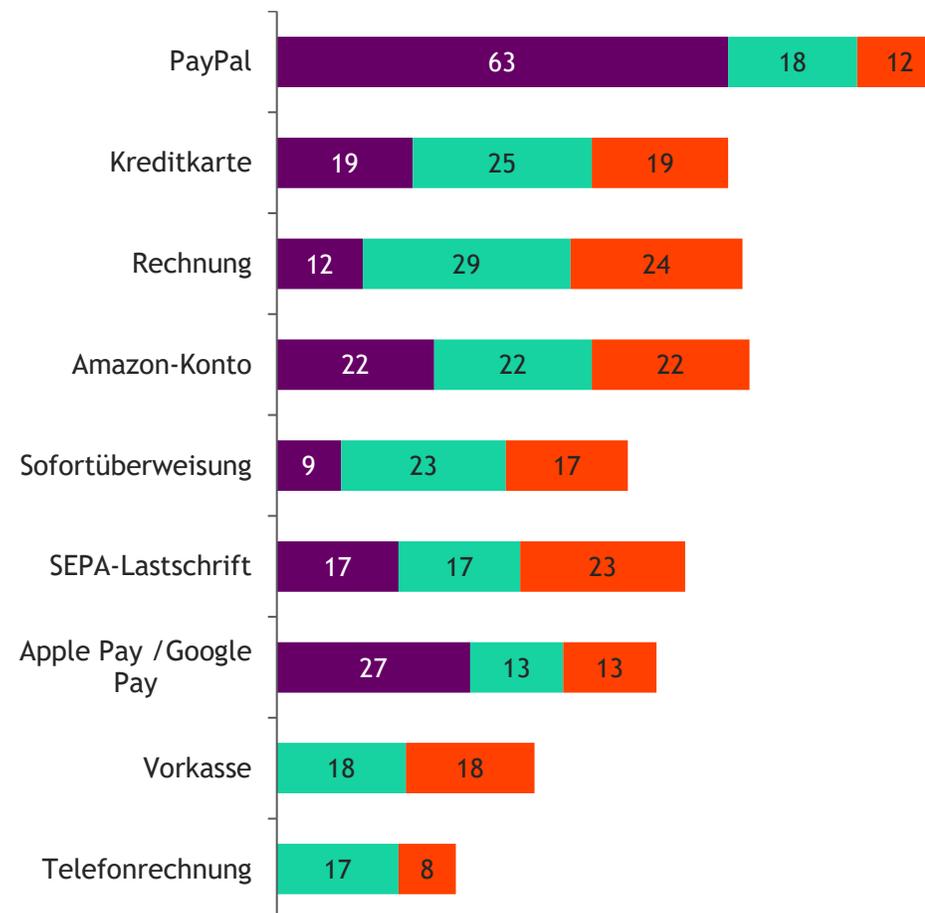
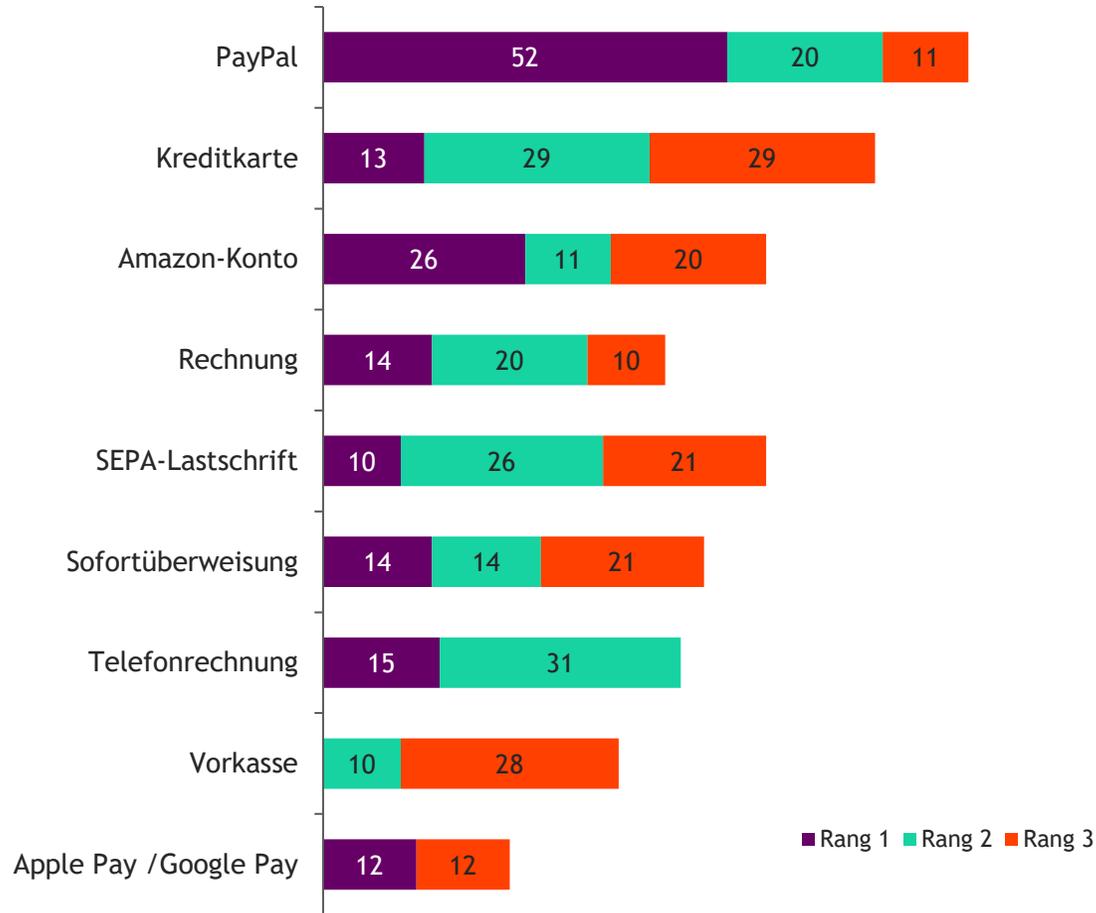
N= 400, links: Angaben in % / rechts: durchschnittlicher Rang

PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 2 (2/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online shoppen oder Verträge abschließen?

per Desktop-PC/Notebook

per Smartphone

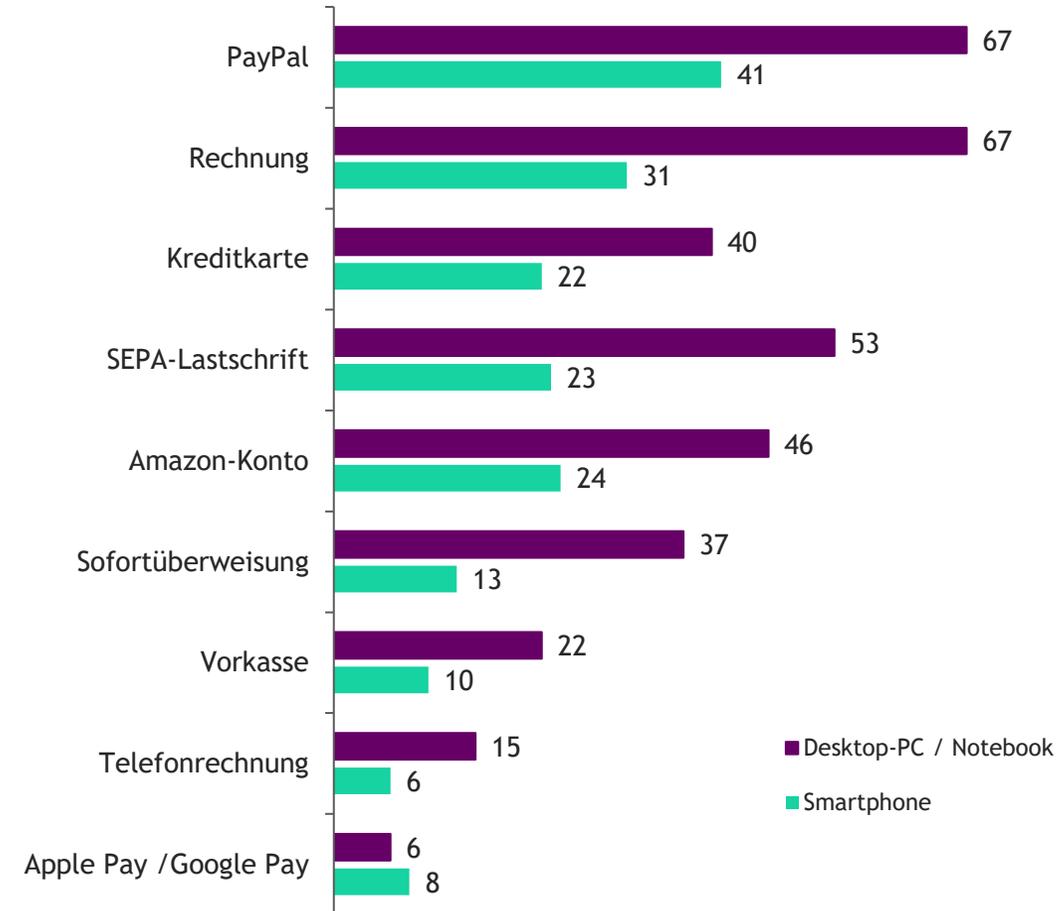


N=400, Angaben in %

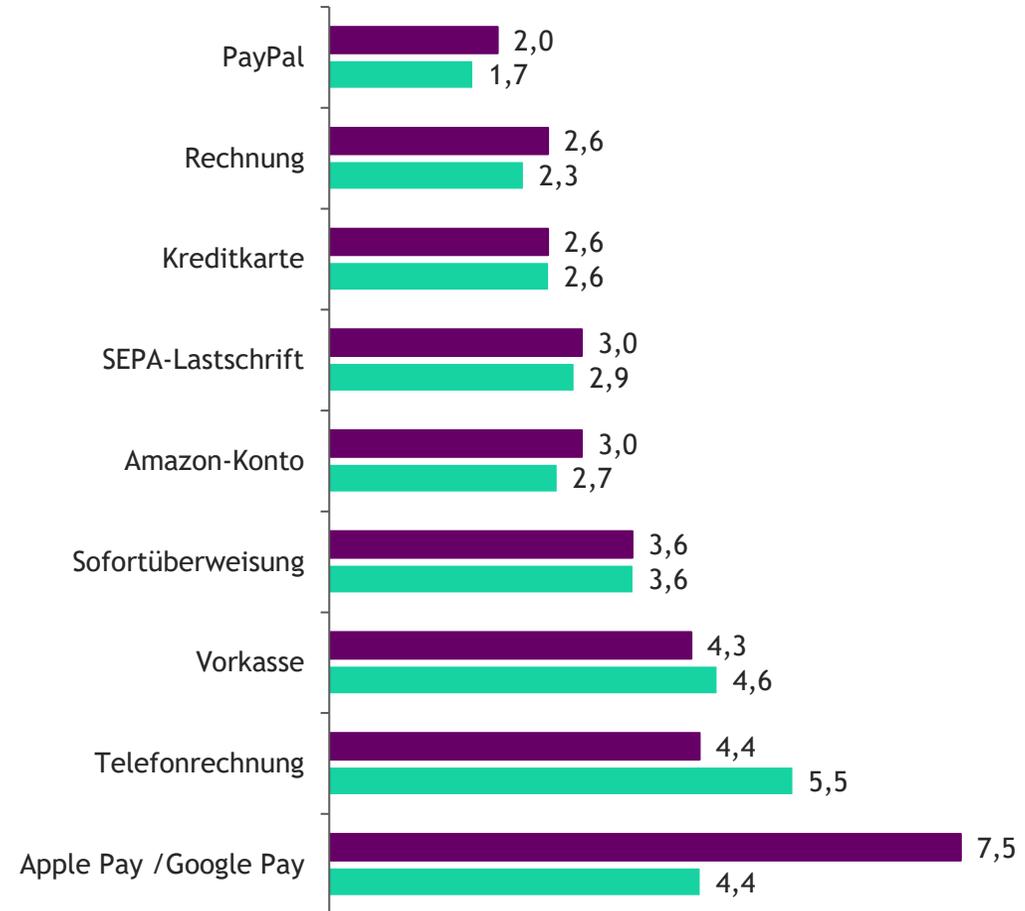
PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 3 (1/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online per Desktop-PC/Notebook shoppen oder Verträge abschließen?

Nutzen die Zahlungsmethode



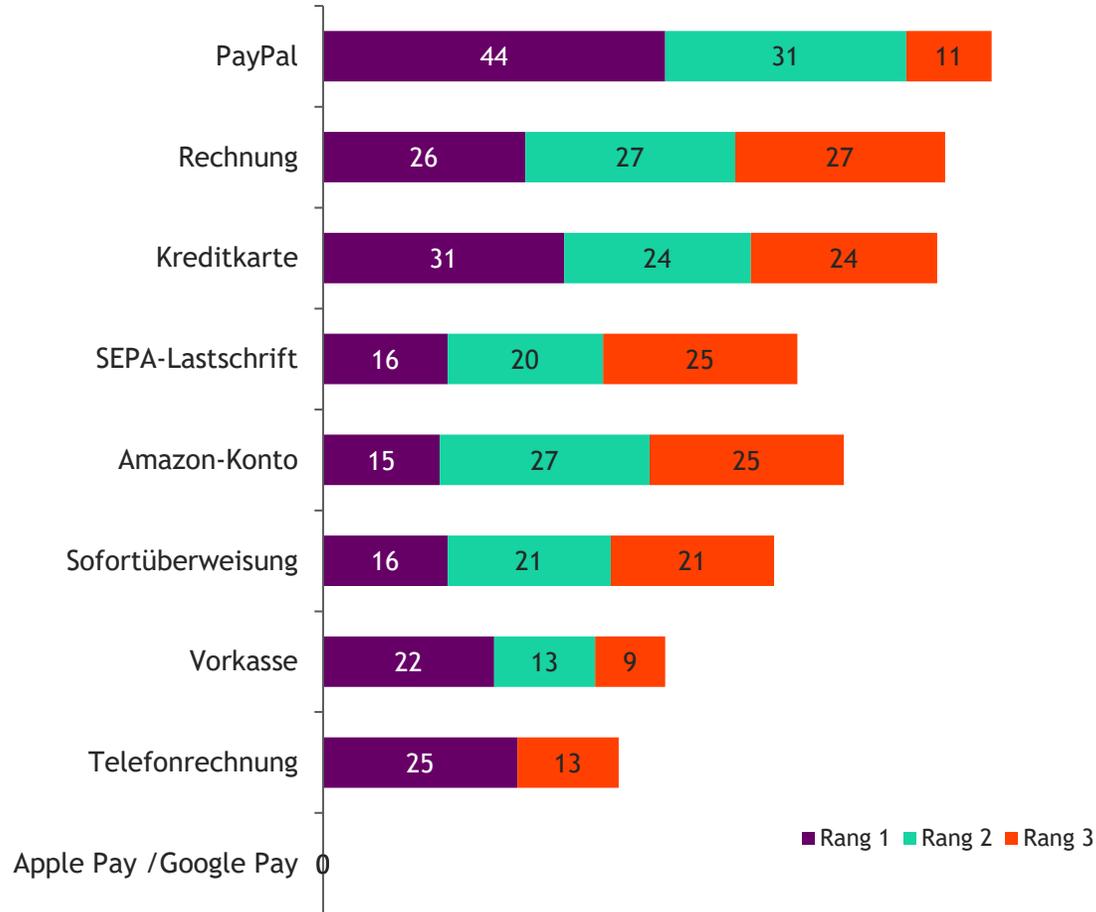
Durchschnittliches Ranking der Nutzer



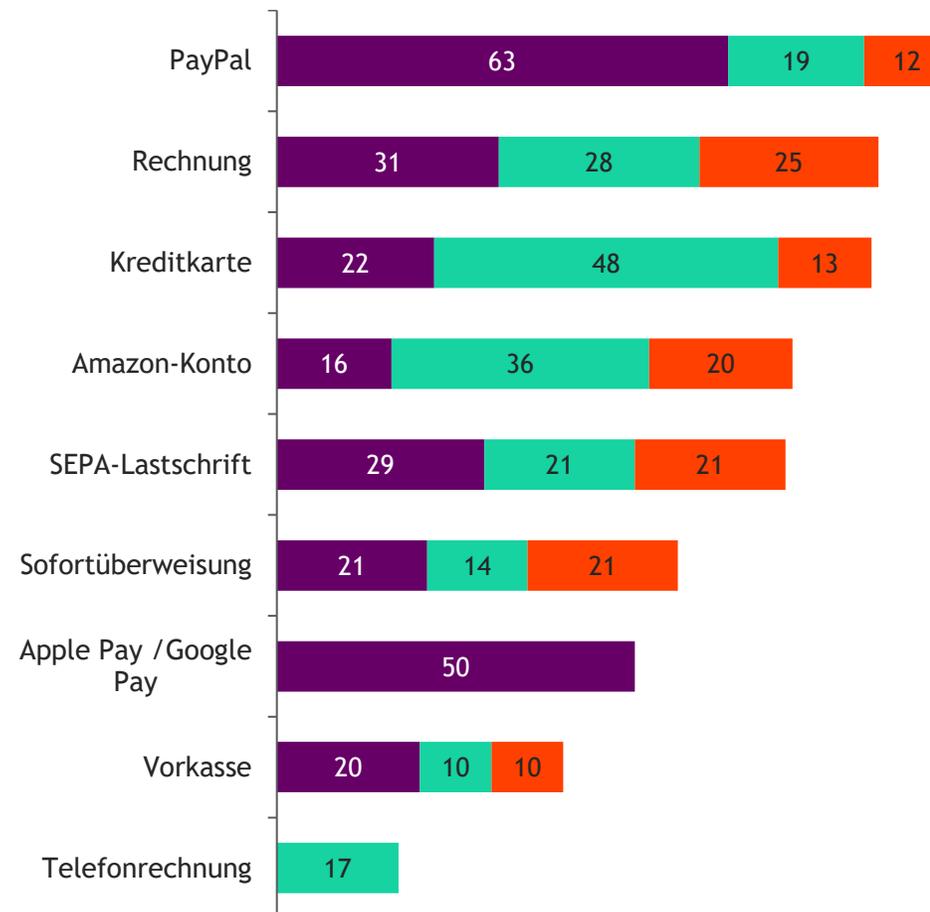
N= 400, links: Angaben in % / rechts: durchschnittlicher Rang

PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 3 (2/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online shoppen oder Verträge abschließen?
per Desktop-PC/Notebook



per Smartphone

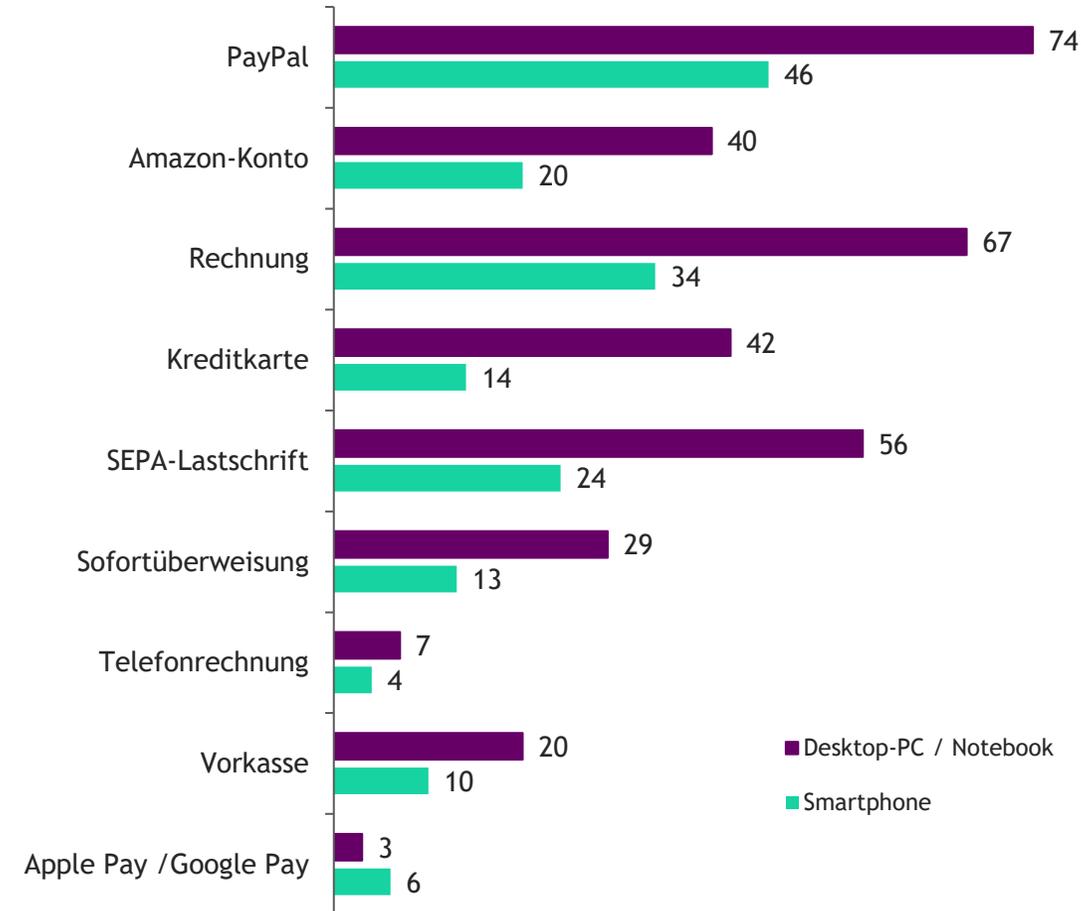


N=400, Angaben in %

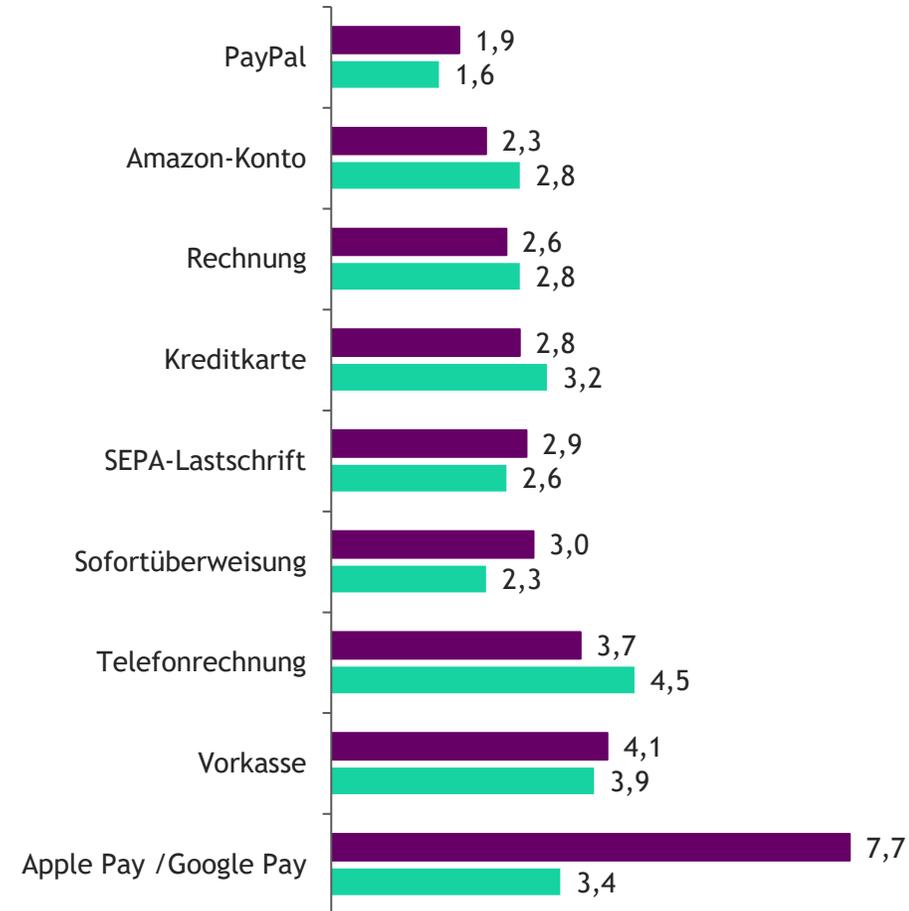
PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 4 (1/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online per Desktop-PC/Notebook shoppen oder Verträge abschließen?

Nutzen die Zahlungsmethode



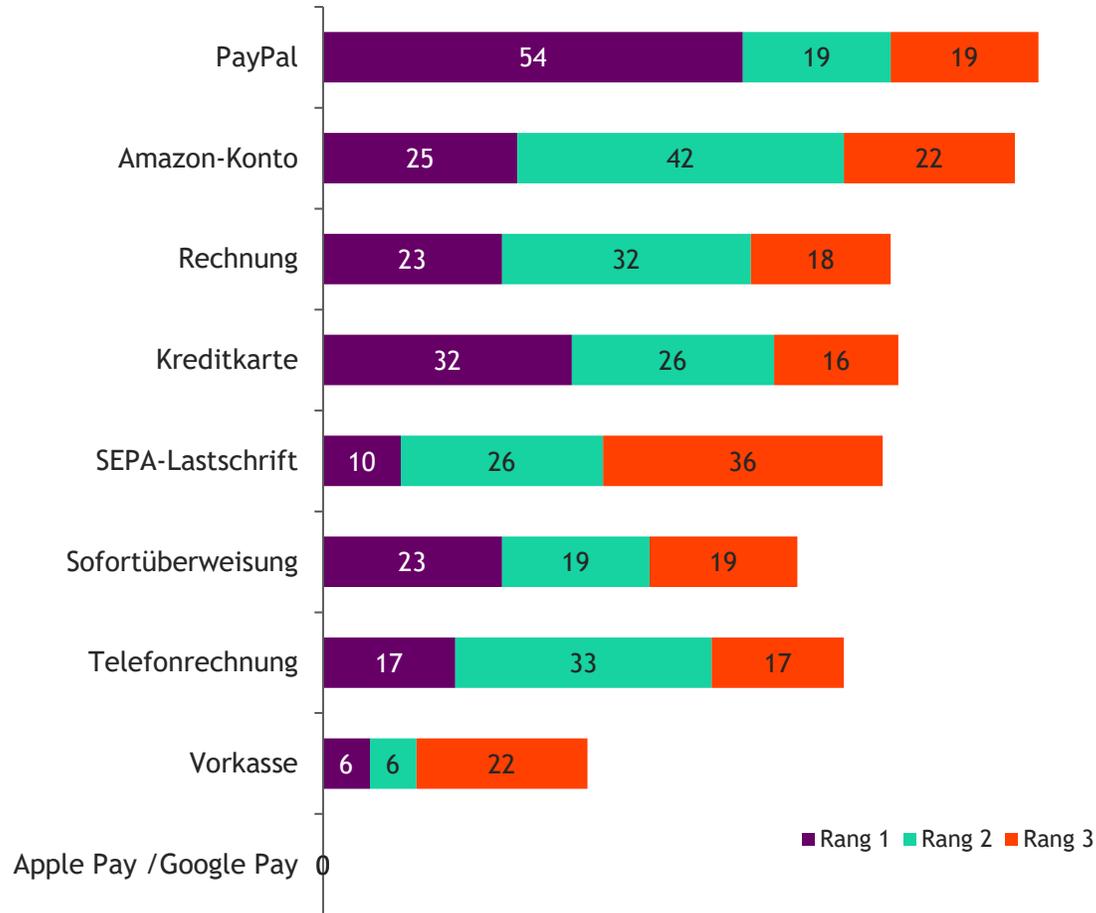
Durchschnittliches Ranking der Nutzer



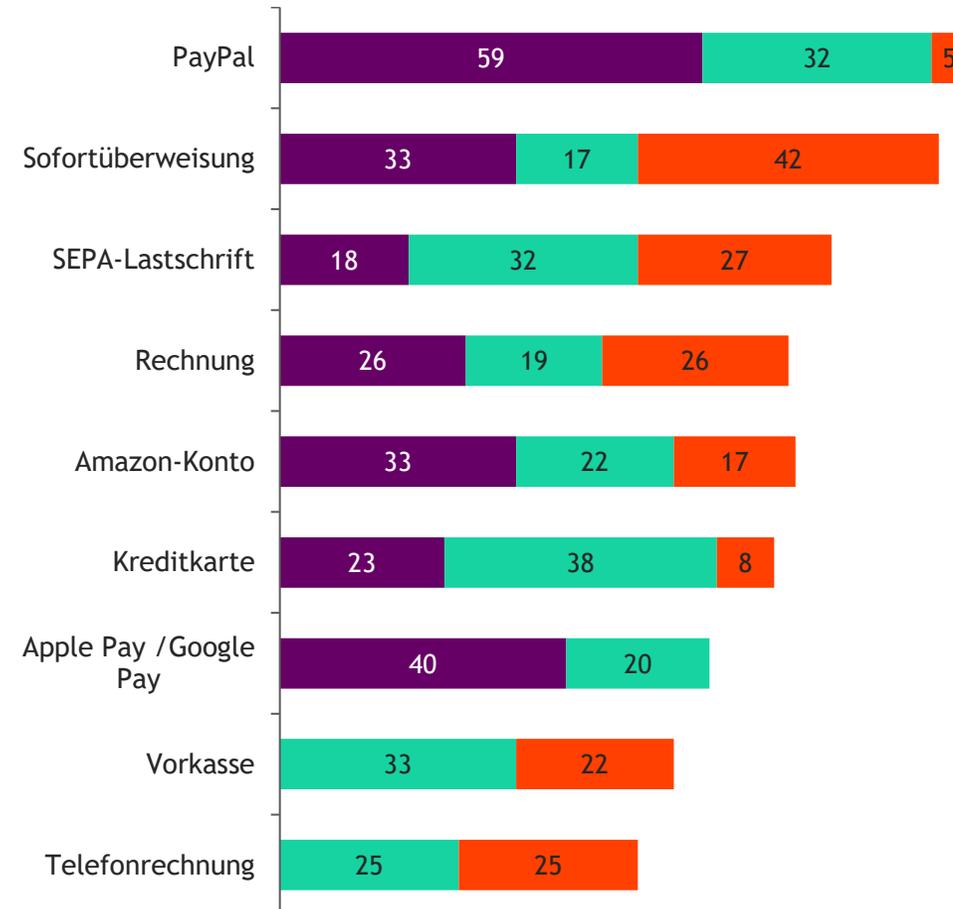
N= 400, links: Angaben in % / rechts: durchschnittlicher Rang

PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 4 (2/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online shoppen oder Verträge abschließen?
per Desktop-PC/Notebook



per Smartphone

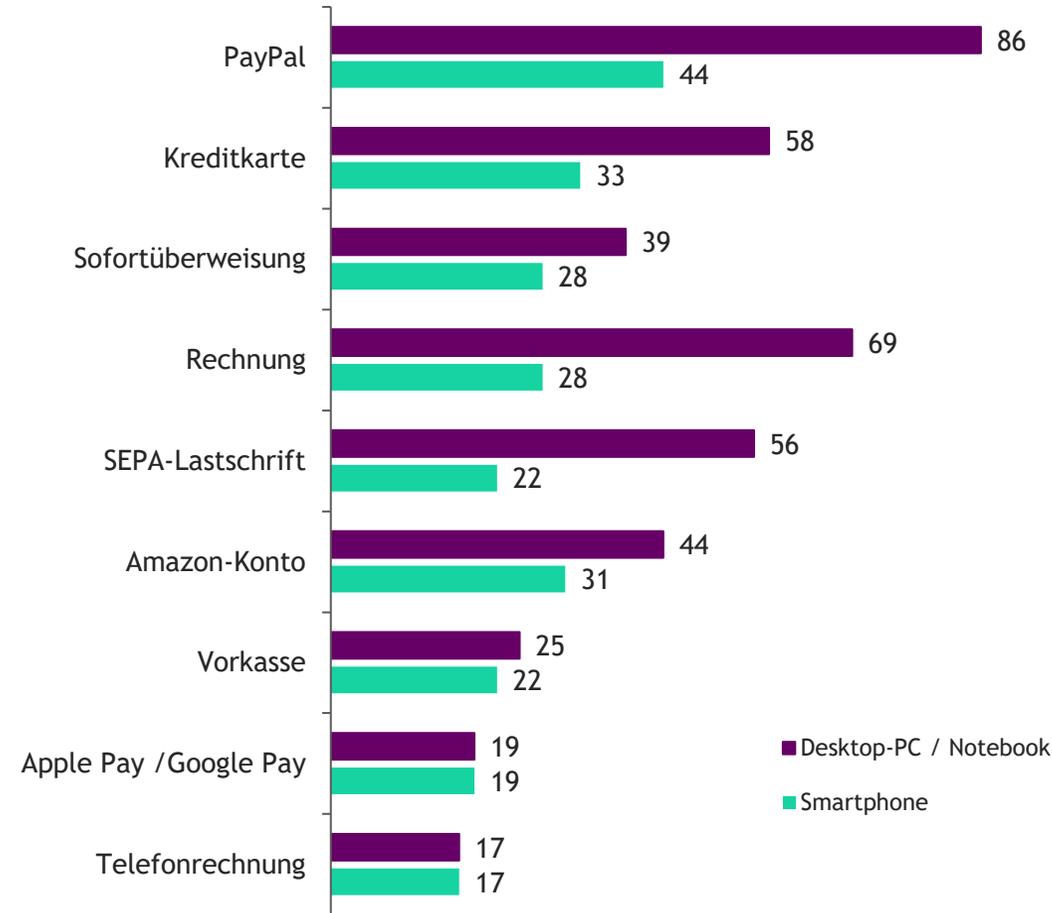


N=400, Angaben in %

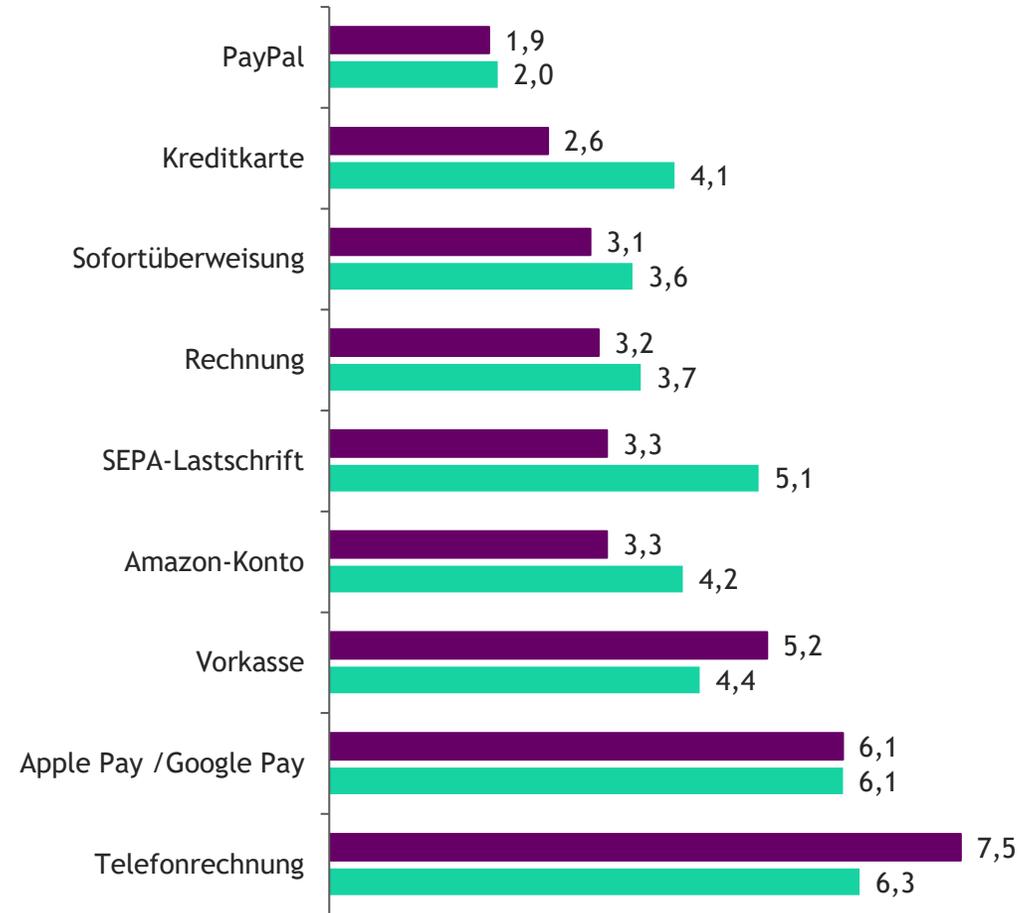
PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 5 (1/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online per Desktop-PC/Notebook shoppen oder Verträge abschließen?

Nutzen die Zahlungsmethode



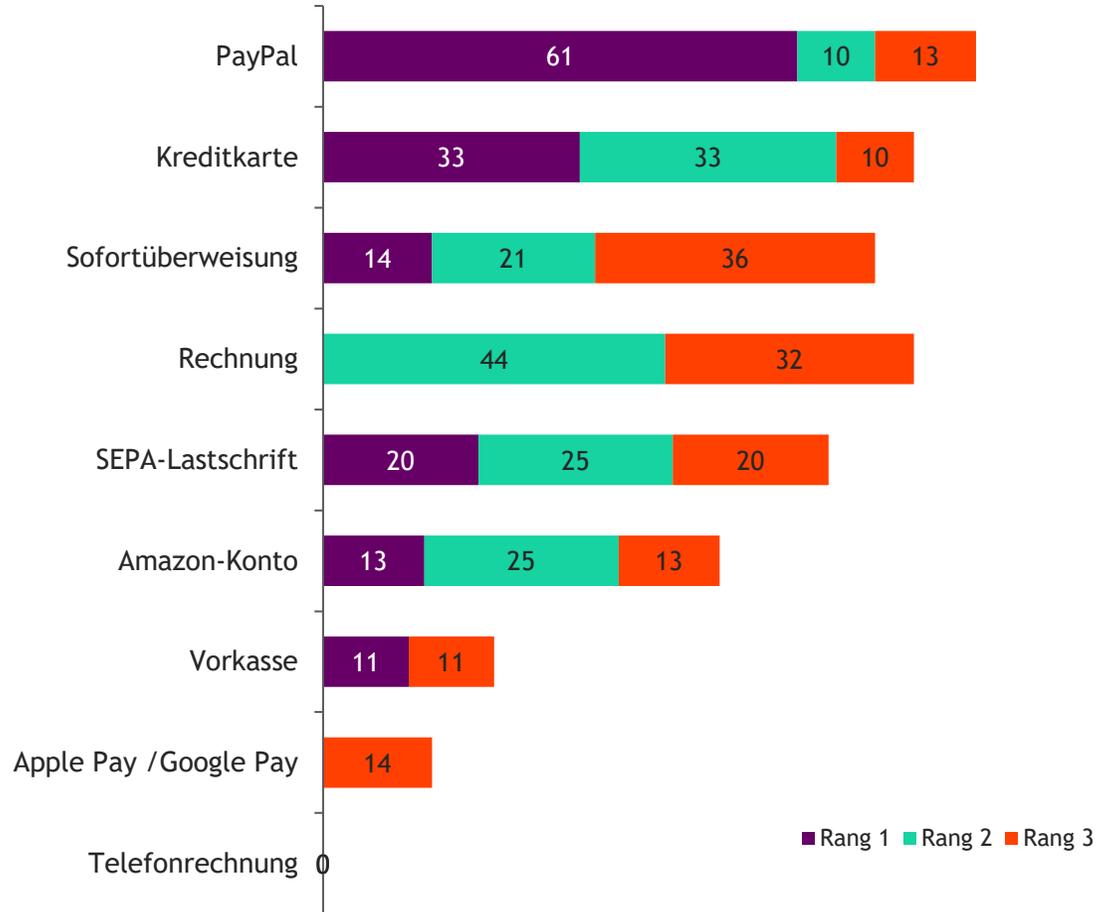
Durchschnittliches Ranking der Nutzer



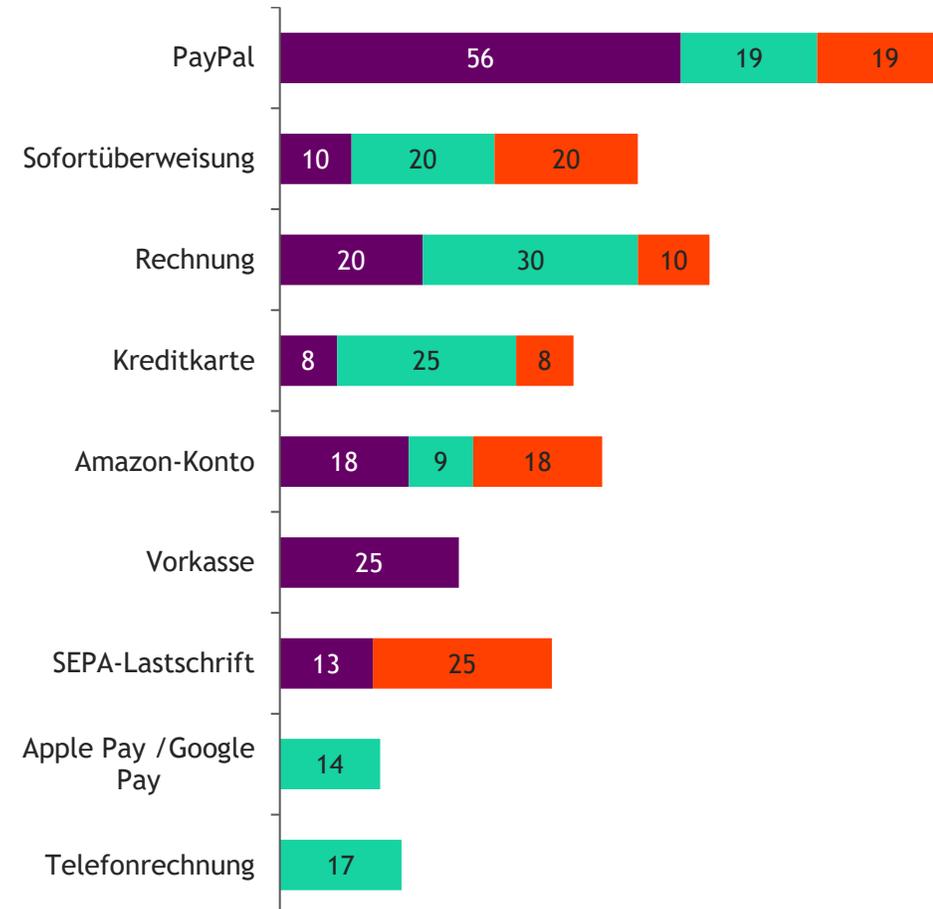
N= 400, links: Angaben in % / rechts: durchschnittlicher Rang

PRÄFERIERTE ZAHLUNGSWEISEN PERSONA 5 (2/2)

Wie zahlen Sie, wenn Sie online shoppen oder Verträge abschließen?
per Desktop-PC/Notebook



per Smartphone



N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (1/10)

YOUTUBE

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

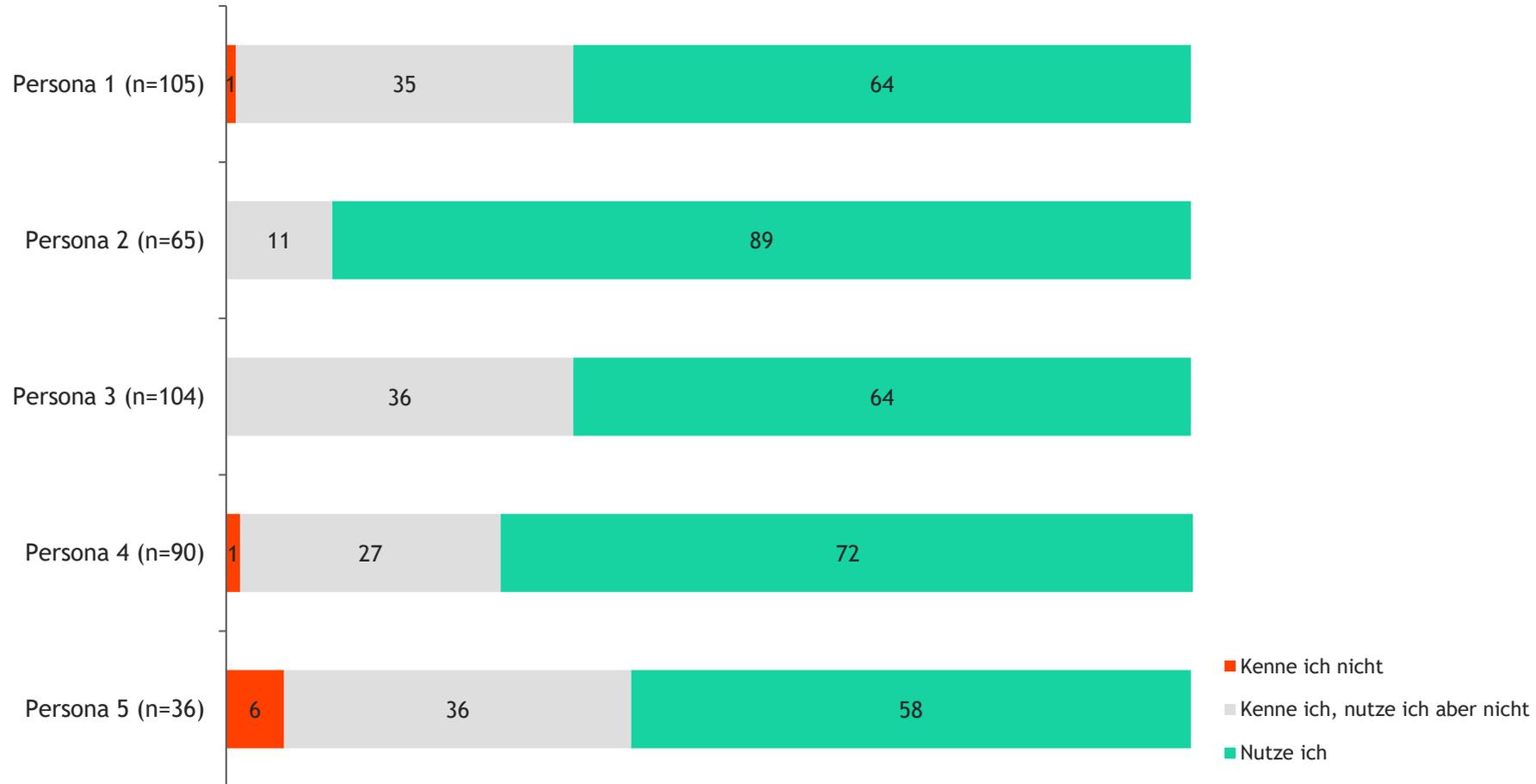


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (2/10)

FACEBOOK

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

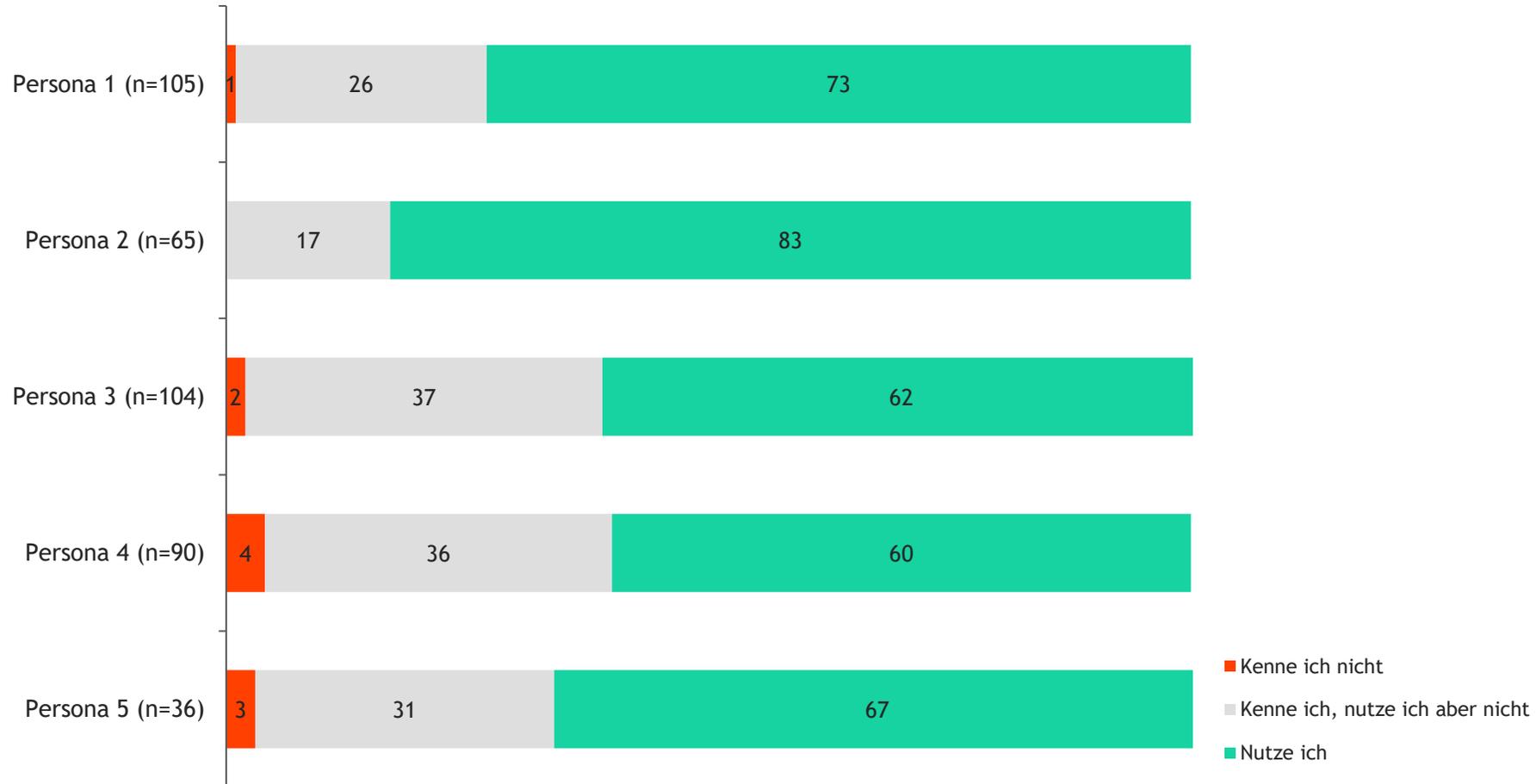


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (3/10)

ONLINE-NACHRICHTEN-PORTALE

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

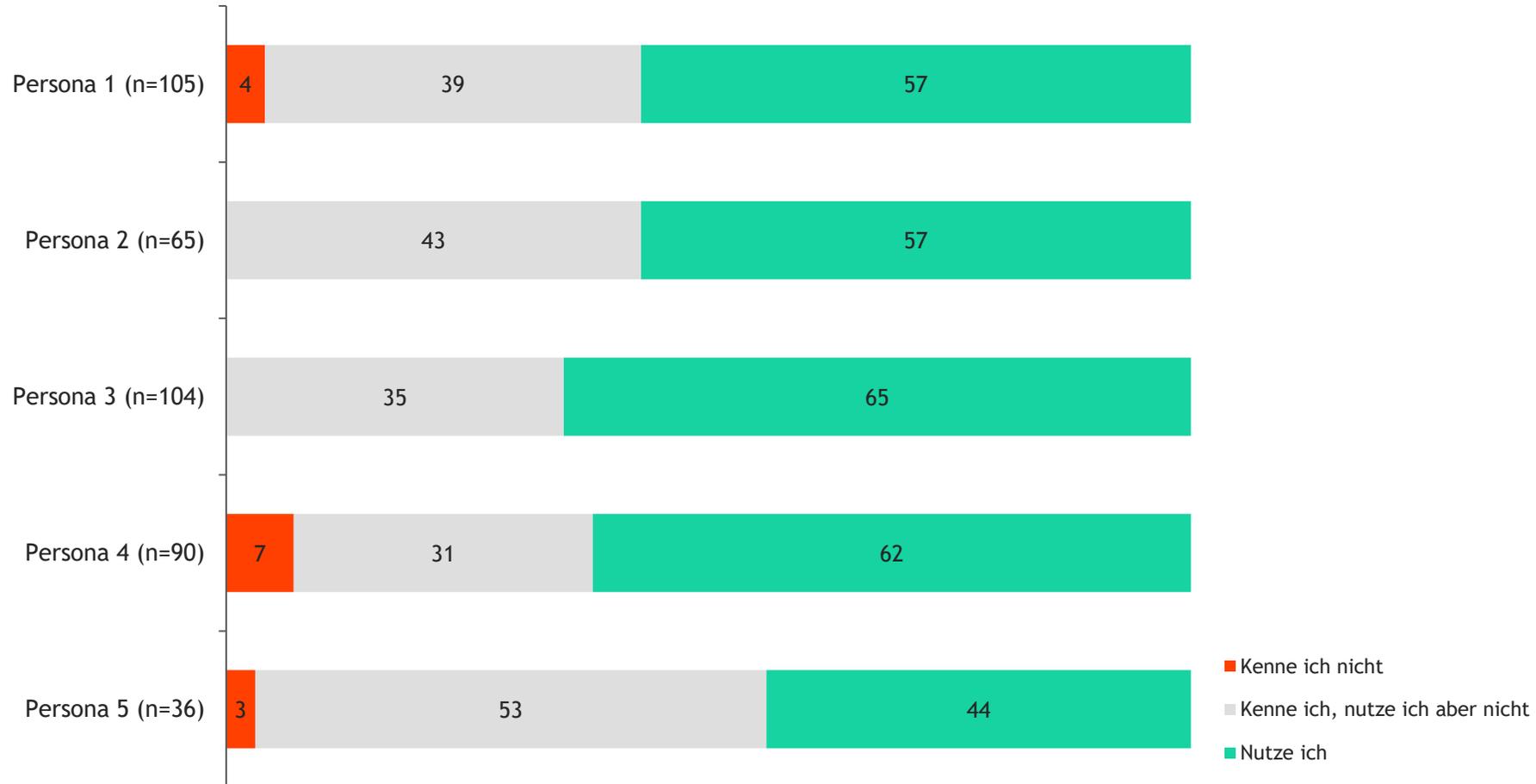


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (4/10)

LOKALE ZEITUNGEN

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

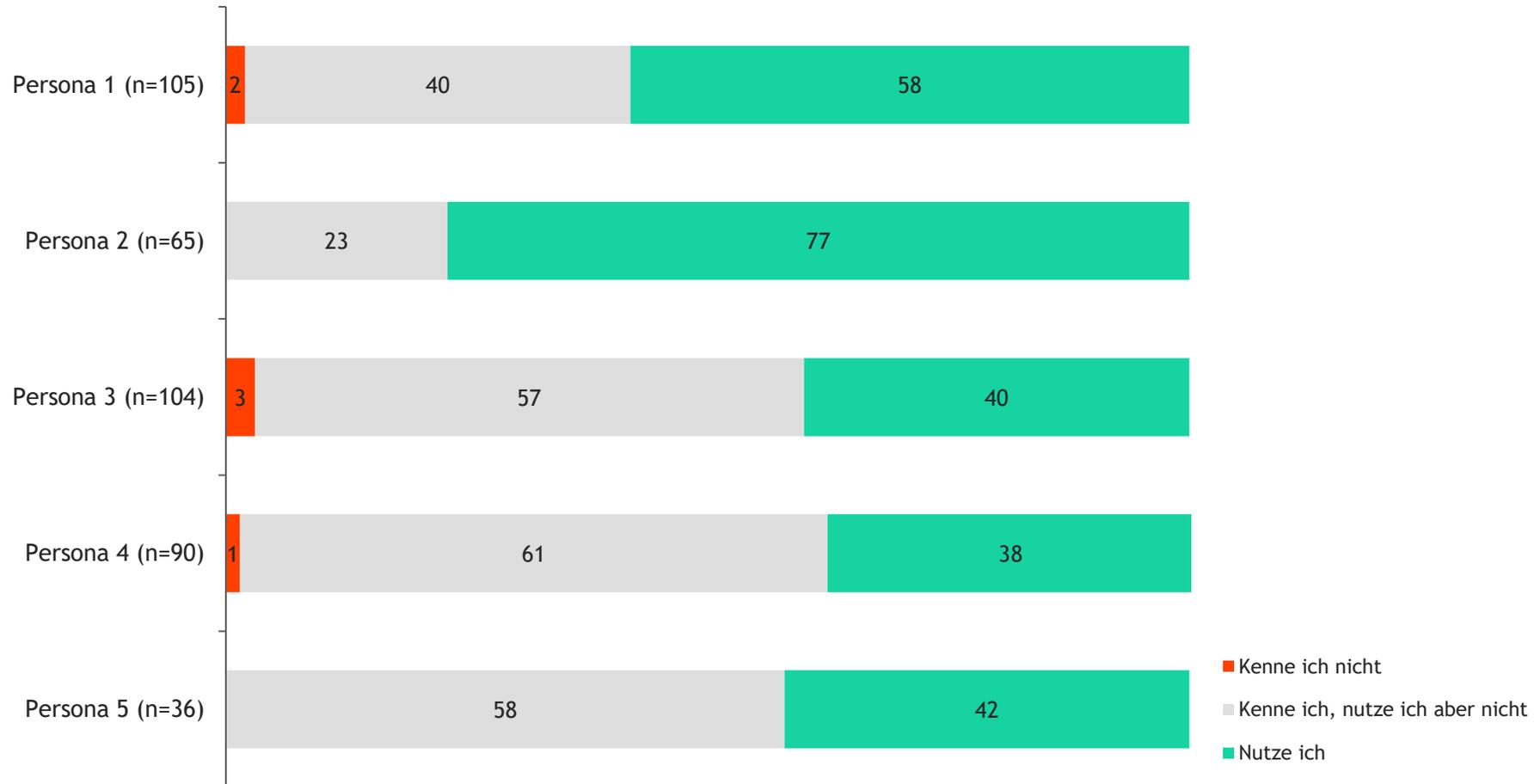


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (5/10)

INSTAGRAM

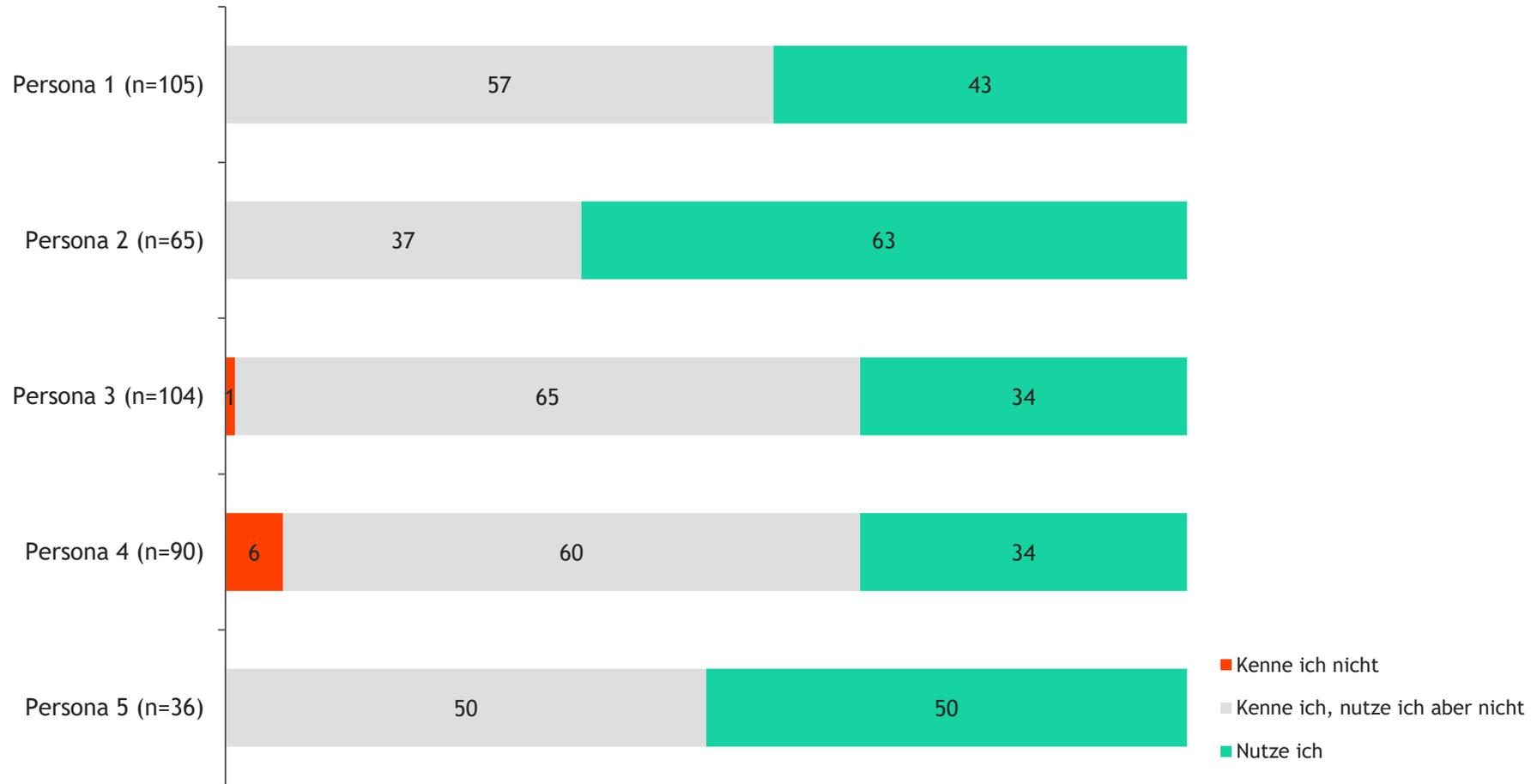
Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?



N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (6/10) ÜBERREGIONALE ZEITUNGEN

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

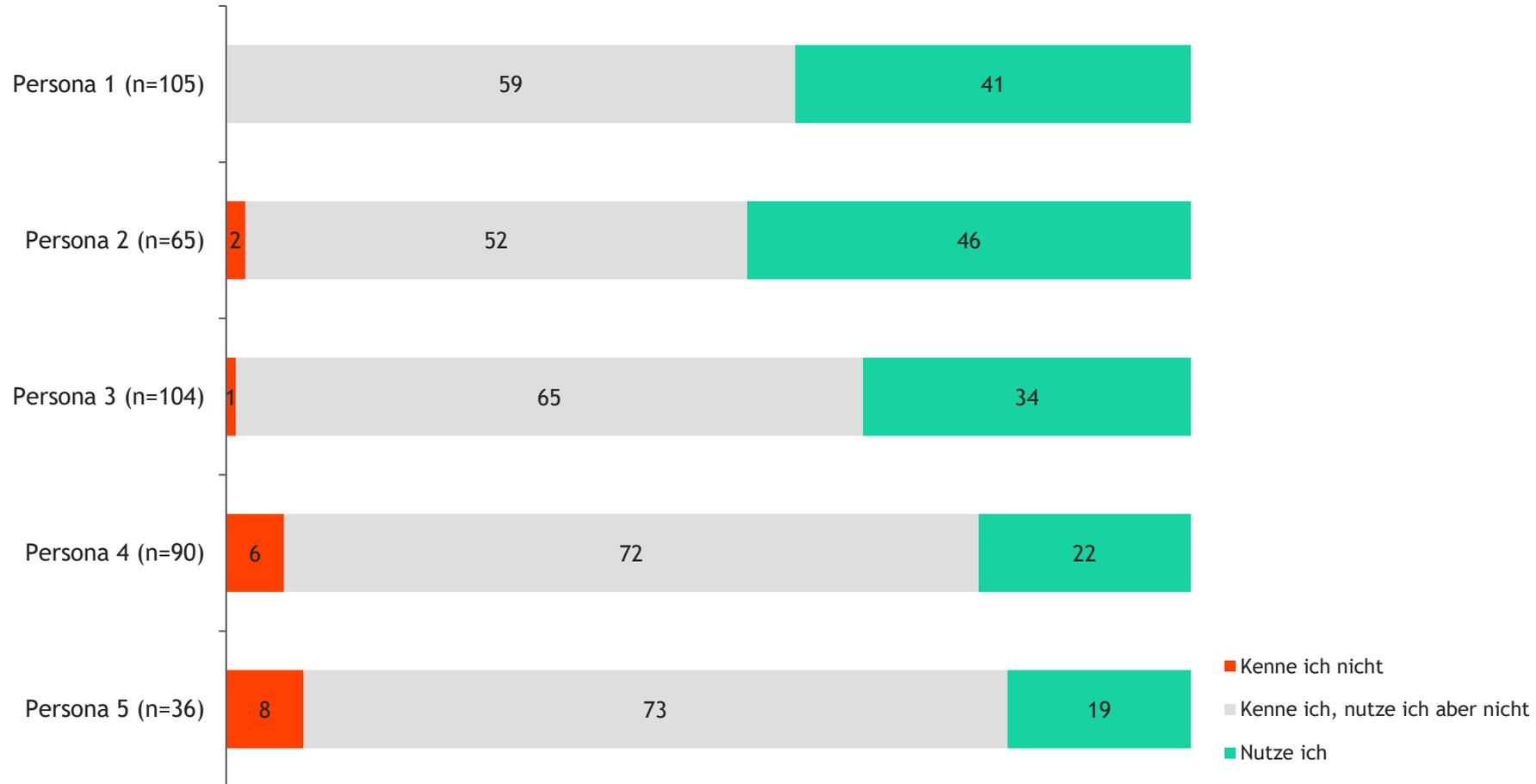


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (7/10)

BÜCHER-APPS

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

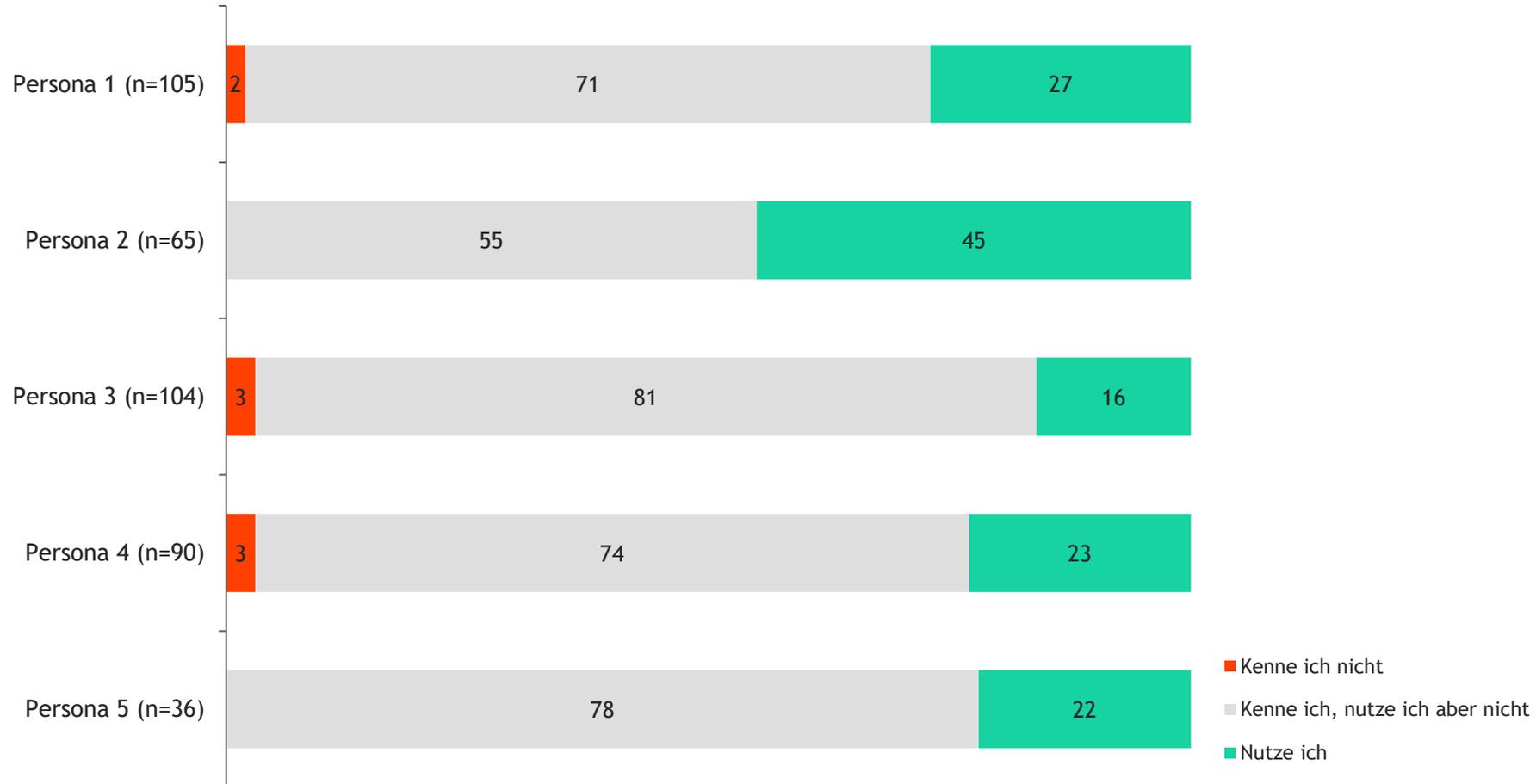


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (8/10)

TWITTER

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

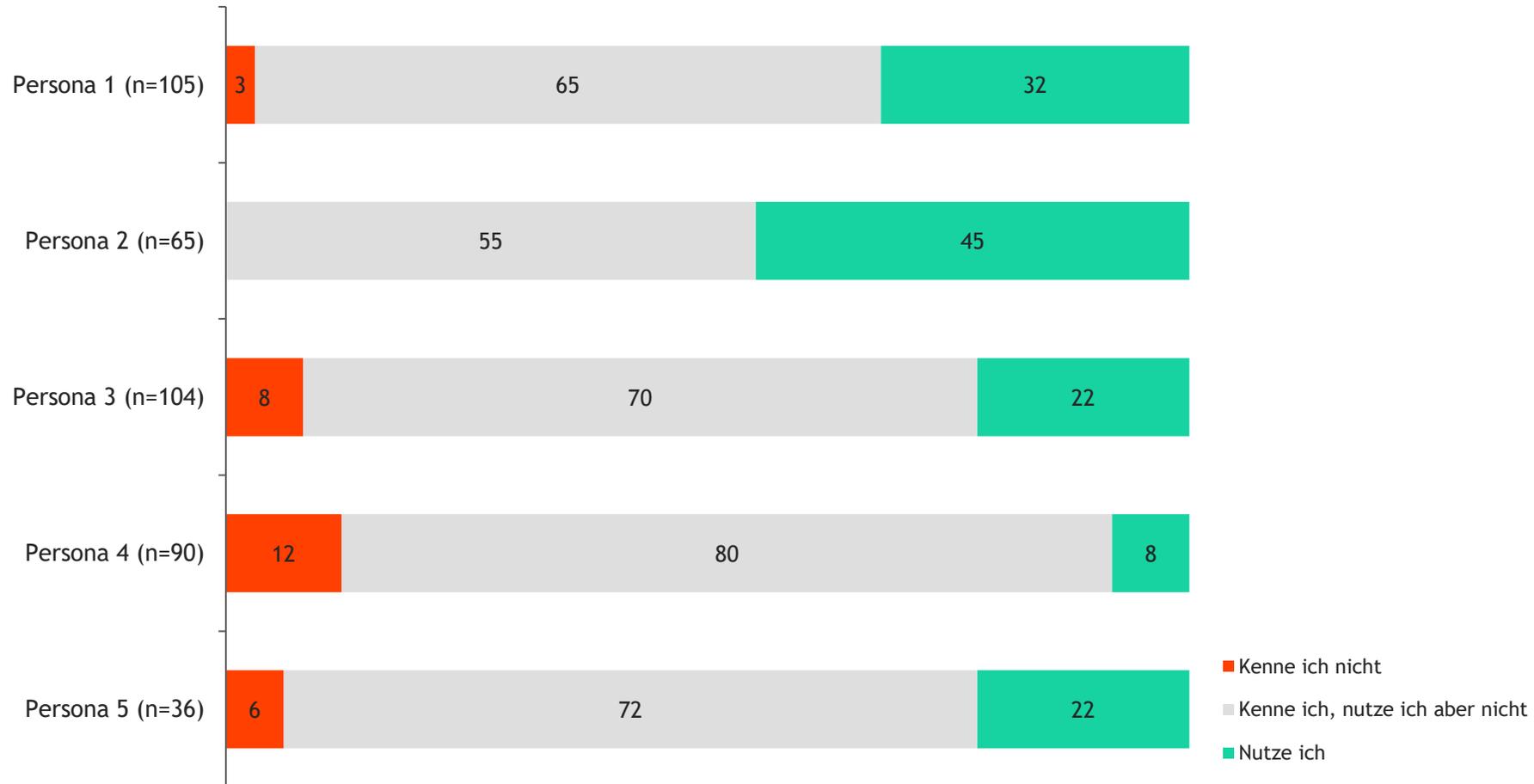


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (9/10)

BLOGS

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?

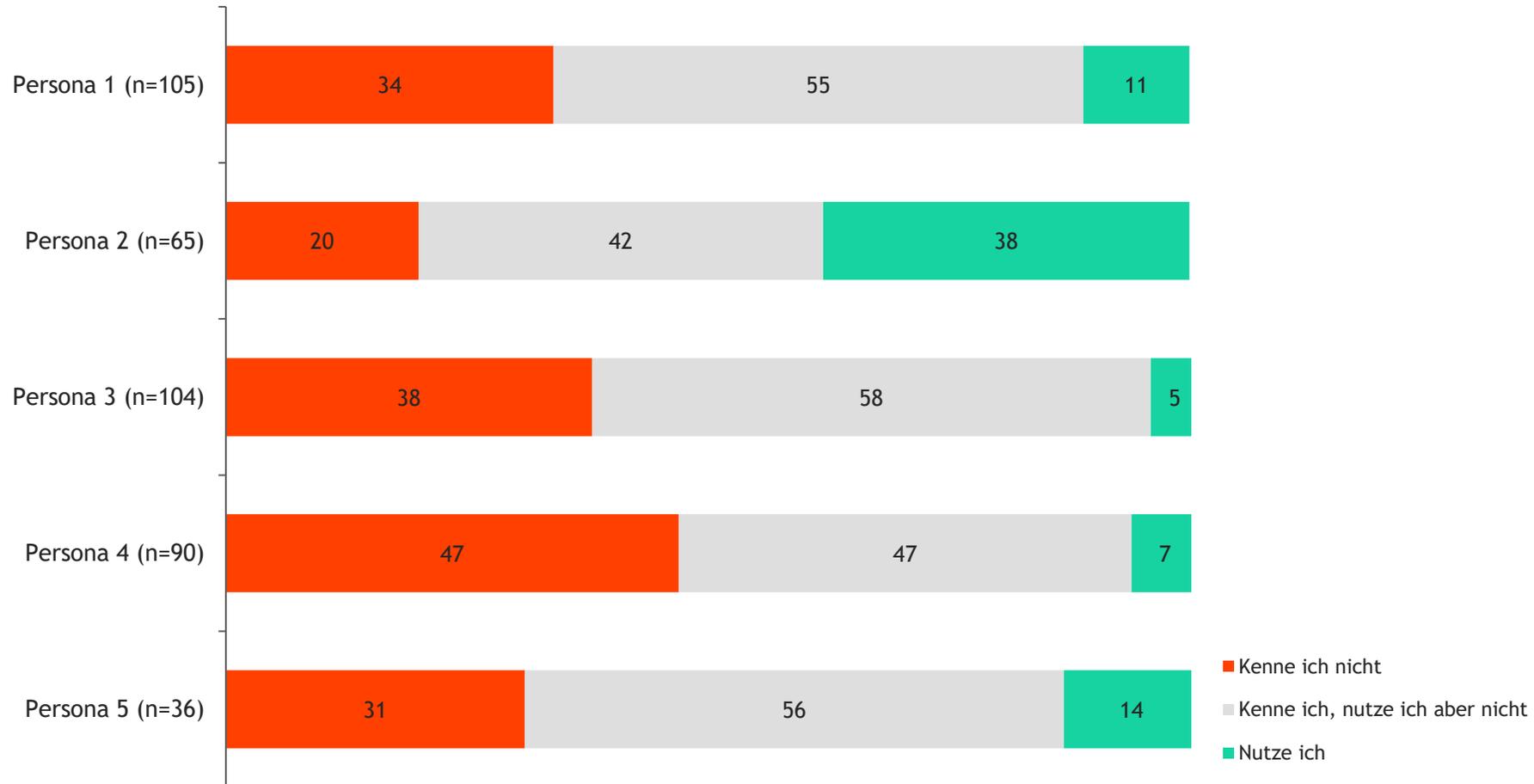


N=400, Angaben in %

MEDIENNUTZUNG (10/10)

WISSENS-APPS

Welche der folgenden Internet-Angebote oder Apps kennen bzw. nutzen Sie (per Desktop-PC oder auf einem mobilen Endgerät)?



N=400, Angaben in %

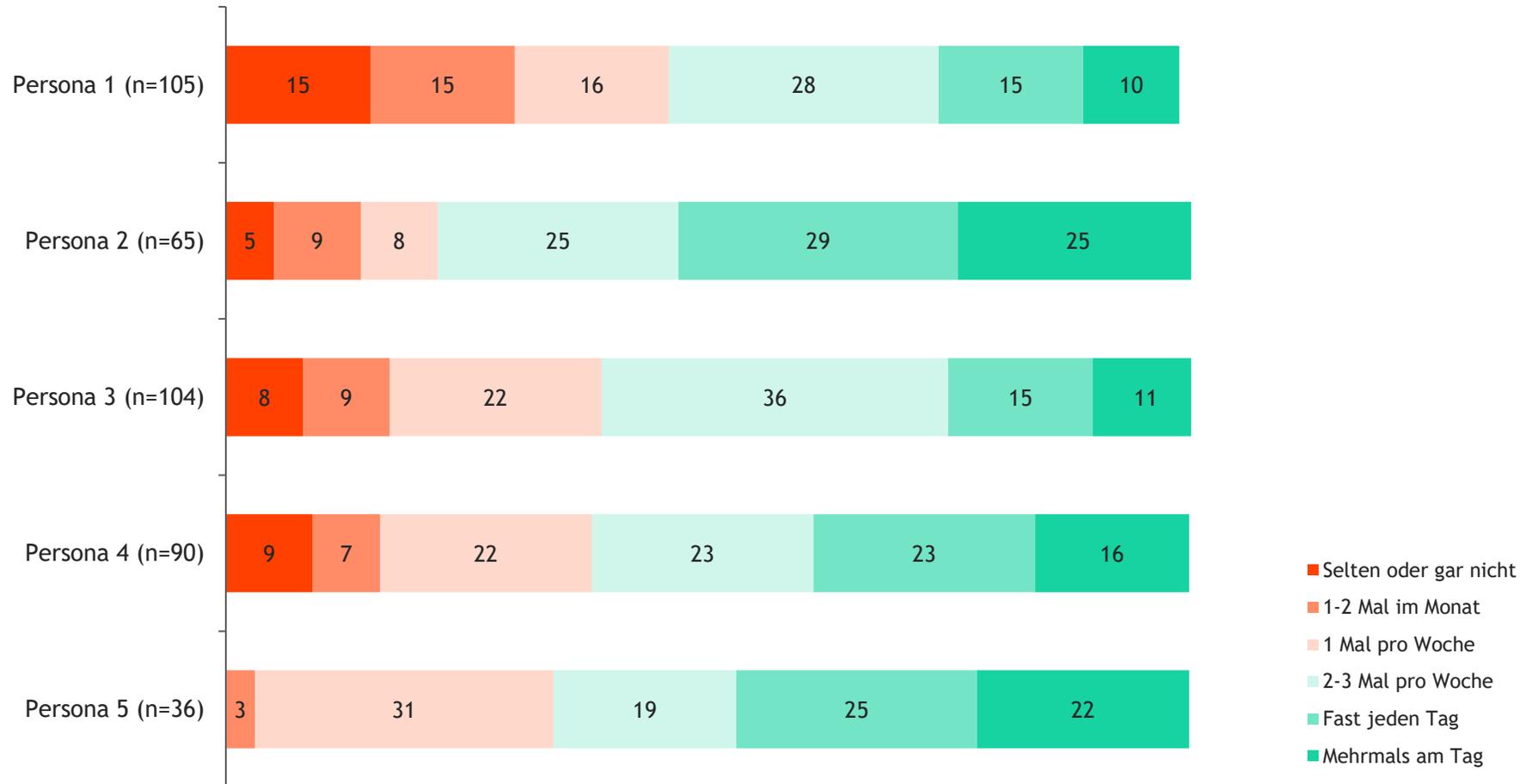
NUTZUNGSKONTEXT WIKIPEDIA



NUTZUNGSHÄUFIGKEIT WIKIPEDIA (1/2)

DESKTOP-PC / NOTEBOOK

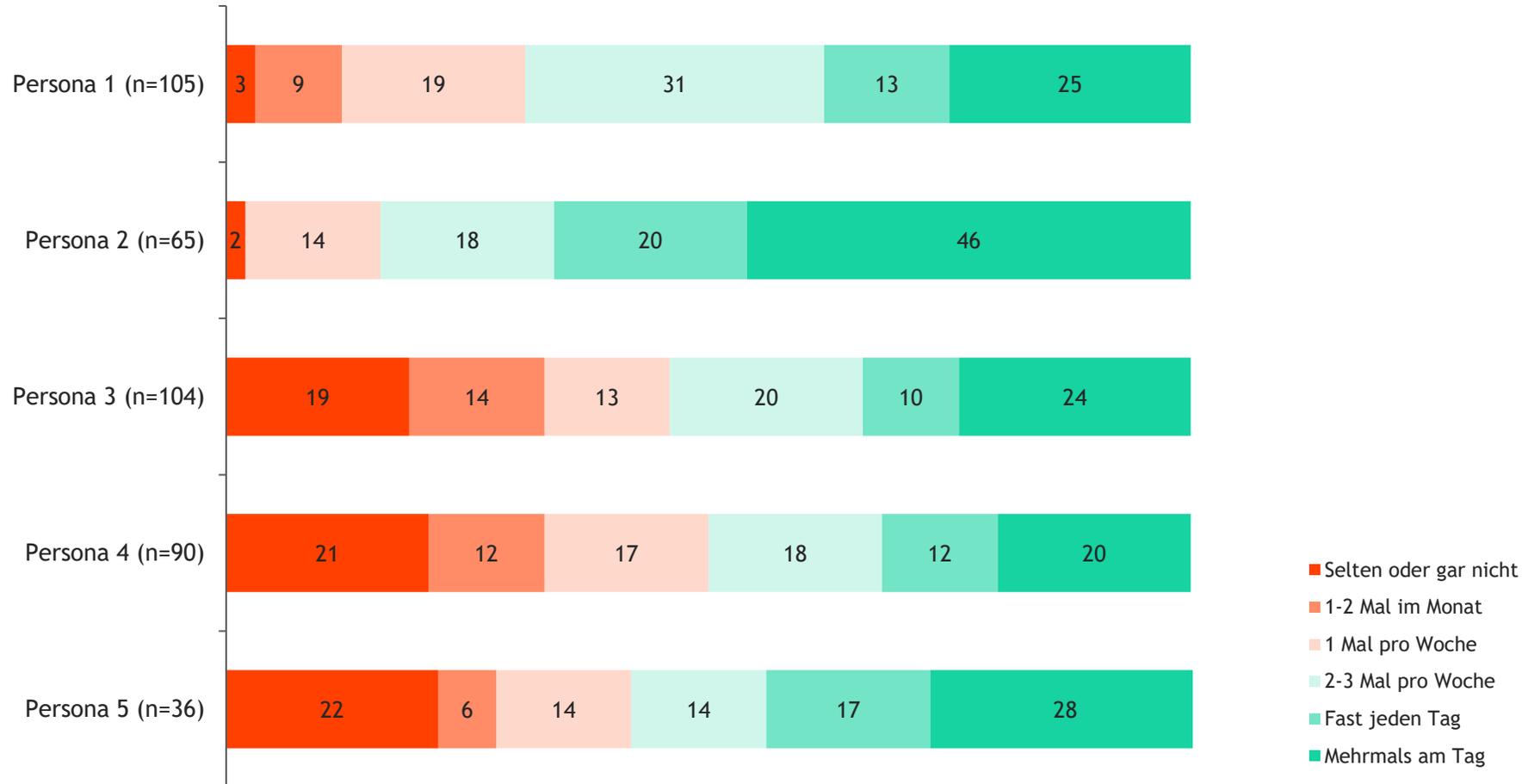
Wie häufig nutzen Sie Wikipedia per Desktop-PC oder auf dem Smartphone?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSHÄUFIGKEIT WIKIPEDIA (2/2) SMARTPHONE

Wie häufig nutzen Sie Wikipedia per Desktop-PC oder auf dem Smartphone?

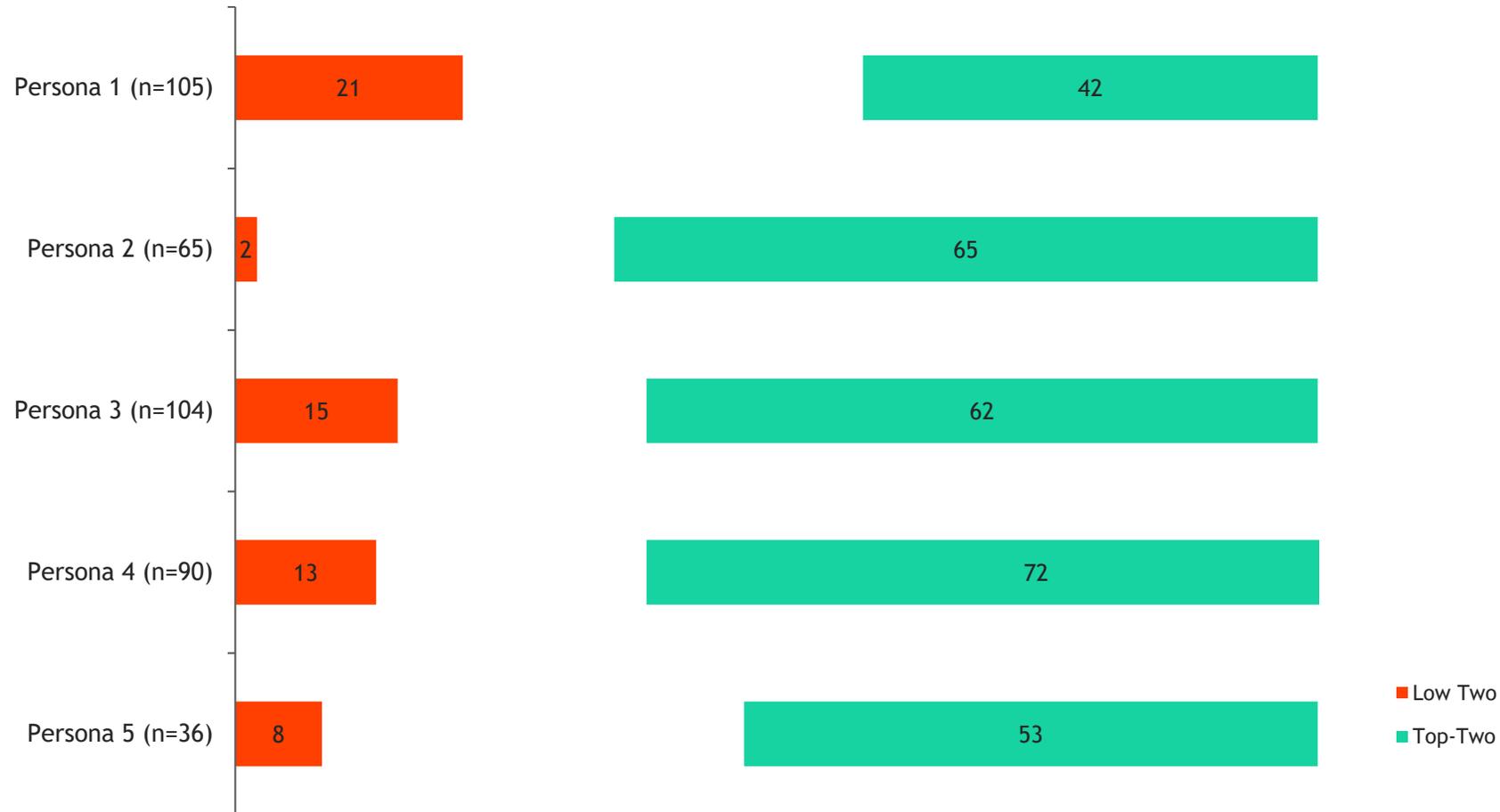


N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (1/7)

ZUHAUSE AN EINEM FESTEN ORT

In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?

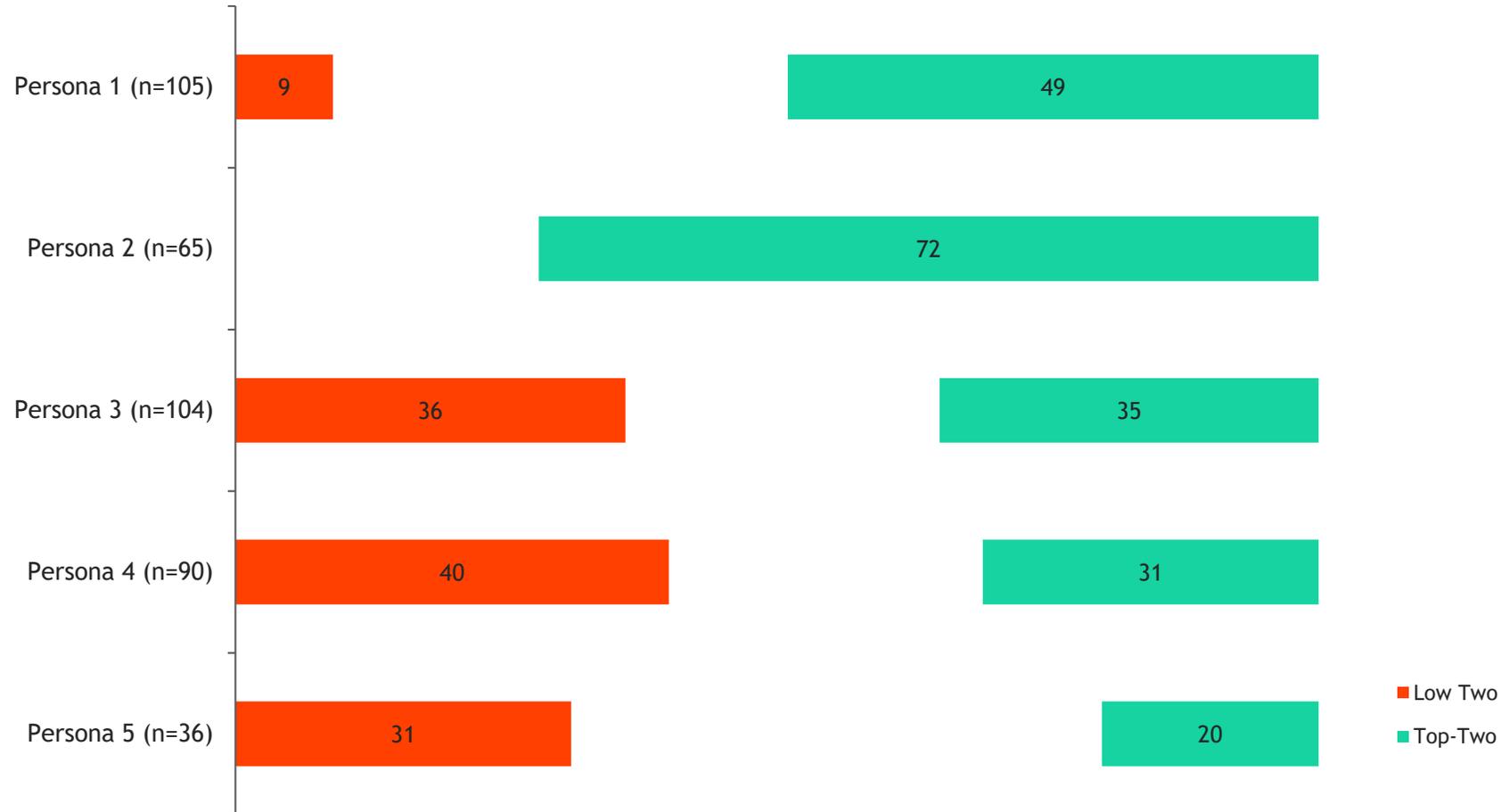


N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (2/7)

ZUHAUSE AN FLEXIBLEN ORTEN

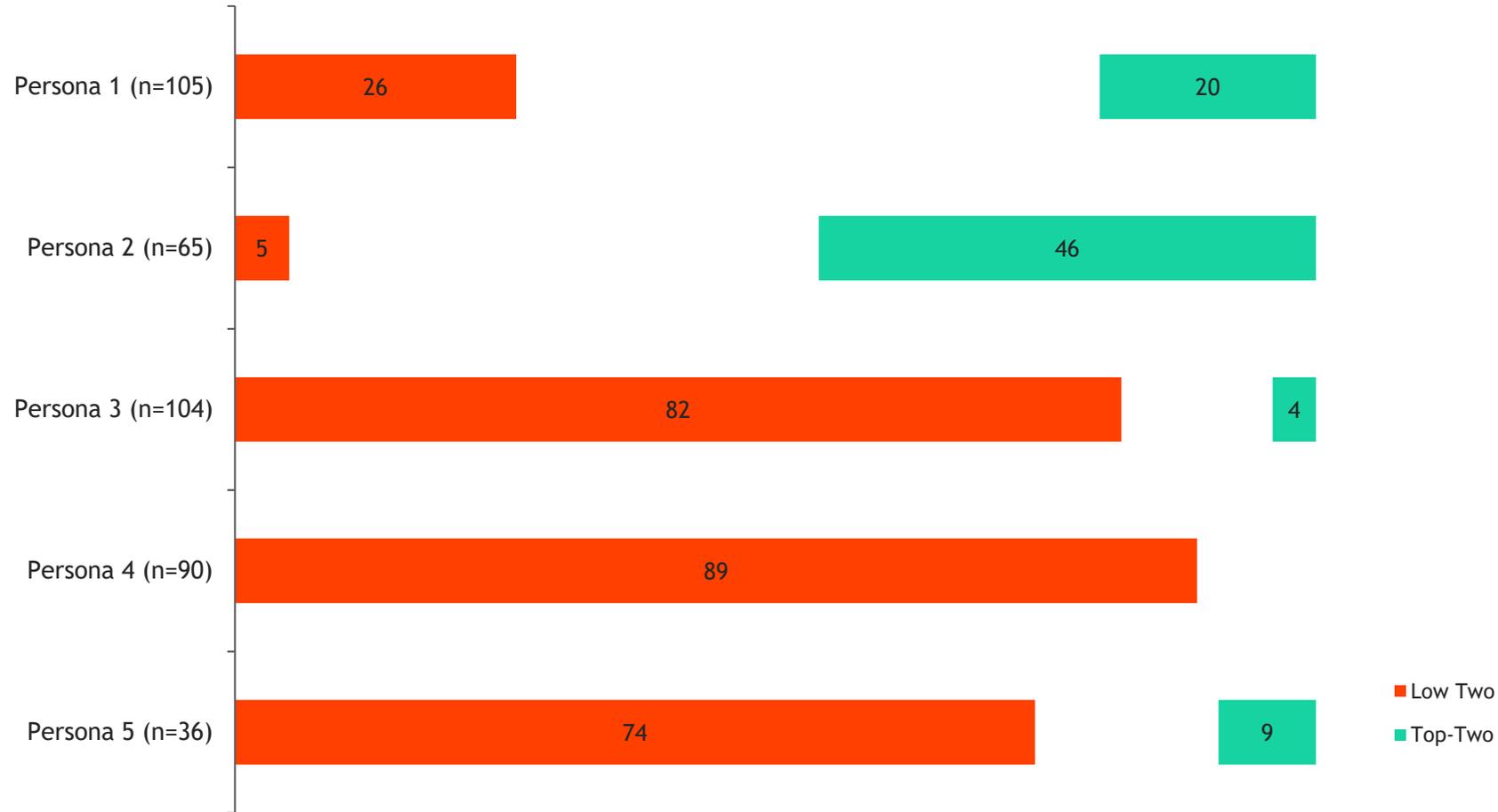
In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (3/7) ALLEIN UNTERWEGS

In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (4/7) UNTERWEGS IN GRUPPEN

In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (5/7) BEIM SPONTANEN ÜBERBRÜCKEN VON WARTEZEITEN

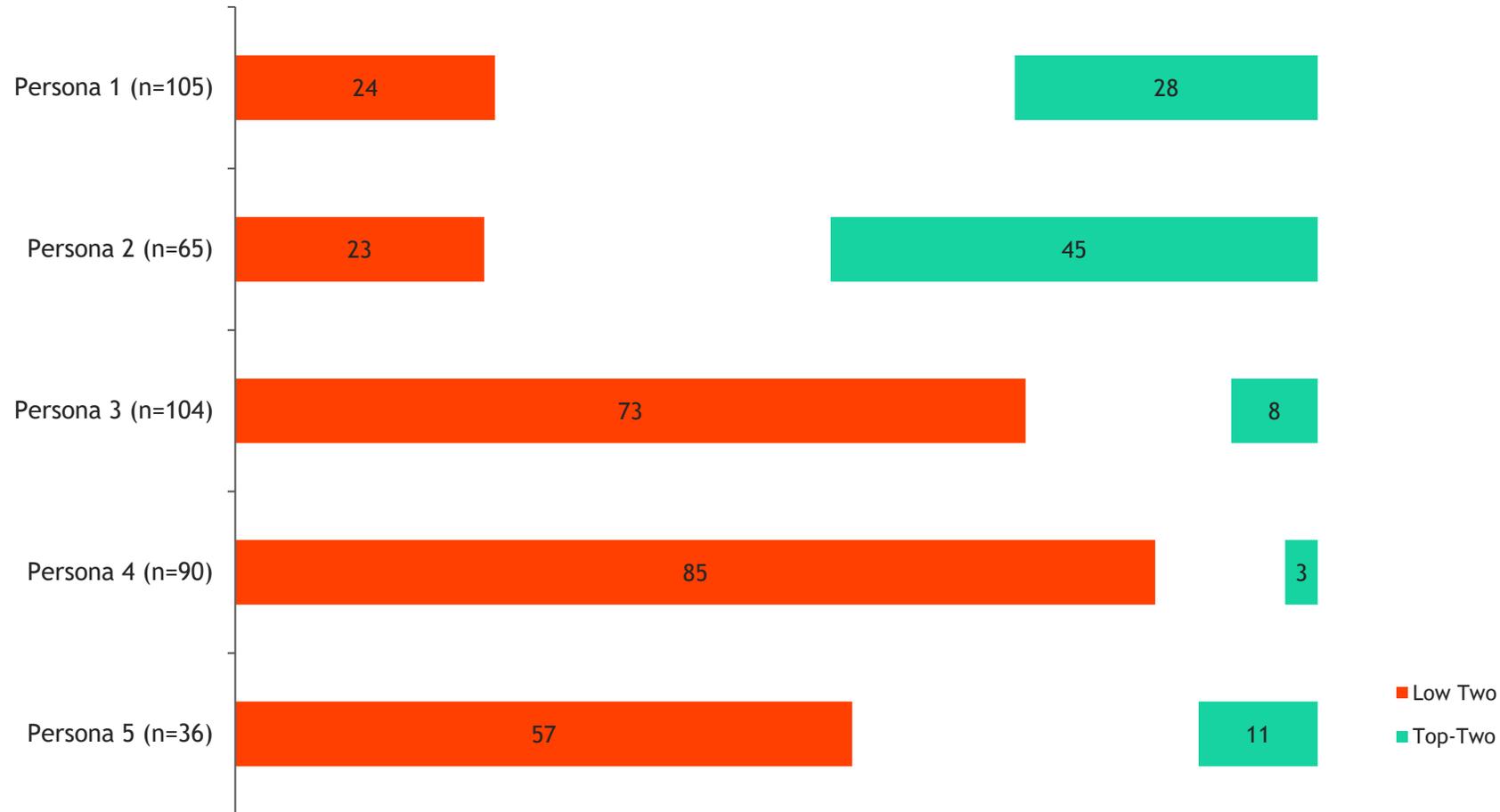
In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (6/7) BEI DER ARBEIT / SCHULE / UNIVERSITÄT

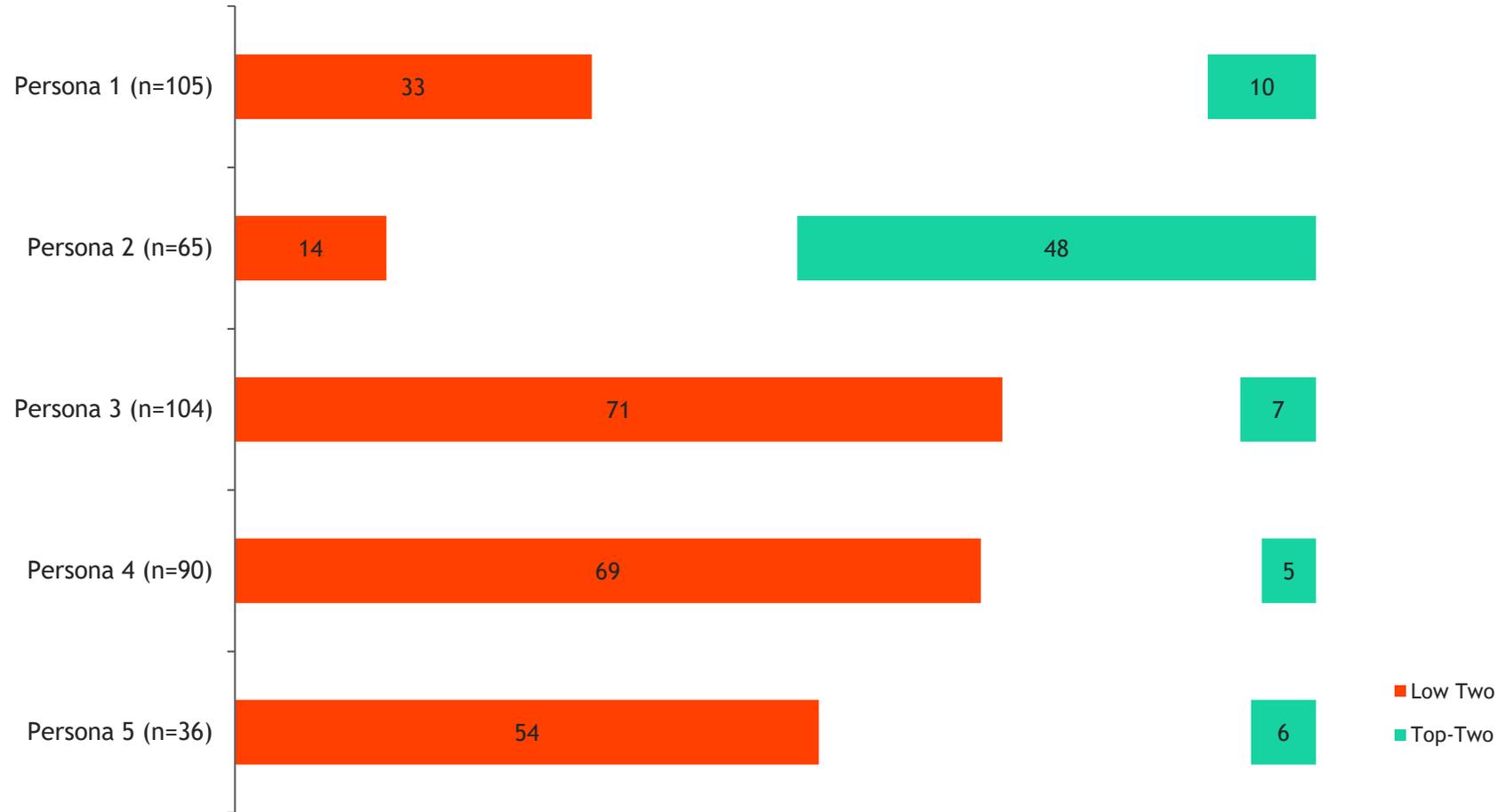
In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSSZENARIO (7/7) AUF REISEN / IM URLAUB

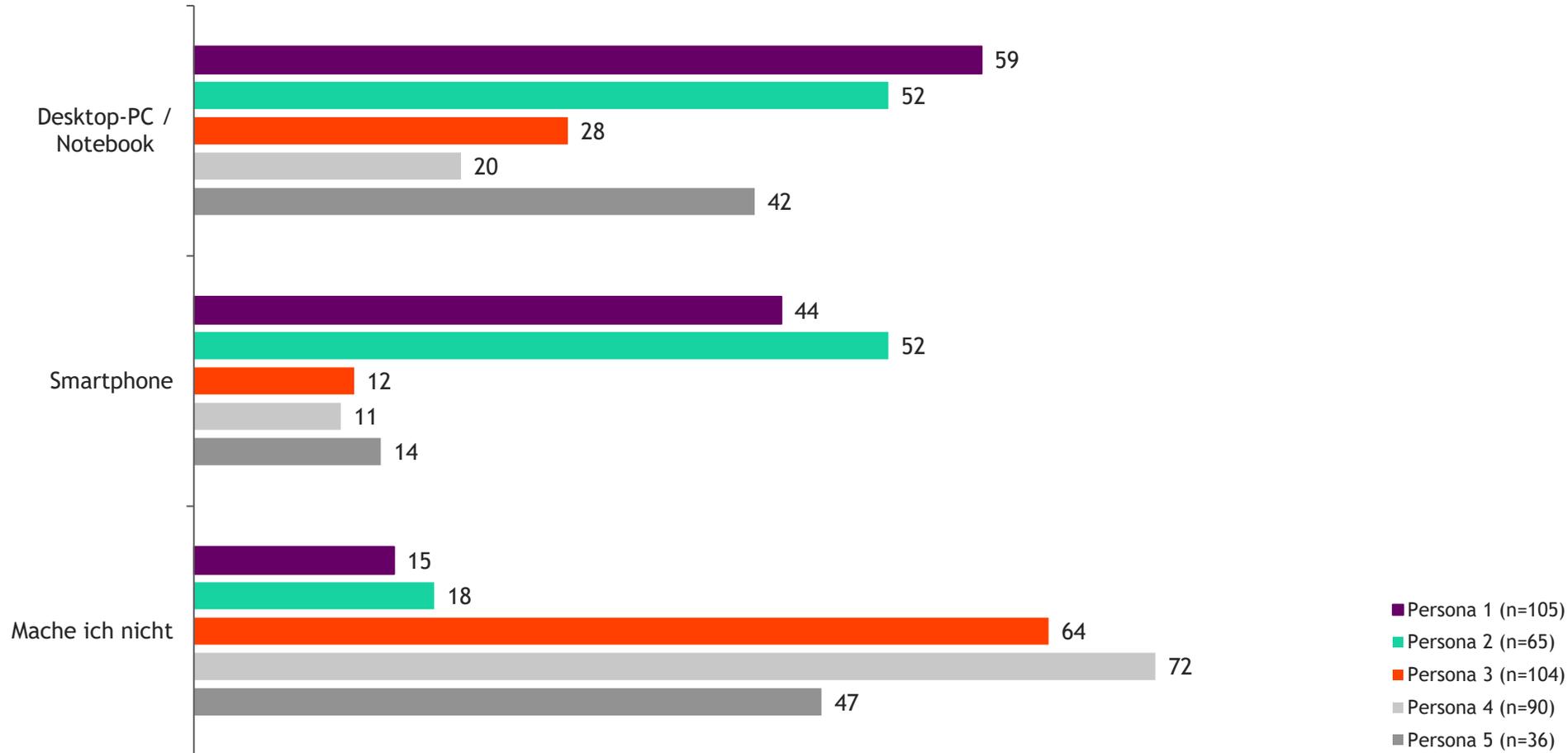
In welchen Situationen befinden Sie sich normalerweise, wenn Sie Wikipedia nutzen?



N=400, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - ANLÄSSE (1/4) ARBEIT

Für welche Anlässe nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?

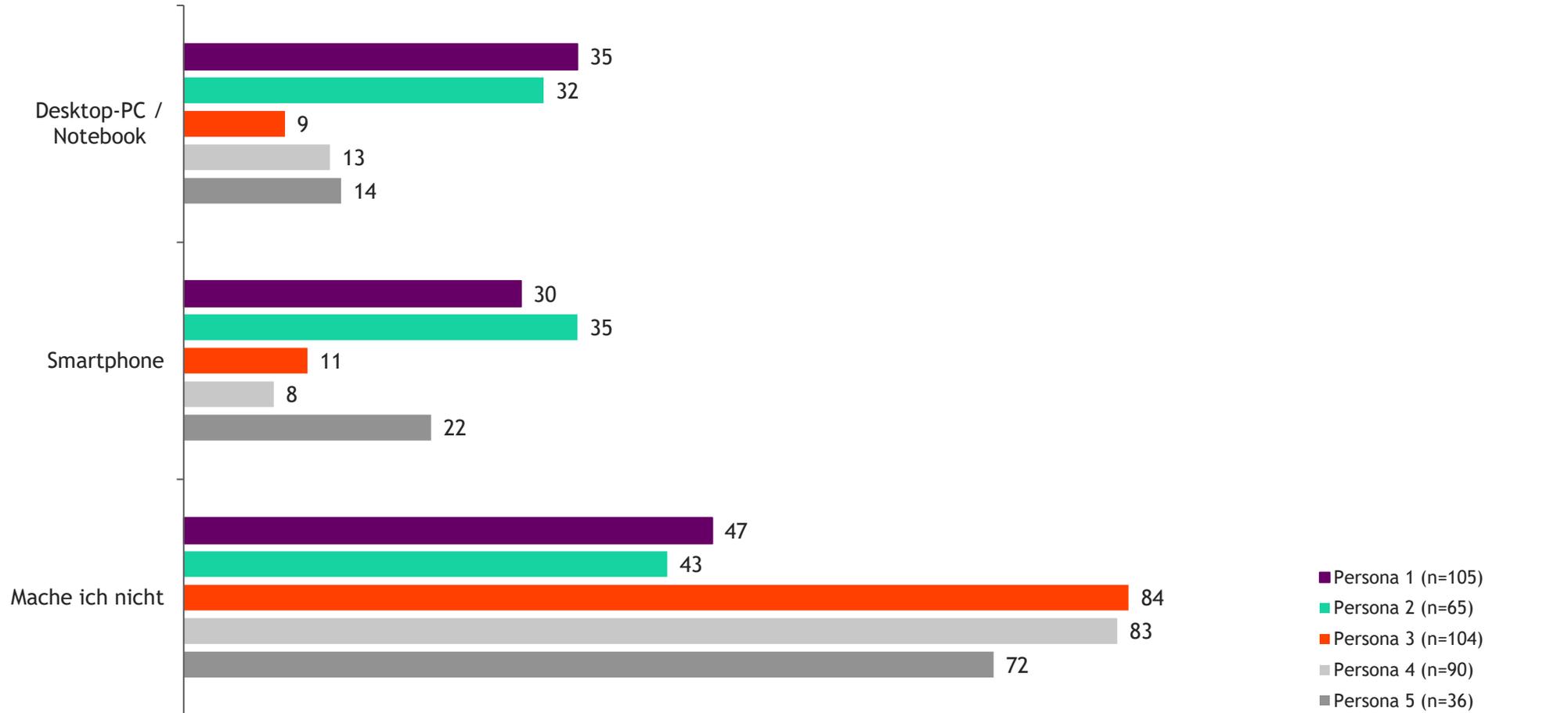


N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - ANLÄSSE (2/4)

SCHULE / STUDIUM

Für welche Anlässe nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?

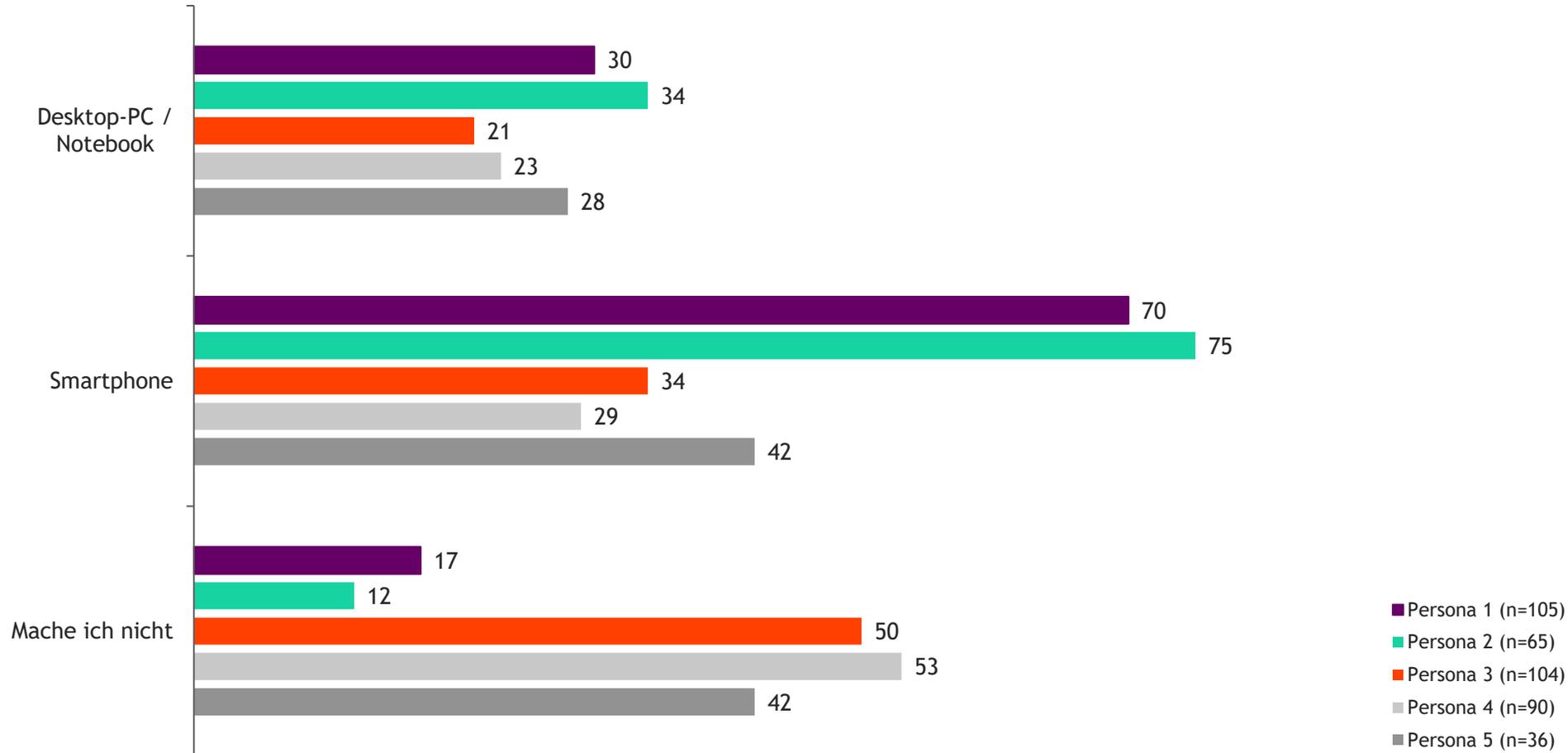


N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - ANLÄSSE (3/4)

URLAUB / REISEN

Für welche Anlässe nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?

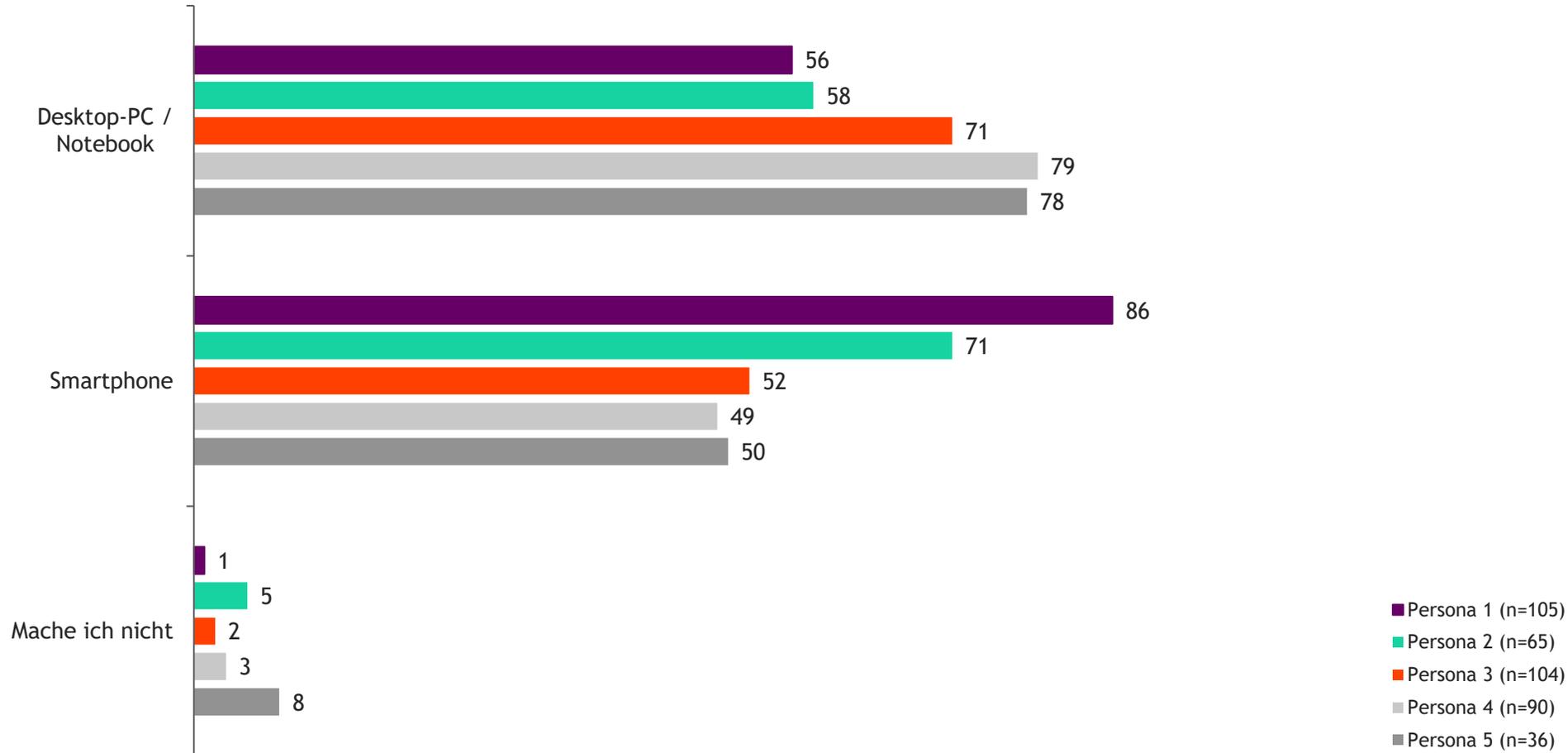


N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - ANLÄSSE (4/4)

PRIVATE INTERESSEN

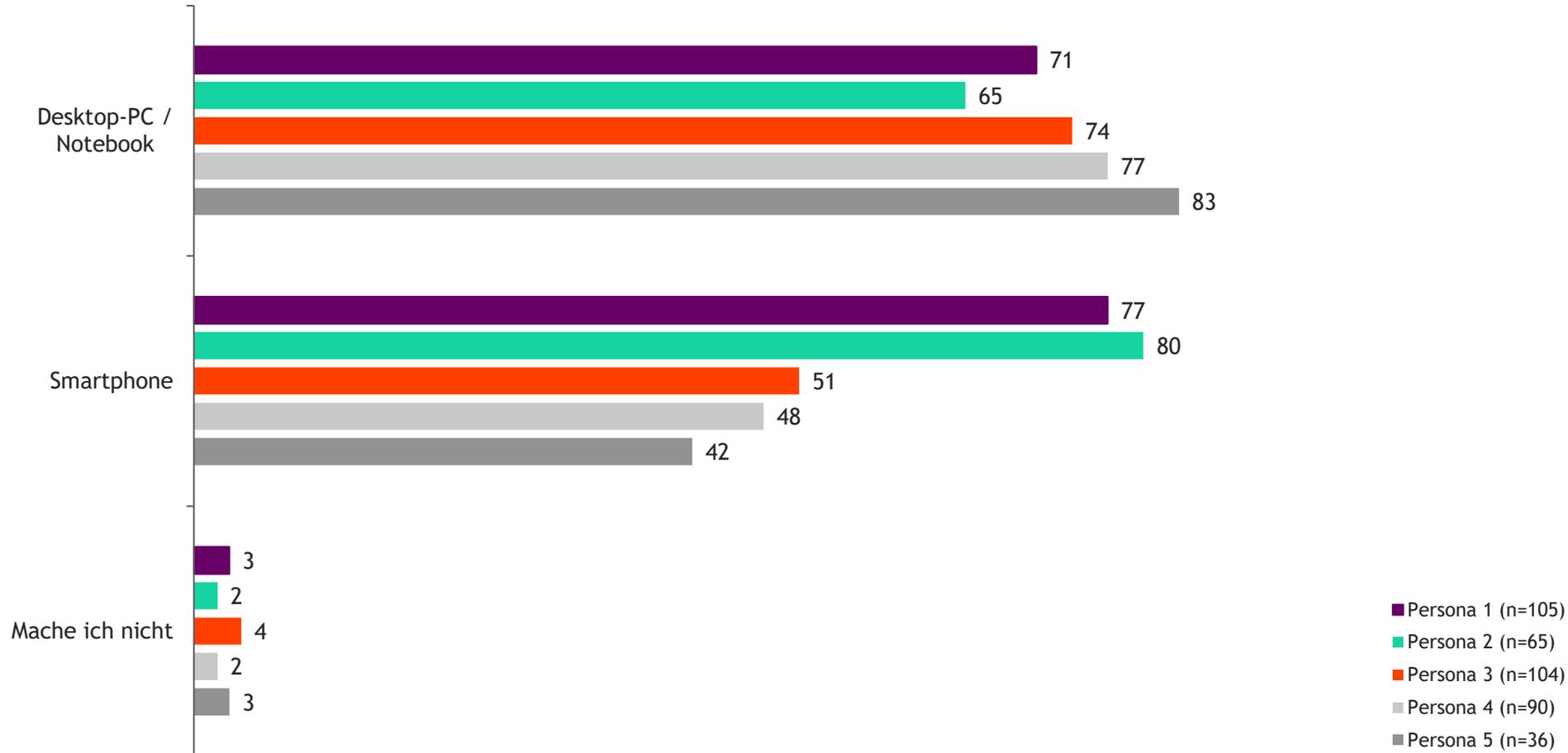
Für welche Anlässe nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - WARUM (1/5) ICH SUCHE GEZIELT NACH EINER INFORMATION/FAKTEN.

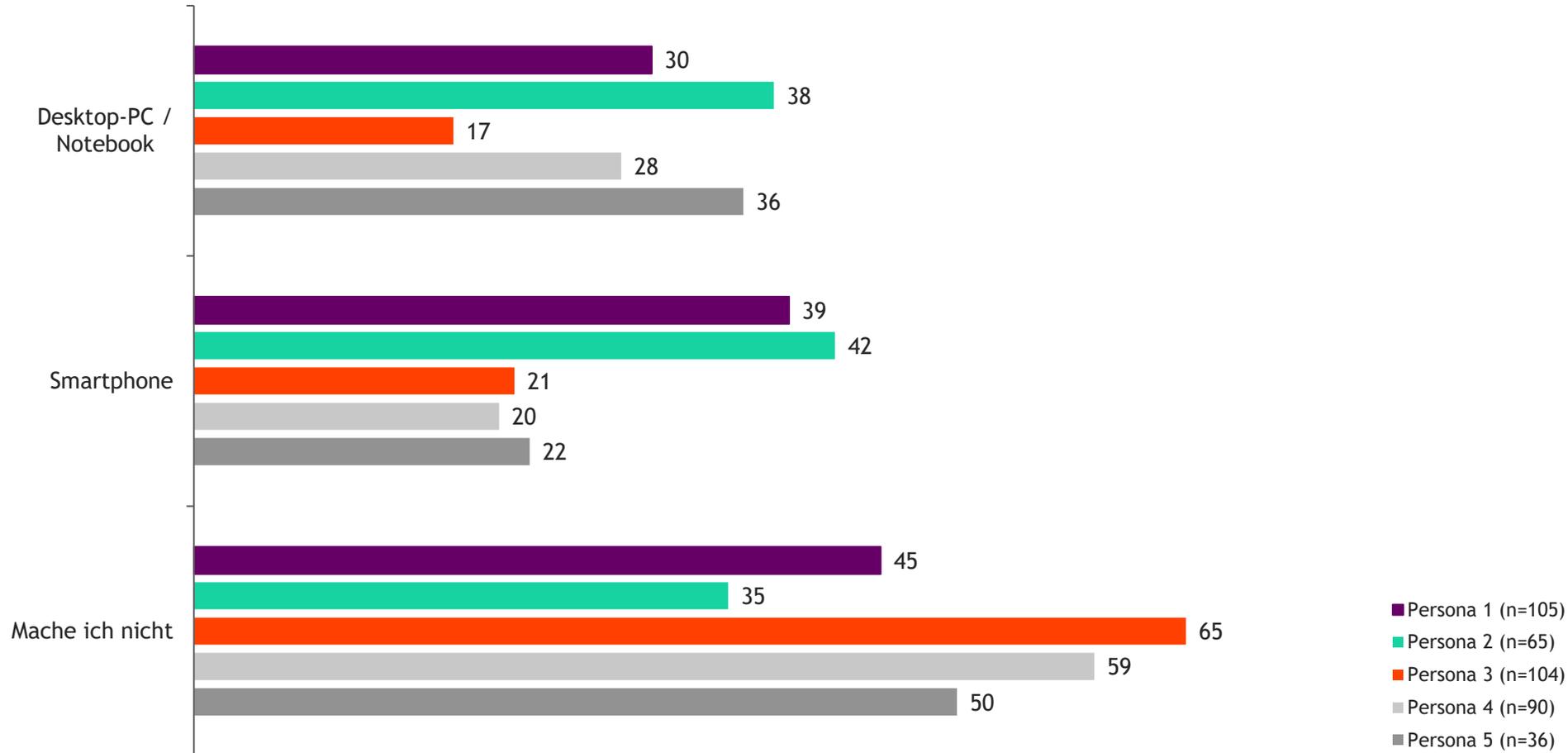
Warum nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - WARUM (2/5) ICH SPRINGE VON EINEM ARTIKEL ZU EINEM ANDEREN.

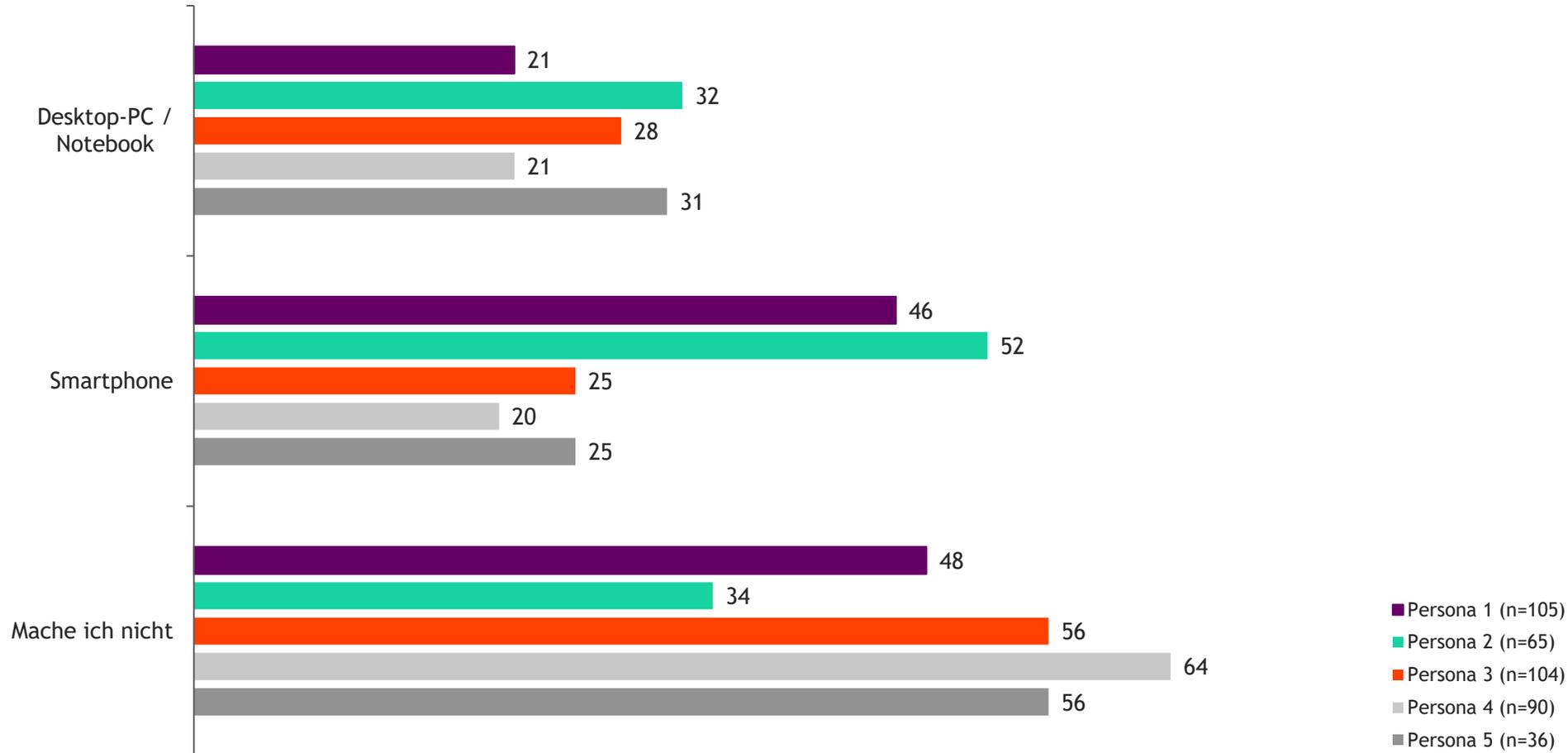
Warum nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - WARUM (3/5) ICH LASSE MICH INSPIRIEREN.

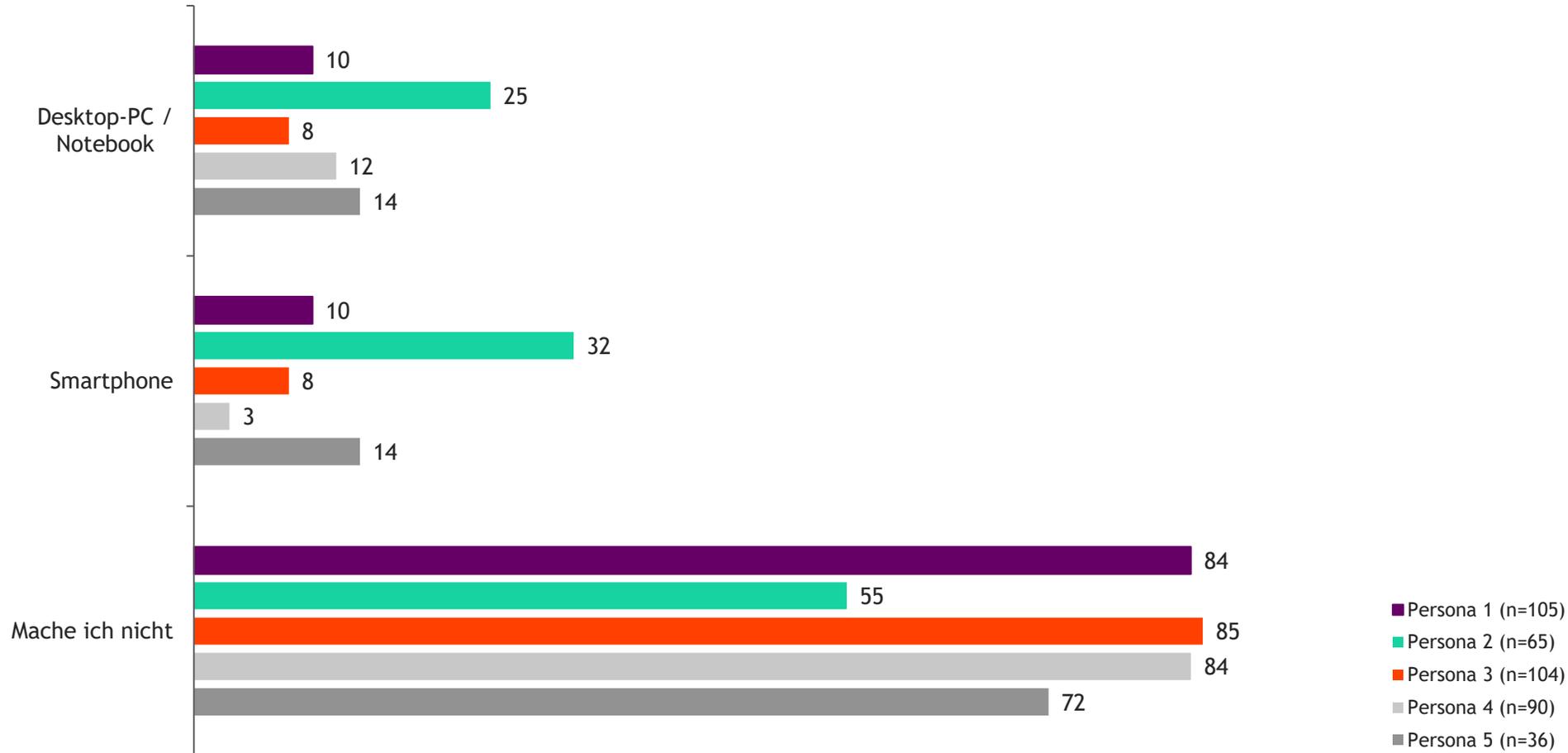
Warum nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - WARUM (4/5) ICH MÖCHTE EINEN ARTIKEL BEARBEITEN.

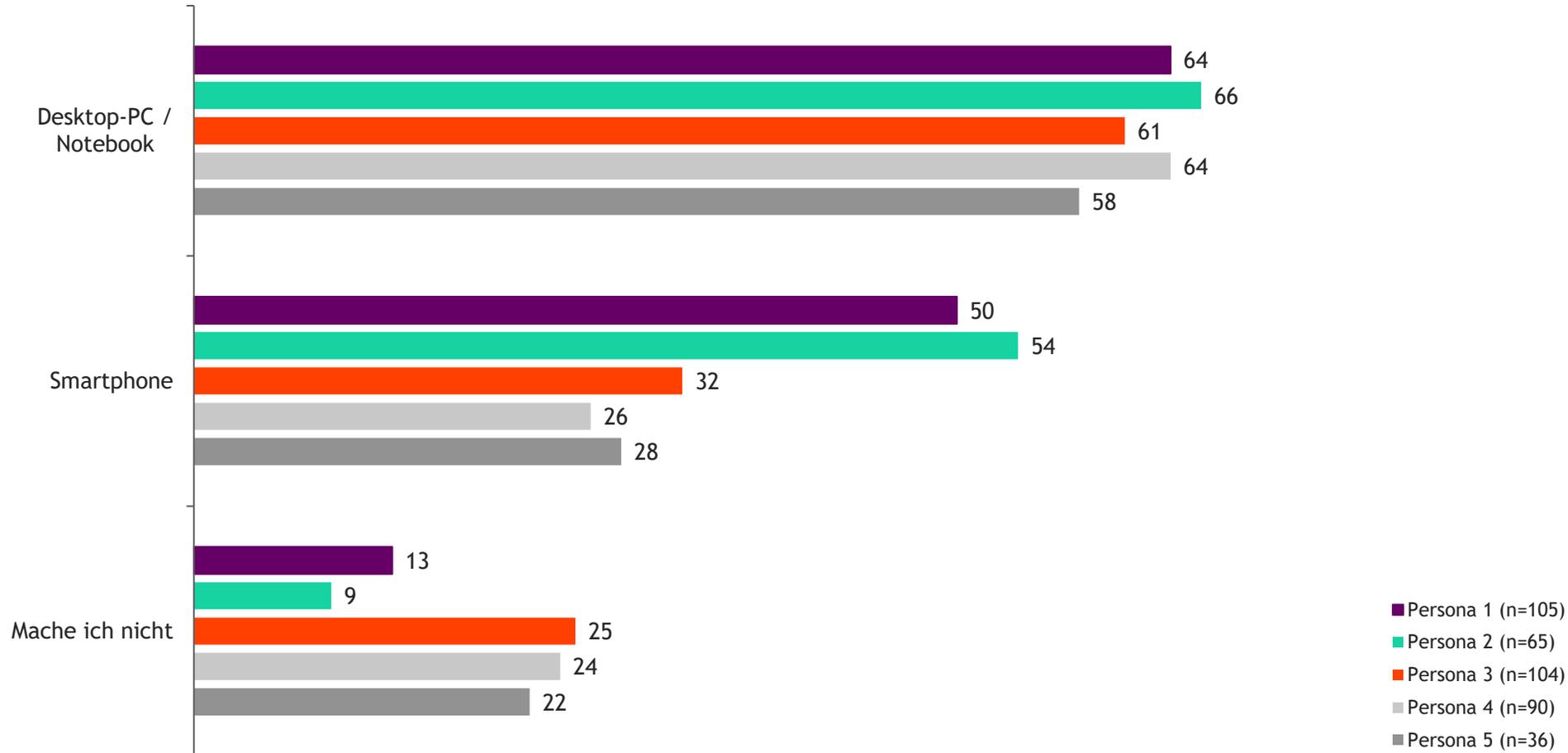
Warum nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

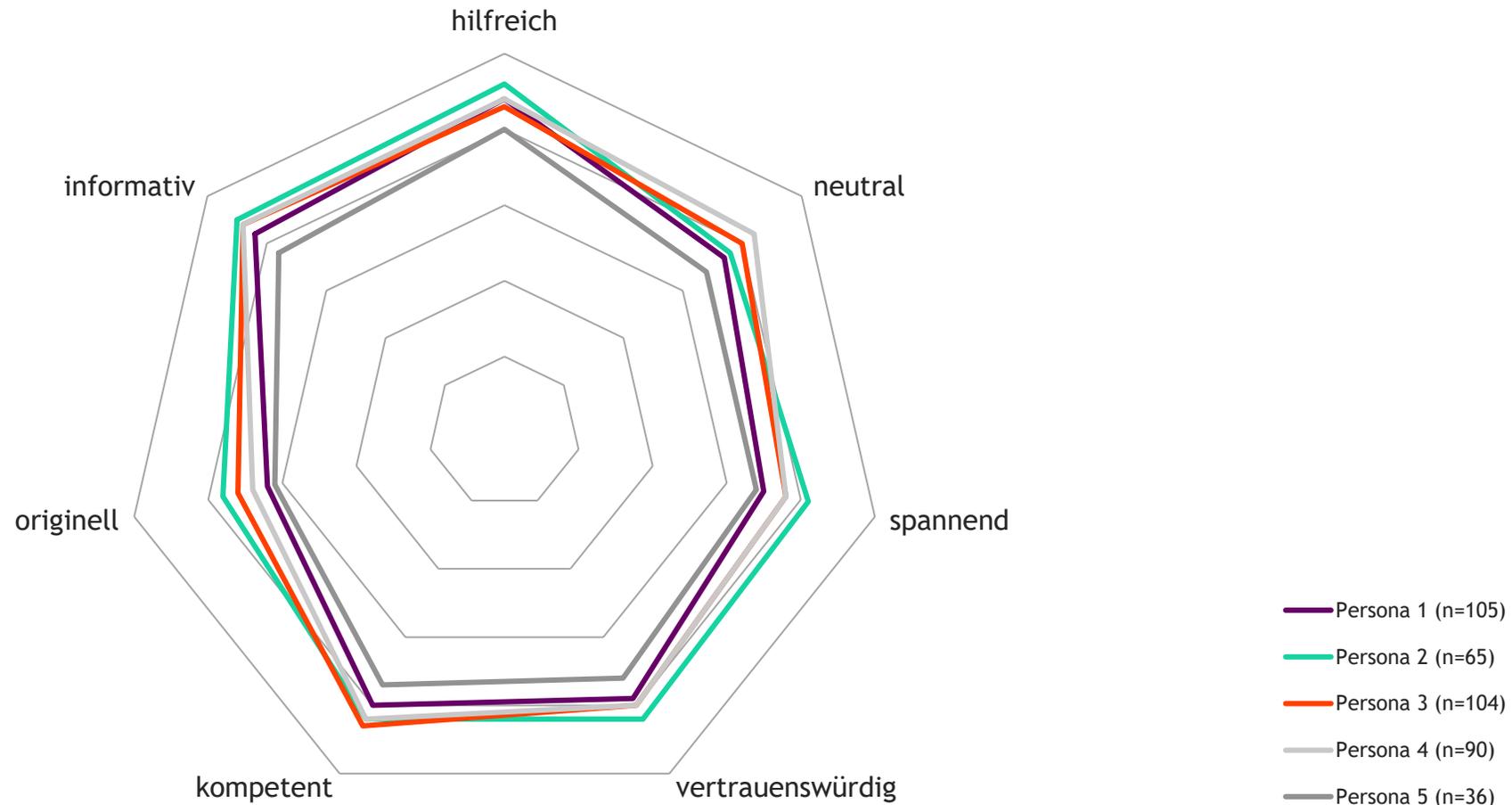
NUTZUNGSGEWOHNHEITEN WIKIPEDIA - WARUM (5/5) ICH RECHERCHIERE ZU UMFANGREICHEN THEMEN.

Warum nutzen Sie Wikipedia normalerweise und welches Gerät nutzen Sie dafür?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

Welchen Eindruck / welches Bild haben Sie von Wikipedia?

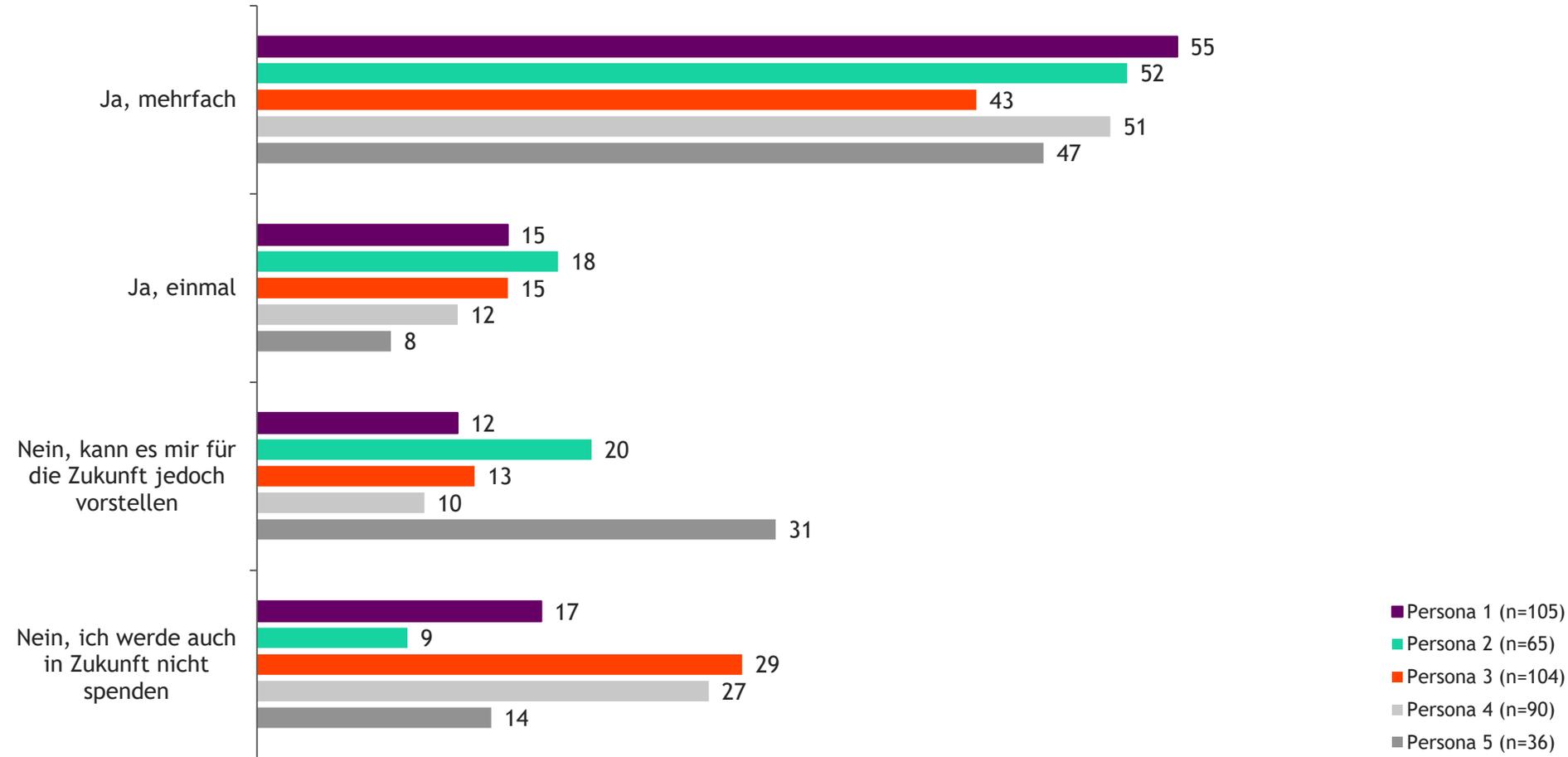


N=400, Angaben in %

SPENDENVERHALTEN



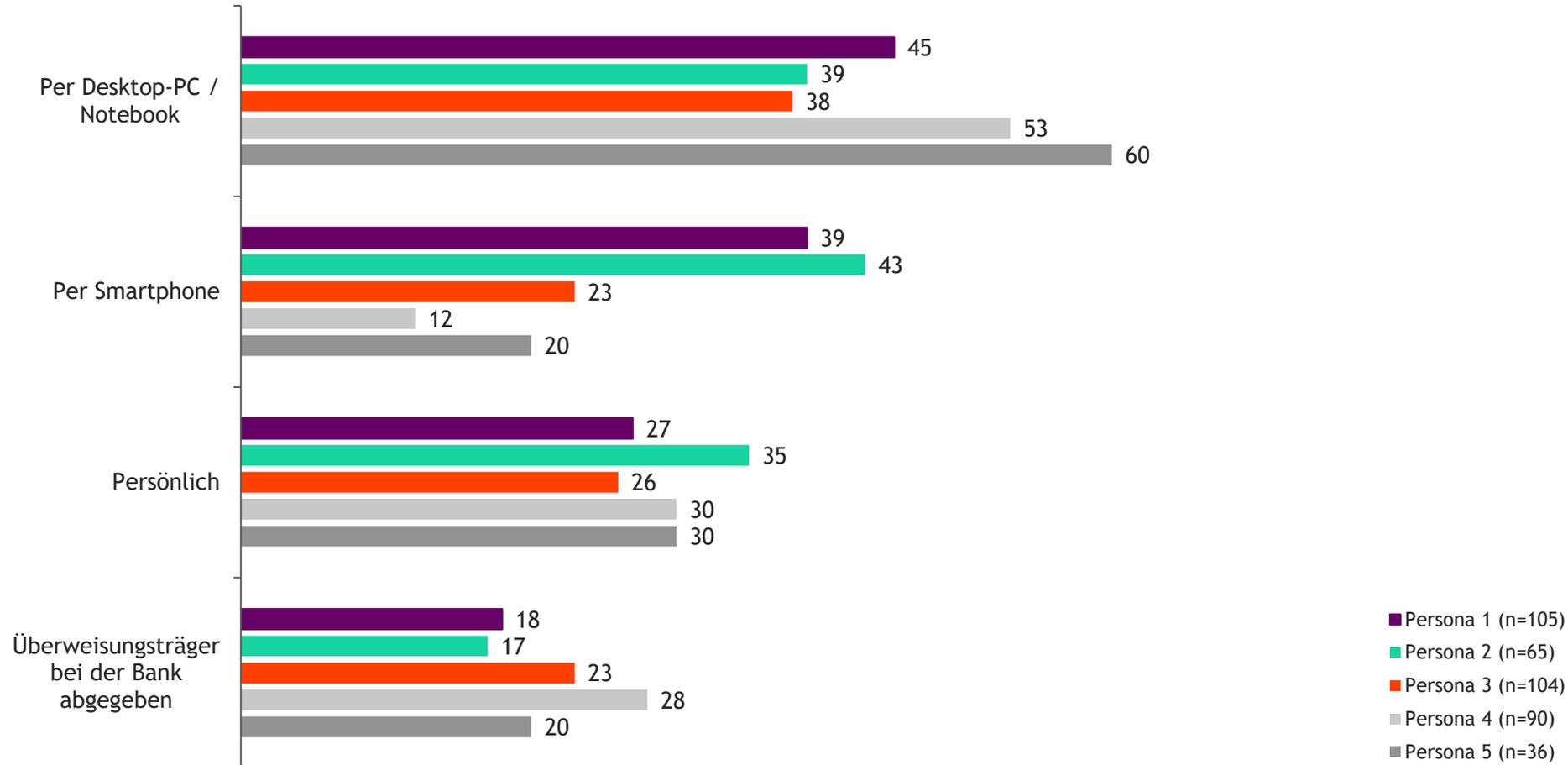
Haben Sie in der Vergangenheit Geld gespendet?



N=400, Angaben in %

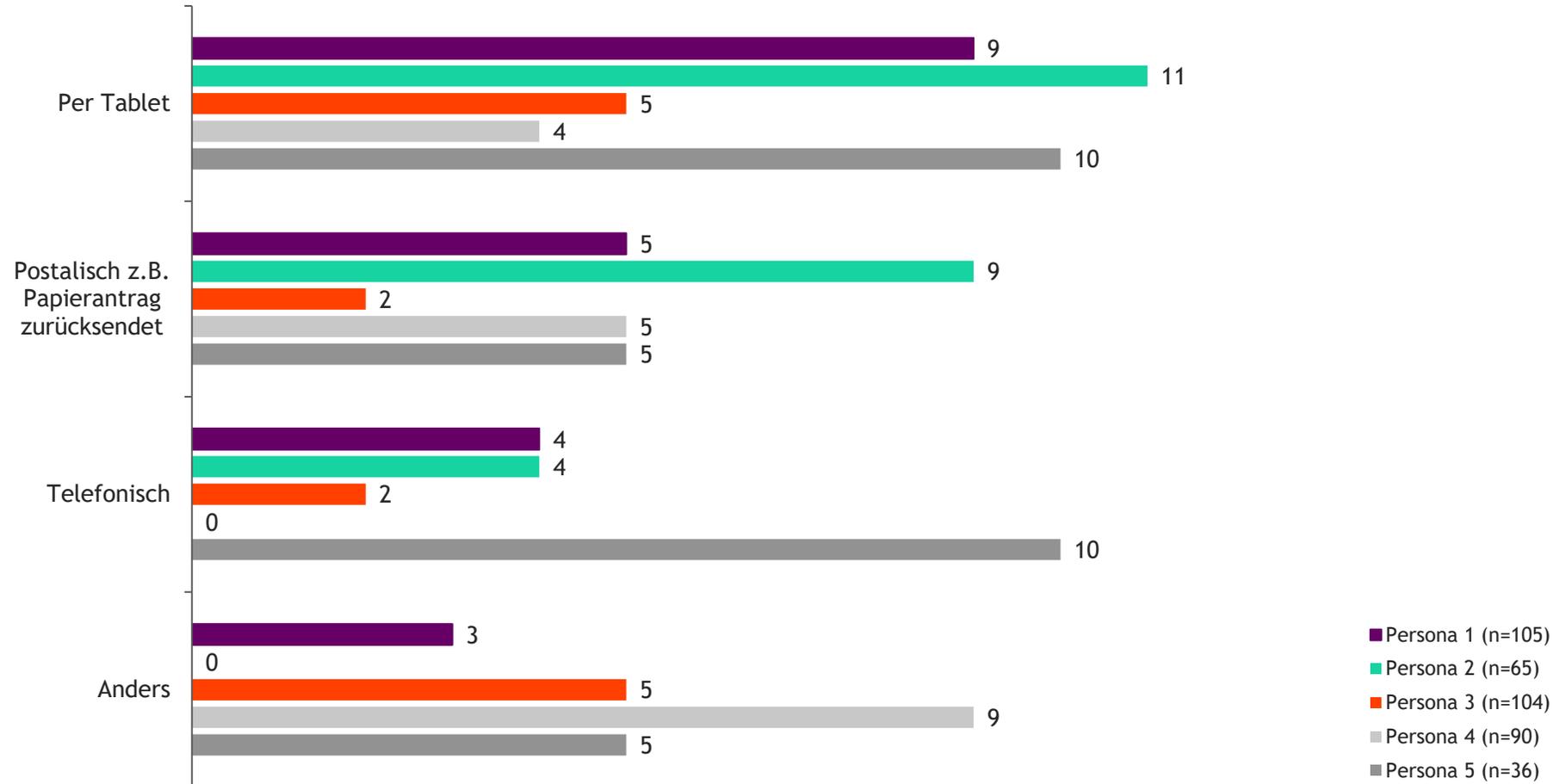
SPENDE - ENDGERÄT (1/2)

Wie haben Sie bisher gespendet?



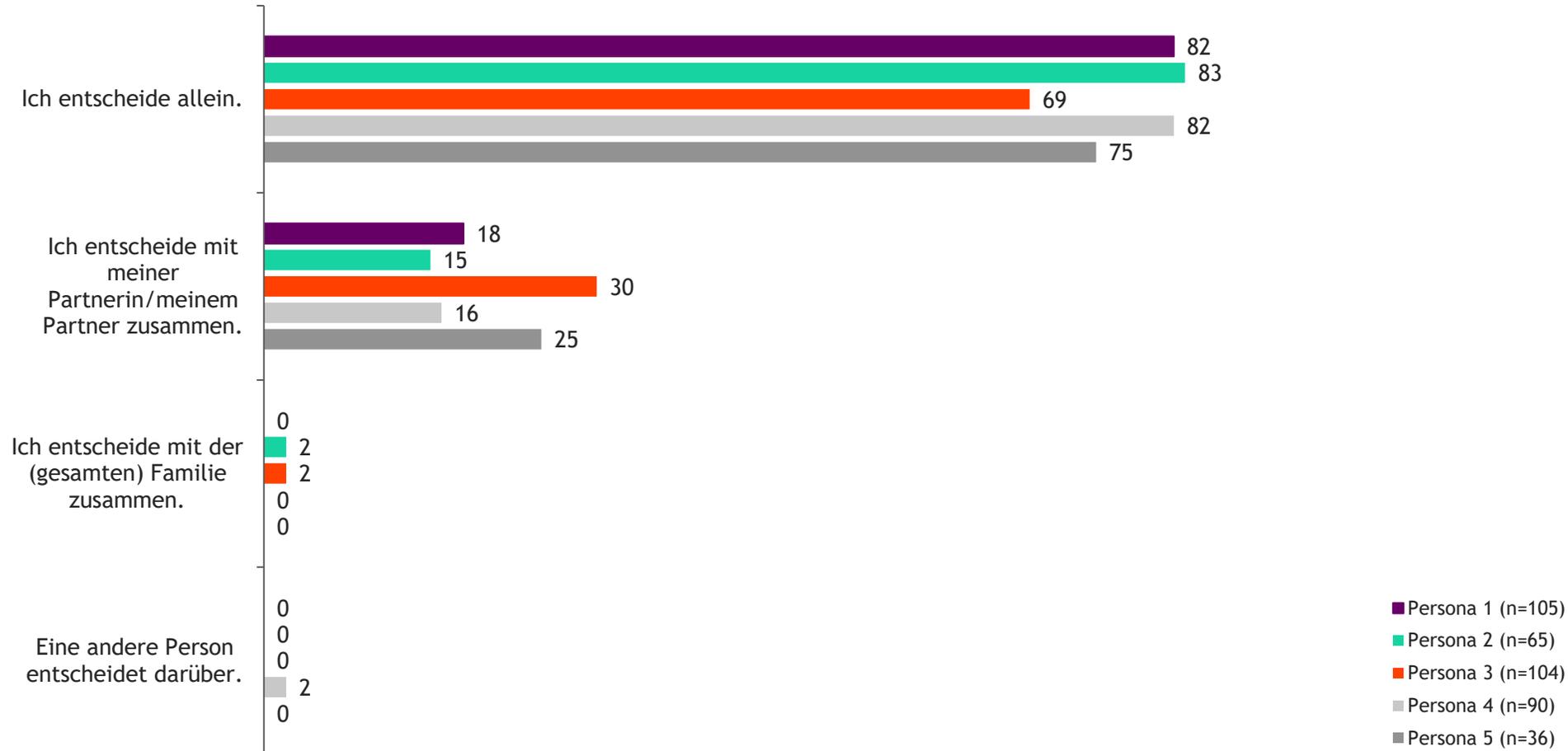
N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

Wie haben Sie bisher gespendet?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

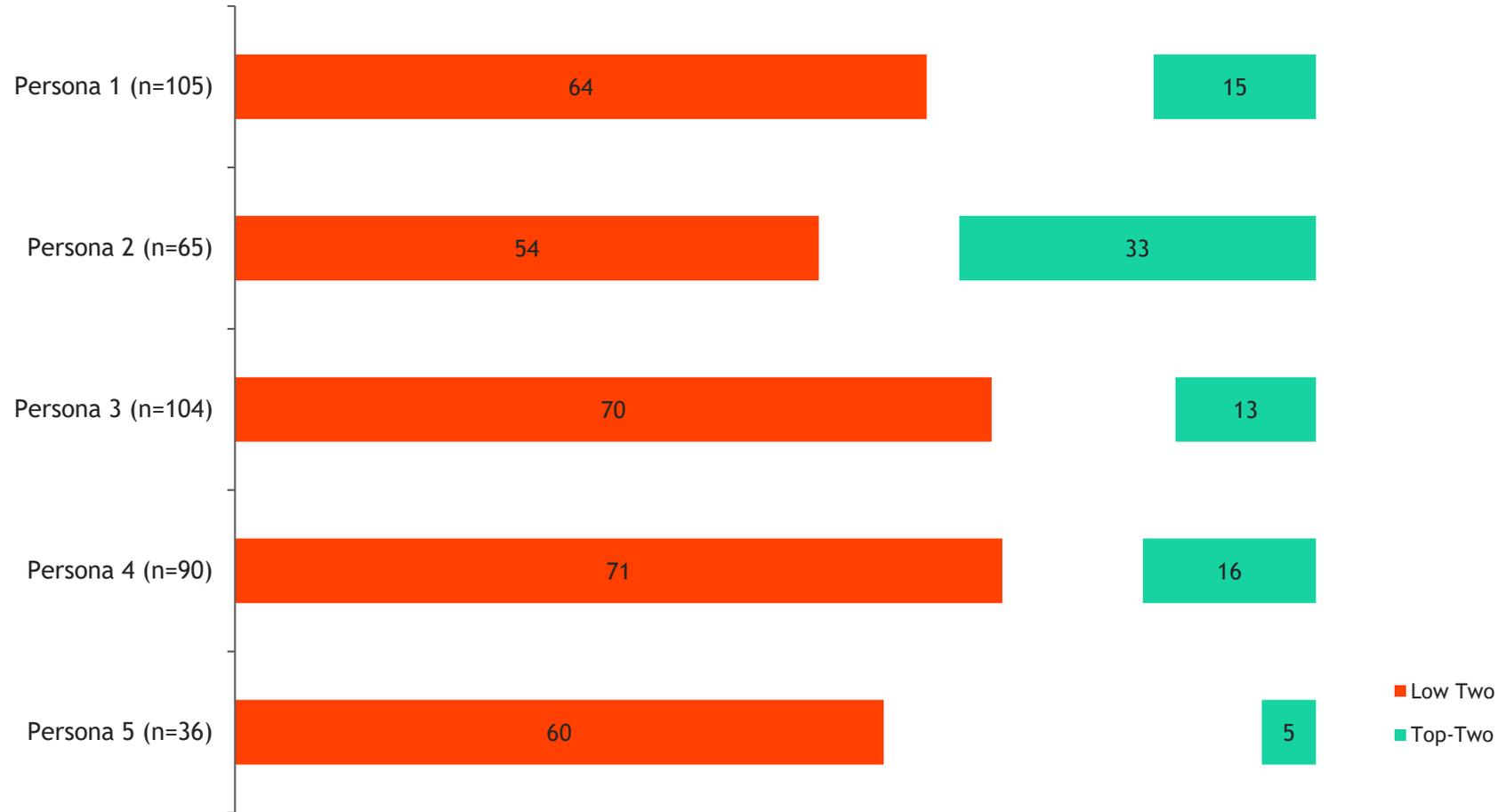
Wer entscheidet, an wen Sie wie viel Geld spenden?



N=400, Angaben in %

SPENDENVERHALTEN (1/4)

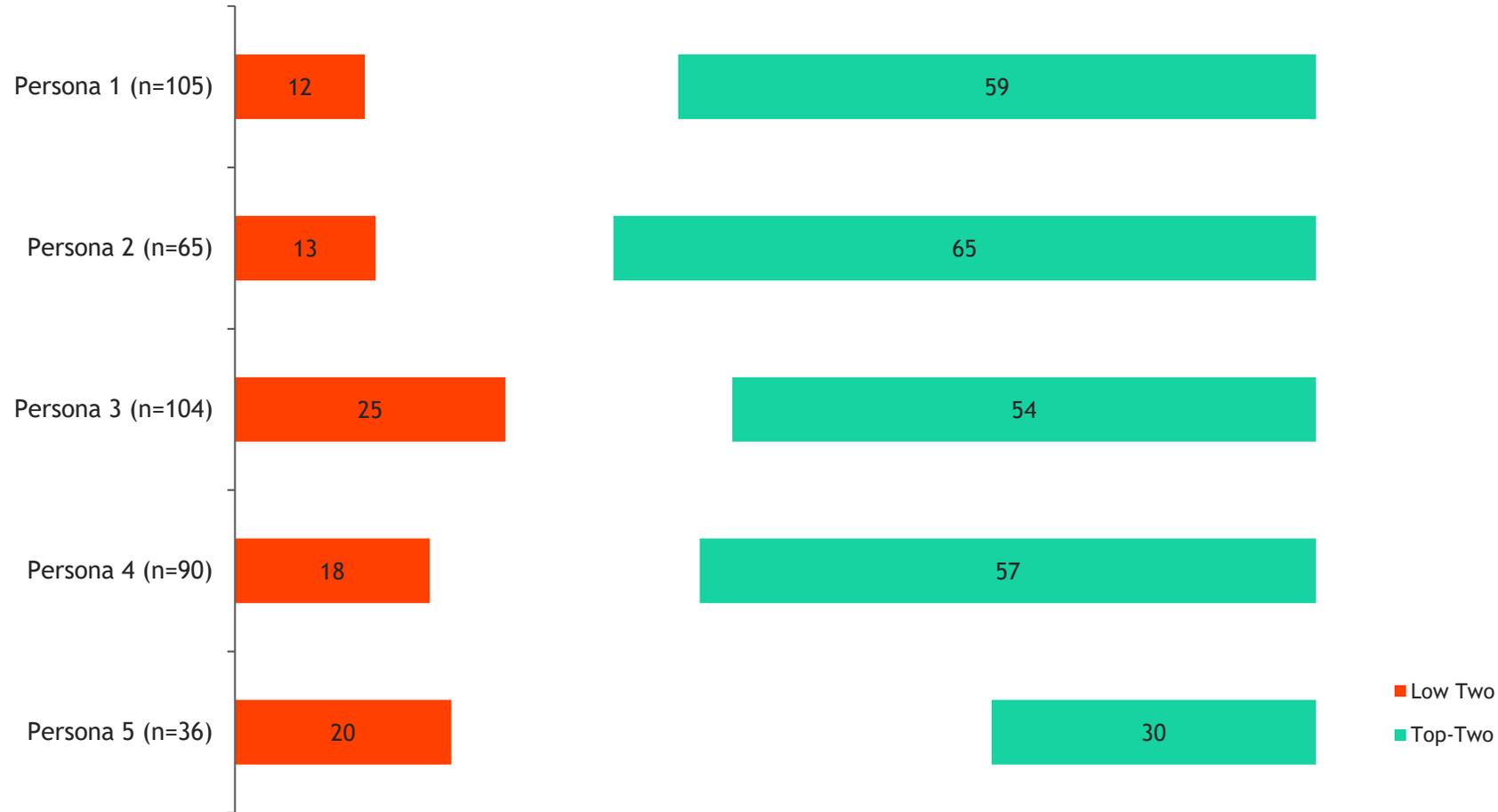
Ich habe/wir haben ein festes Spendenbudget, das ich/wir in einem festgelegten Zeitraum ausgeben/n.



N=400, Angaben in %

SPENDENVERHALTEN (2/4)

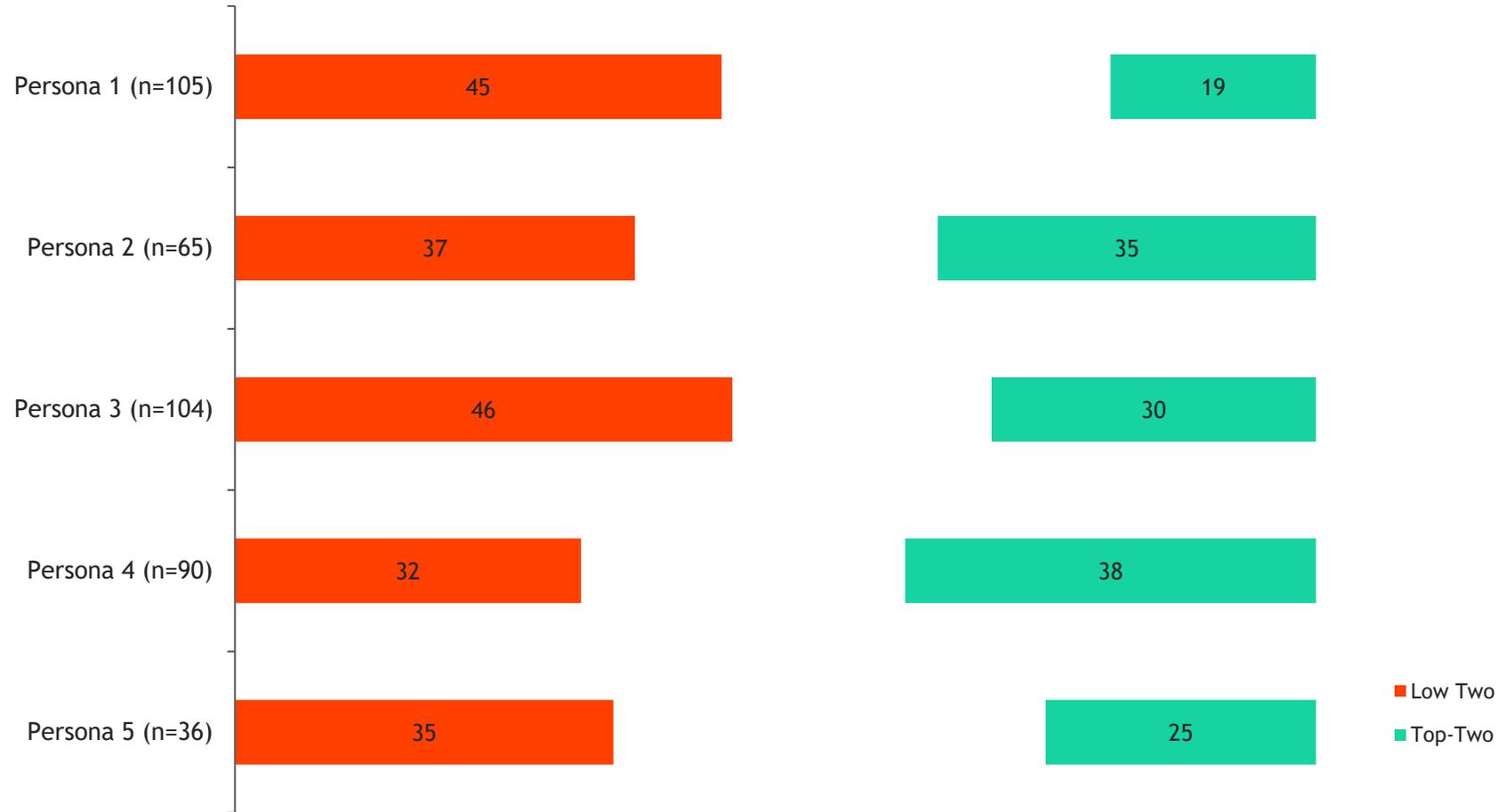
Ich/wir entscheide/n spontan, an wen ich/wir wie viel Geld spende/n.



N=400, Angaben in %

SPENDENVERHALTEN (3/4)

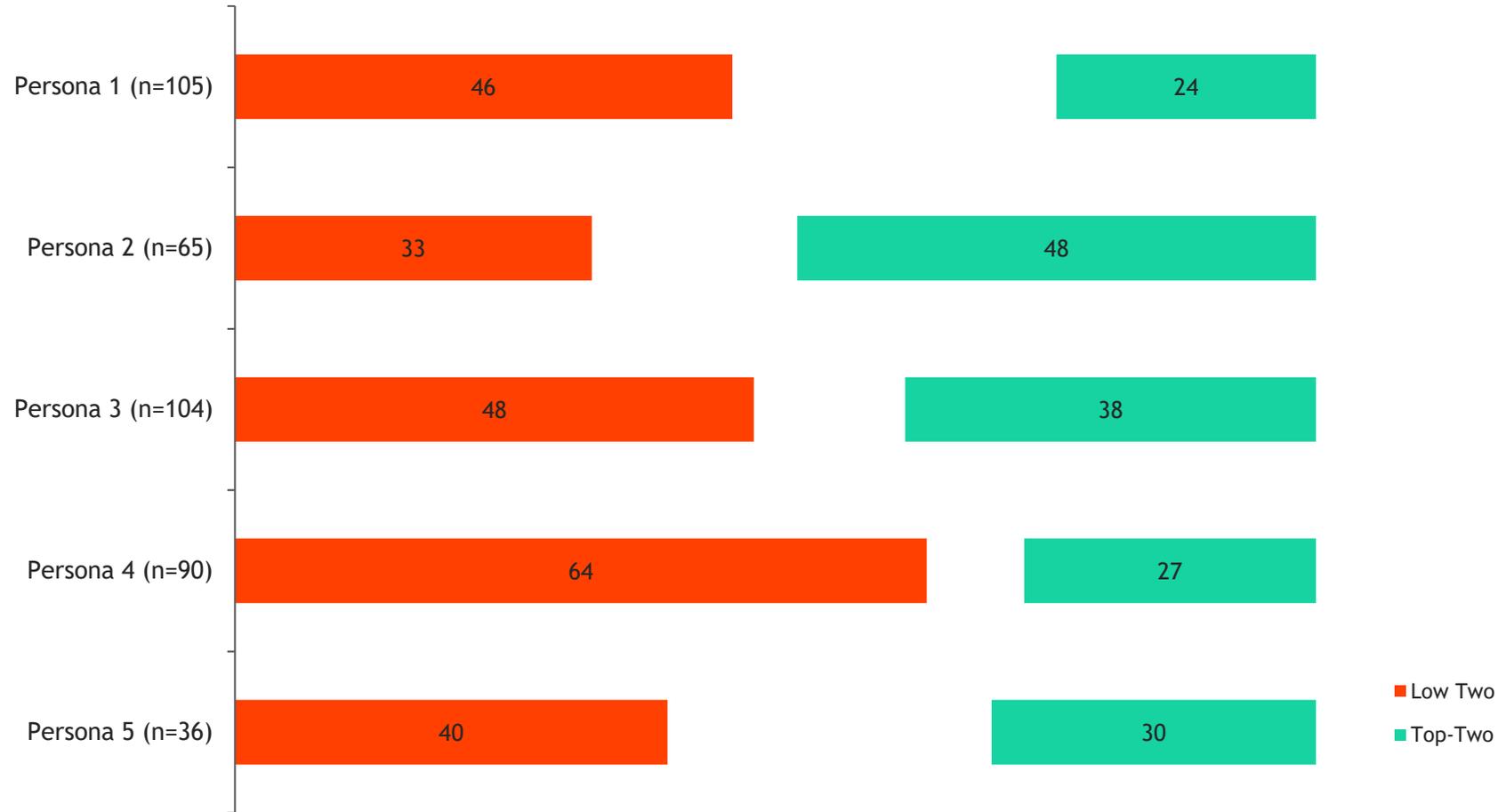
Ich/wir spende/n immer an die gleichen Organisationen.



N=400, Angaben in %

SPENDENVERHALTEN (4/4)

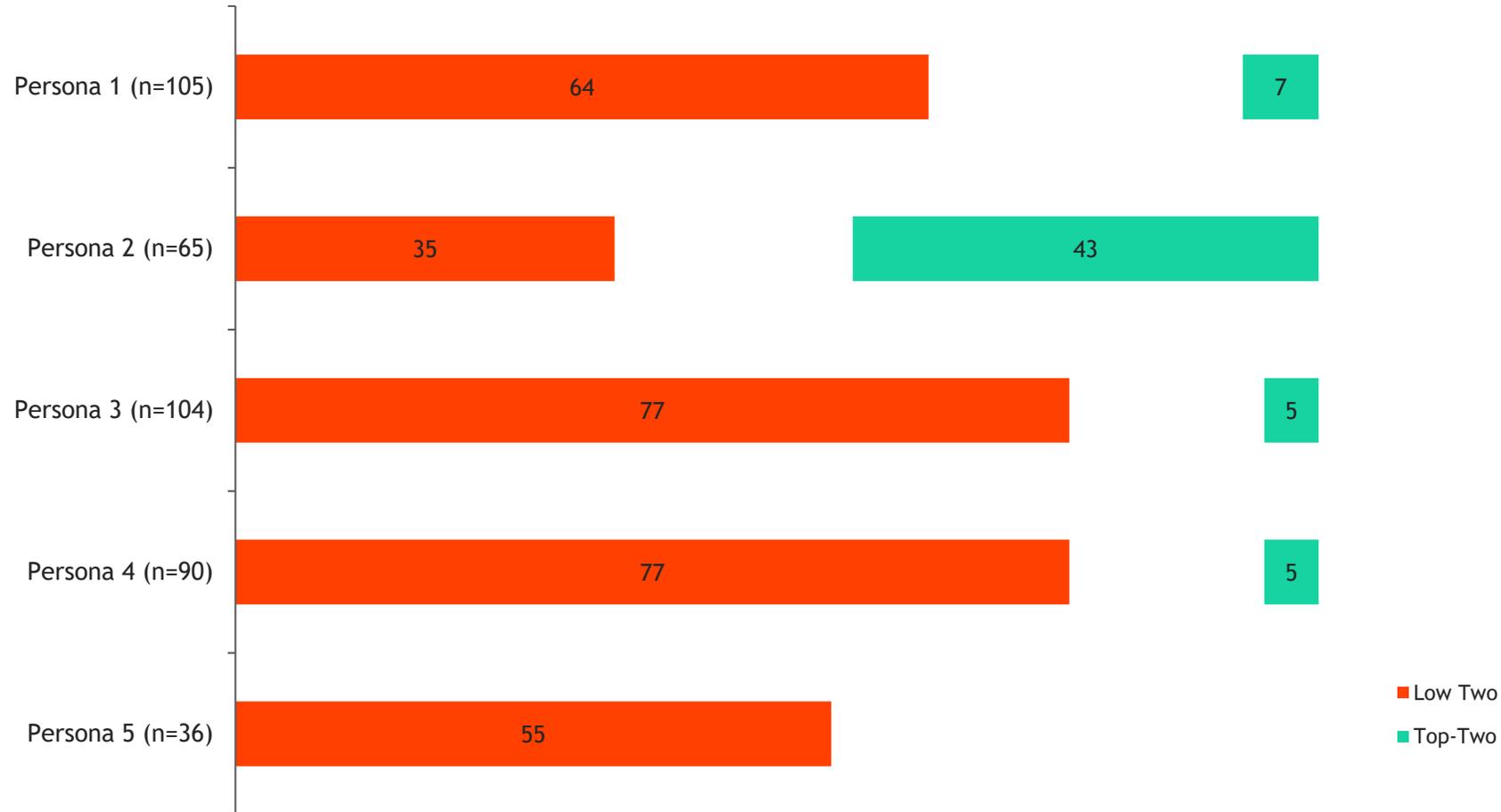
Ich/wir überlege/n mir/uns im Voraus (für einen festgelegten Zeitraum), an wen ich/wir spenden werde/n.



N=400, Angaben in %

ÜBER SPENDE *REDEN* (1/3)

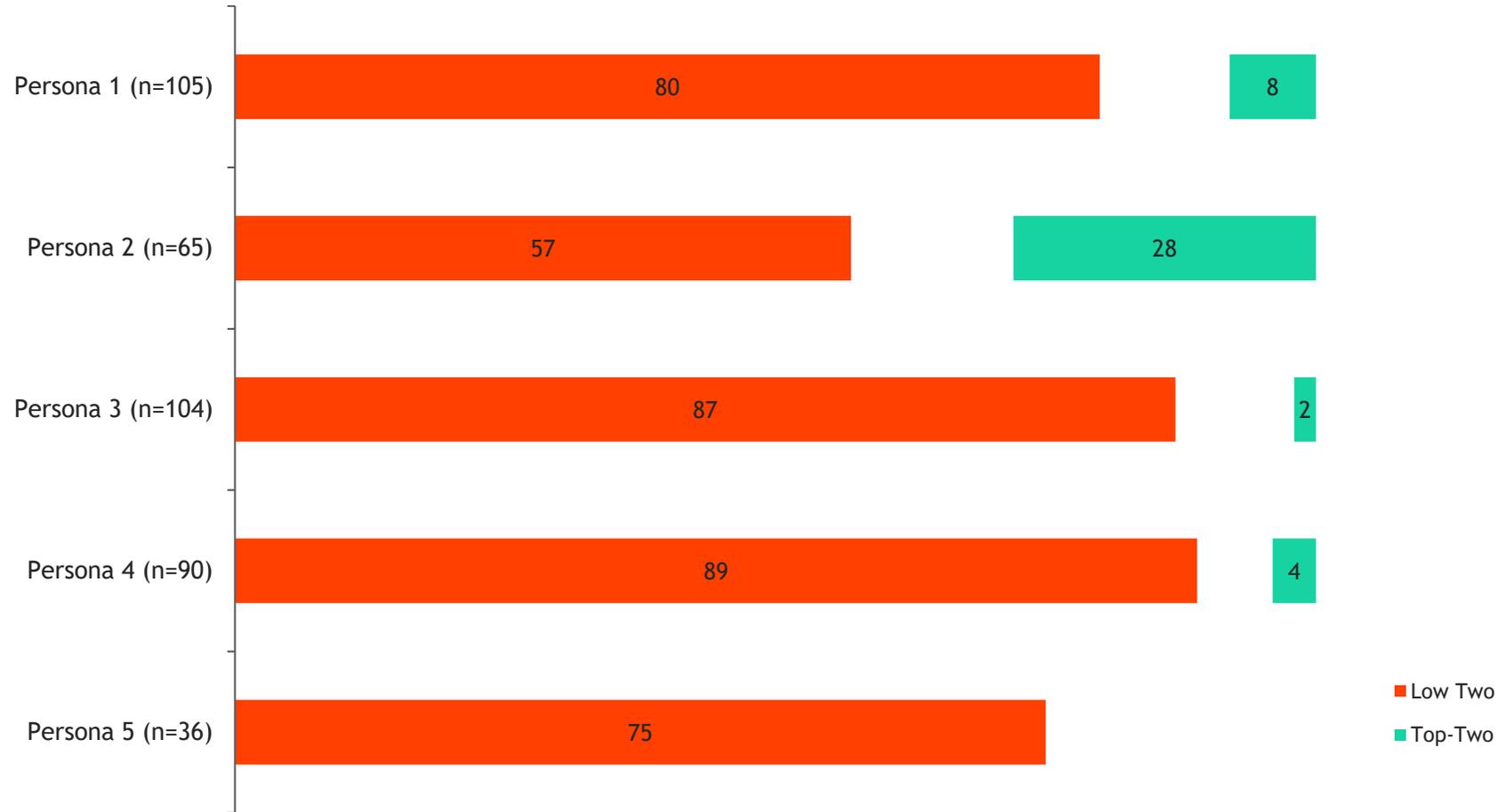
Wenn Sie gespendet haben, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ...
... Andere über einen Empfehlungslink zur Teilnahme/Spende einladen?



N=400, Angaben in %

ÜBER SPENDE *REDEN* (2/3)

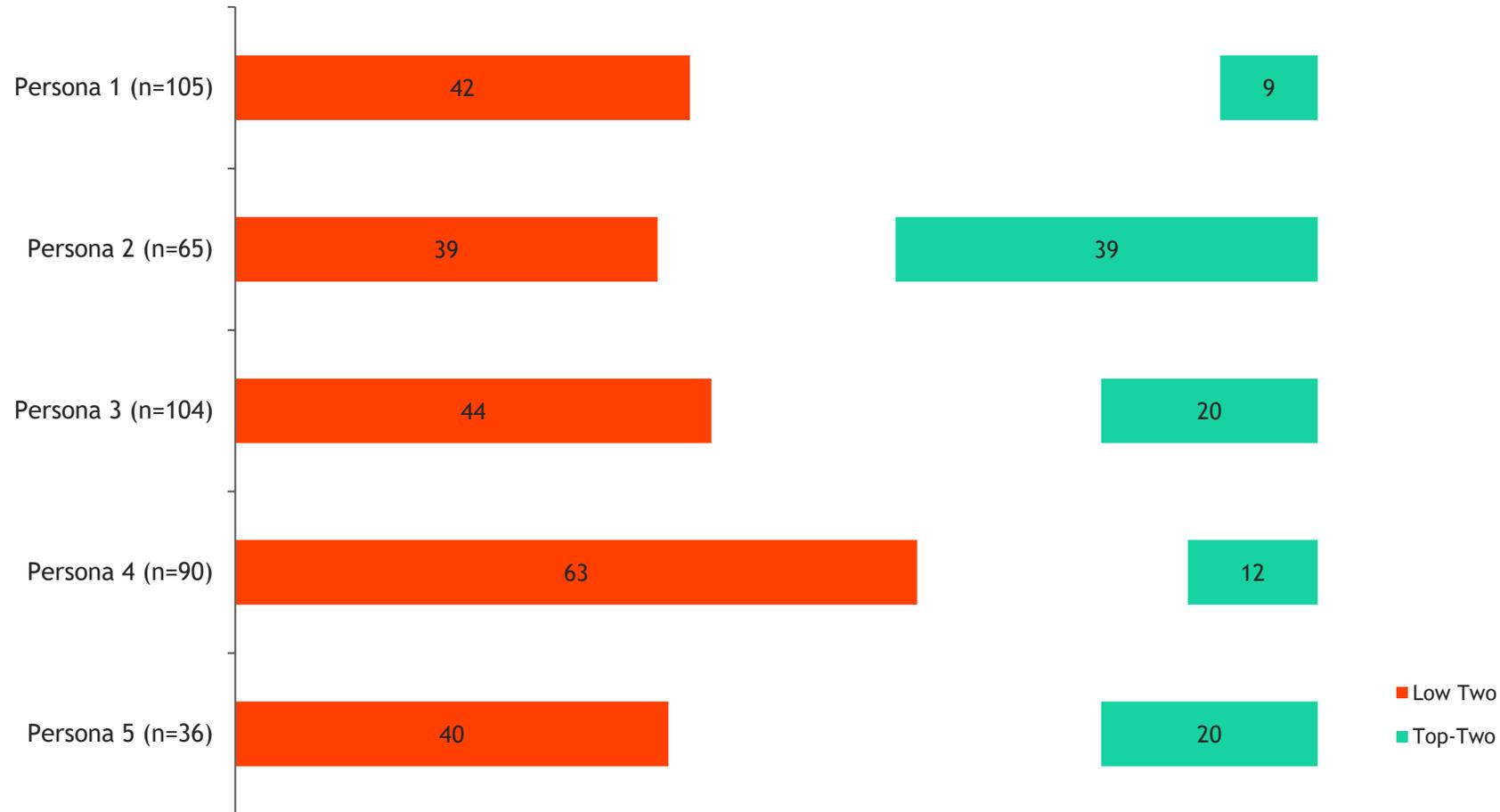
Wenn Sie gespendet haben, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ...
... in sozialen Kanälen sichtbar machen, dass Sie gespendet haben (Unterstützer sind)?



N=400, Angaben in %

ÜBER SPENDE *REDEN* (3/3)

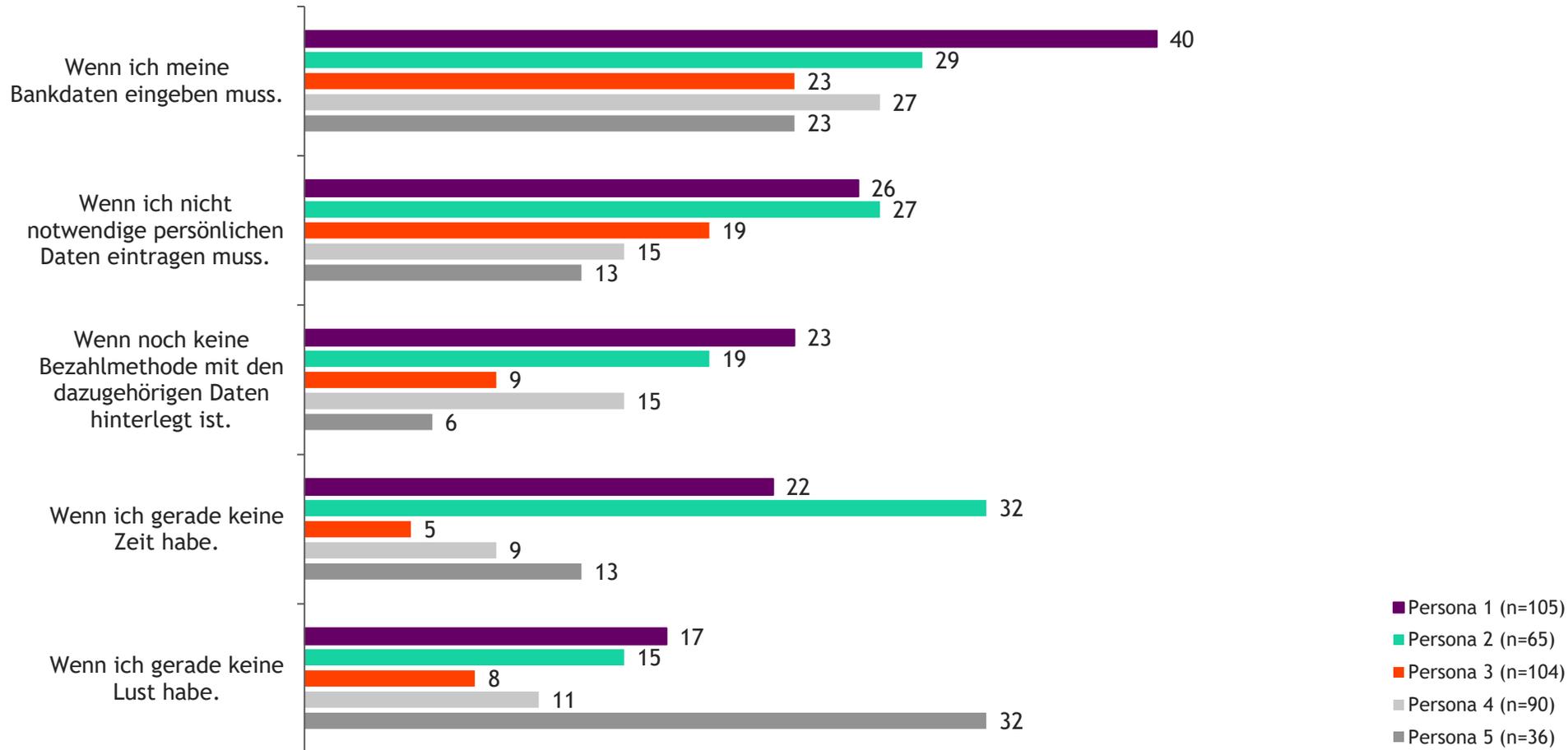
Wenn Sie gespendet haben, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ...
... im Freundes-, Familien- oder Bekanntenkreis über eine Spende reden?



N=400, Angaben in %

HÜRDEN EINER MOBILEN SPENDE (1/2)

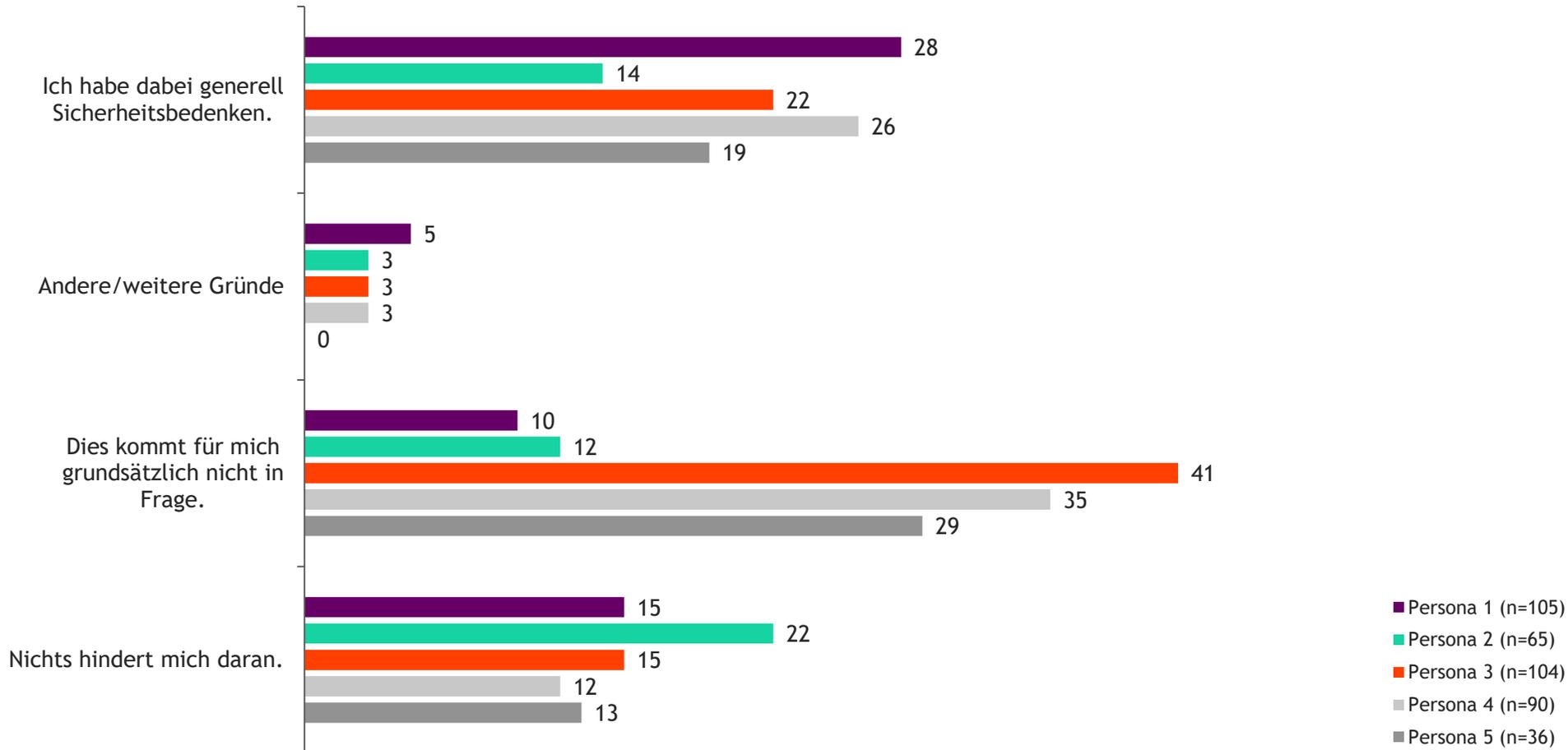
Was würde Sie daran hindern, eine Spende auf einem Smartphone zu tätigen?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

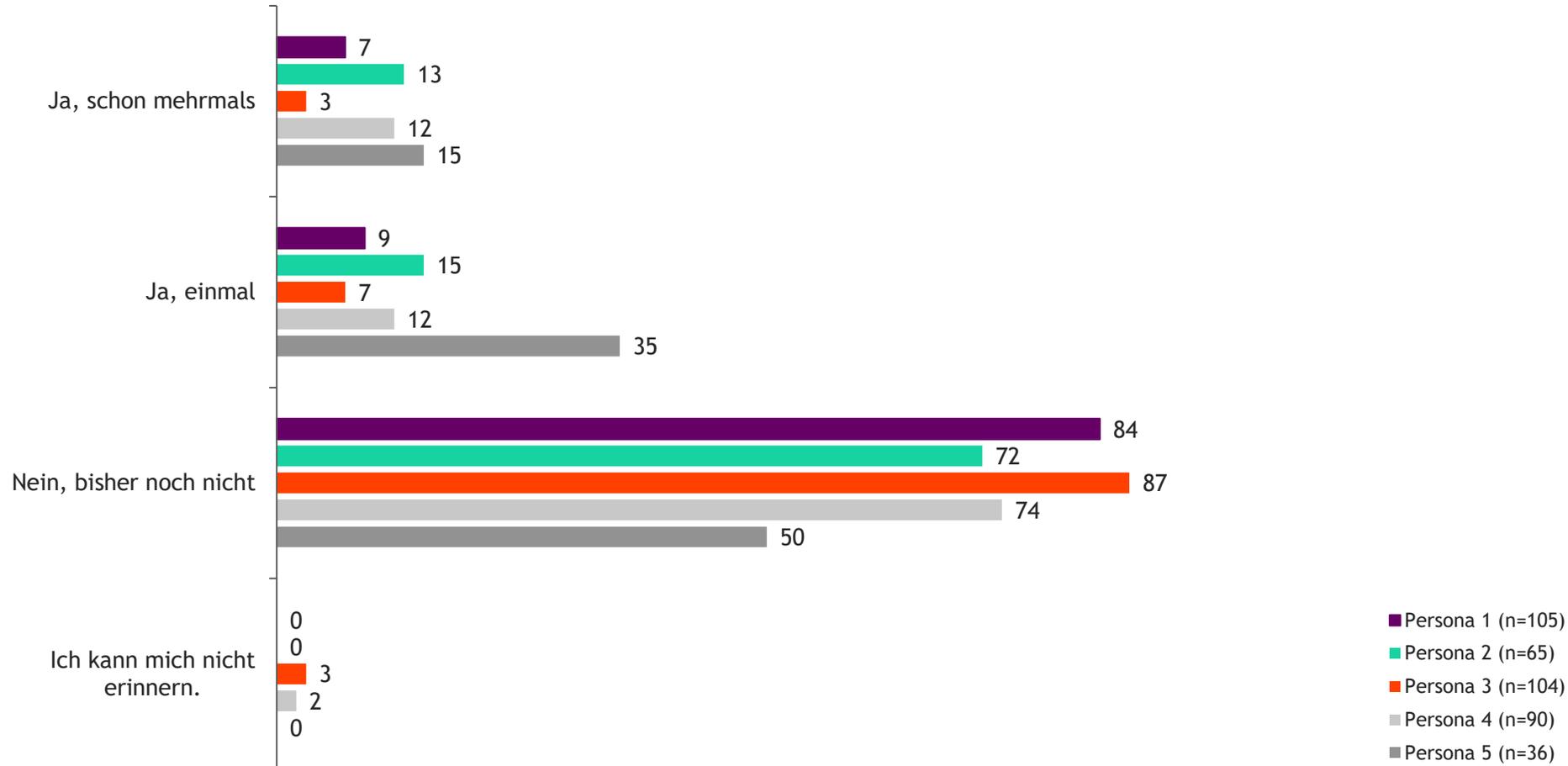
HÜRDEN EINER MOBILEN SPENDE (2/2)

Was würde Sie daran hindern, eine Spende auf einem Smartphone zu tätigen?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

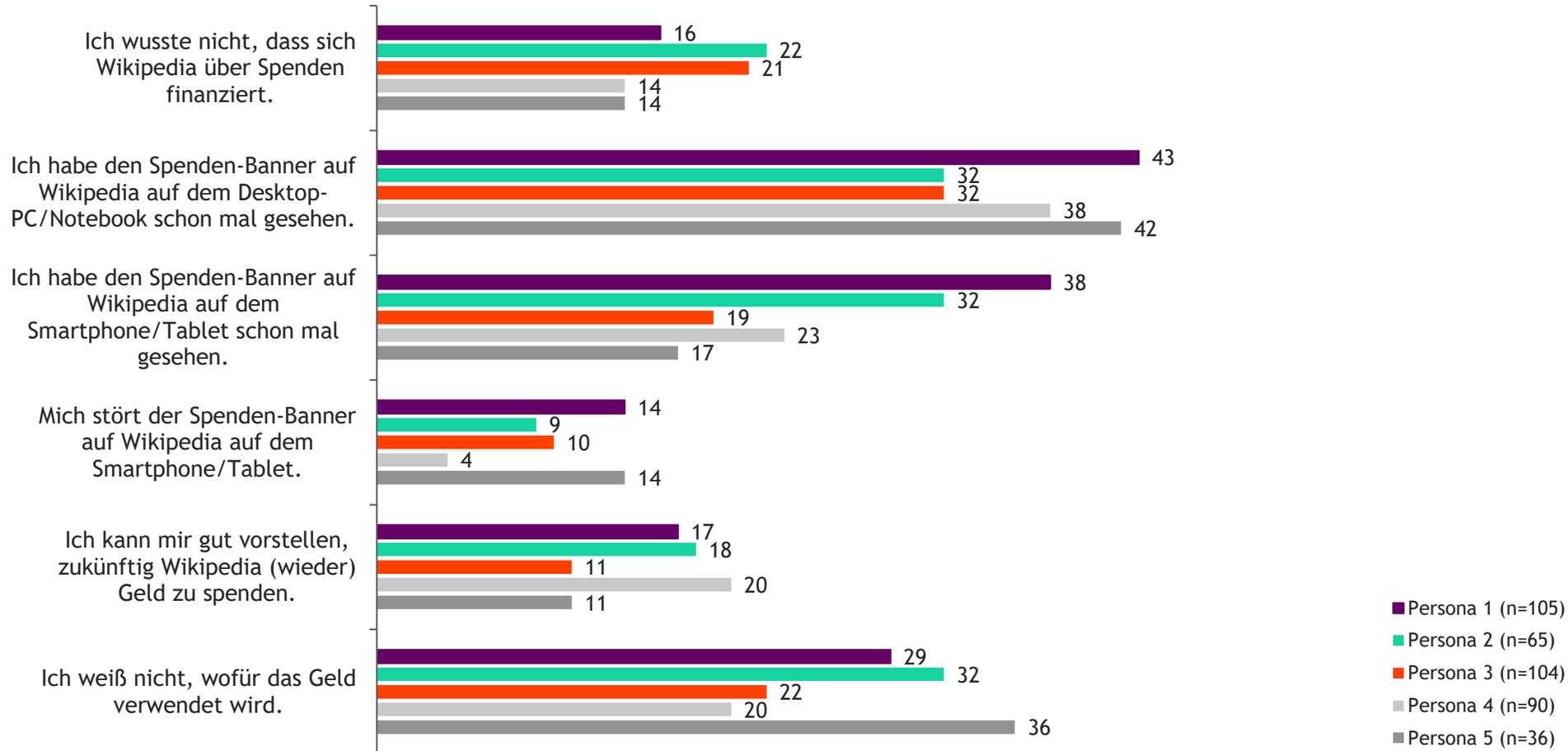
Sie haben angegeben, dass Sie Wikipedia nutzen. Haben Sie schon mal für Wikipedia gespendet?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

ZUKÜNFTIGE WIKIPEDIA-SPENDE (1/2)

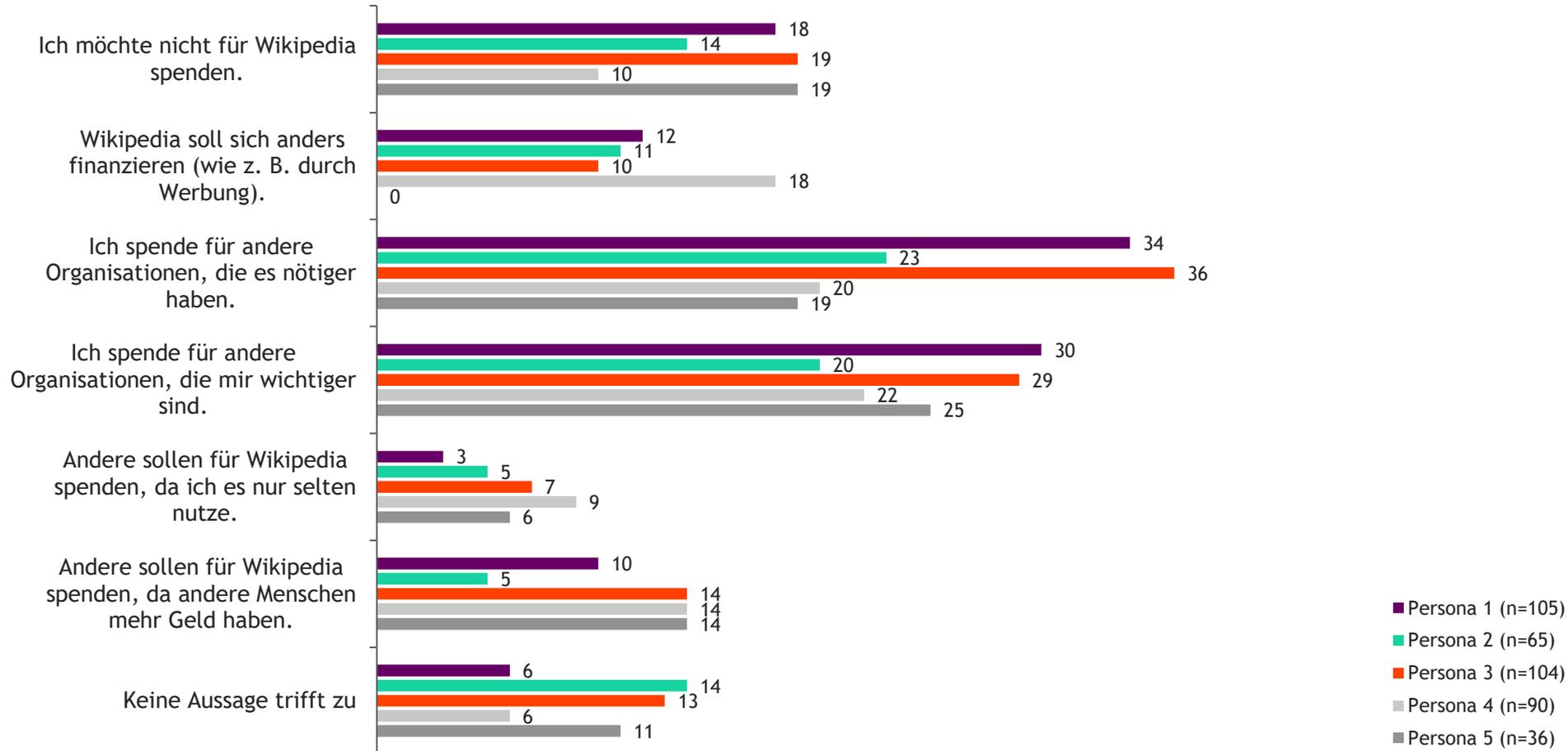
Wikipedia finanziert sich ausschließlich über Spenden. Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

ZUKÜNFTIGE WIKIPEDIA-SPENDE (2/2)

Wikipedia finanziert sich ausschließlich über Spenden. Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



N=400, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %



PERSONABESCHREIBUNG ANHAND DER INTERVIEWS

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (1/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
	Die Studentin	Der Familienvater	Der Kontaktmensch	Die junggebliebene Rentnerin	Der Beständige
Slogan	Junge Erwachsene in der Ausbildungsphase. Moderne Medien sind fester Bestandteil des (sozialen) Lebens. Werte werden erst entwickelt.	Familienvater mit jungen Kindern, Haus mit Garten. Wikipedia-Nutzung vermehrt im beruflichen Bereich. Informationsgehalt kann beurteilt werden, wird aber nicht aktiv hinterfragt. Ausgeprägte Werte.	Weltoffener Cosmopolit der sein Leben aktiv gestaltet und Wissen hinterfragt. Vielfältige Interessen. Wikipedia-Nutzung beruflich und privat.	Junggebliebene zum Berufsende/Rentner, die aktiv und rege ist. Das Interesse für Technik und neue Medien ist gegeben. Aufgeschlossen für "Modernes". Ausschließlich private Wikipedia-Nutzung.	Introvertierter Nutzer, der Wikipedia nur im privaten Bereich nutzt und eine "haltgebende" Informationsquelle wünscht, ohne die Inhalte hinterfragen zu wollen/müssen.
Alter, Geschlecht	21, weiblich	43, männlich	55, männlich	65, weiblich	48, männlich
Familiäre Situation	Umbruchphase, sie findet neue Kontakte, Kontakte müssen sich noch entwickeln; keine Kinder; lebt und studiert in einer (Groß-/ Millionen)Stadt	2 junge Kinder, verheiratet, wohnt im eigenen Haus mit Garten; wohnt im Vorort einer Großstadt (Speckgürtel)	kein prägendes Merkmal (eher untergeordnet), Kind aus geschiedener Ehe; wohnt in oder in der Nähe einer Großstadt/ Millionenstadt	3 erwachsene Kinder, haben bereits eigene Kinder/ hat Enkelkinder; die häusliche Situation und Größe des Wohnortes sind keine prägenden Merkmale	keine Kinder, nicht das klassische Familienbild; er ist dort geblieben, wo er aufgewachsen ist (nicht negativ gemeint); bleibt eher für sich, braucht nicht den Kontakt zu anderen

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (2/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Beruf	Ausbildung-/ Orientierungsphase	steht fest im Beruf, in einer gesicherten Position	arbeitet im Außendienst, Kontaktmensch (hat viel Kontakt zu anderen Personen), Kommunikativer Austausch mit anderen, kein Eigenbrödler; steht noch im Beruf	das Berufsleben ist beendet, es zählt das Privatleben, aber auch nicht mehr in der Mutterrolle; dennoch ist Familie wichtig	sich selbst verwirklichen ist nicht das Thema; das Leben läuft gemächlicher, Ehrgeiz ist nicht relevant; in seinem Leben findet nicht mehr viel Veränderung statt
Hobbies	Smartphone für Kontaktpflege, Social Media - gehört zur Person, ist kein Fremdkörper; betreibt noch ein Hobby aus ihrer Jugend; geht gern mit Freunden feiern und geht gern aus	aktiver Vater - junger Familienvater-Phase, selbst aktiv sein, auf sich achten	beschäftigt sich auch in der Freizeit mit Dingen, die Wissen schaffen - Weltoffenheit, ist an Neuem interessiert und möchte dies mitgestalten	sie steht noch aktiv im Leben; an Aktivitäten interessiert; will neue Dinge ausprobieren, auf dem aktuellen Stand (Technik) bleiben	Spaziergänger-Typ, Hobbies mit wenig Kontakt zu anderen (Werkeln, Schwimmen)
Charakter- eigenschaften	Gesellig, kontaktfreudig, will was erleben	Familiensinn, Zuverlässigkeit, Beständigkeit, Ehrgeiz, aktuell zählt Individualität weniger	kritisch, kosmopolitisch, hinterfragt viel, will (Wissen/Informationen) mitgestalten, ehrgeizig, stolz auf das Erreichte (Zweck ist nicht die Außendarstellung, sondern der geschaffene Wert)	Rege, sozial, kontaktfreudig, offen, nicht alt, Pragmatismus ist nicht mehr so wichtig (nicht mehr in der Mutterrolle)	introvertiert, weniger kritisch, weder sonderlich aktiv, noch sonderlich an Neuem interessiert, genügsam; eher tiefe Freundschaften als Oberflächlichkeit und Varianz

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (3/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Was ist Wikipedia für Sie?	Lebensretter in der Schulzeit	nüchterne Informationsplattform; will die Inhalte nicht mitgestalten; es würde ihm auffallen, wenn etwas nicht stimmt/passt er nutzt Wikipedia intensiv beruflich aber auch privat	sehr wichtige Informationsplattform, aber er hinterfragt Wikipedia kritisch - er ist sich seinem Beurteilungsvermögen sicher; Bewertung findet in Relation zum eigenen Weltbild statt	Wissensquelle für den privaten Bereich	Hauptsächlich private Nutzung; Wunsch nach "haltgebender" Informationsquelle; möchten den Inhalt nicht hinterfragen müssen
Situationen	vermeehrt eher die schnelle Nutzungssituation, in allen Kontexten, vornehmlich auf dem Smartphone	schaut im beruflichen Umfeld auf Wikipedia (PC/Notebook) Nutzung im privaten Bereich auch auf mobilem Gerät	Er entscheidet selbst, was von dem Geschriebenen (bei Wikipedia) schlau ist	ausschließlich private Nutzung, die Interessensgebiete sind breit gefächert - es interessieren nicht nur bekannte Persönlichkeiten und Gartenpflanzen, sondern auch politisches Geschehen, literarische und vielfältige aktuelle Themen	sitzt vorm Fernsehen und schaut nach gerade interessierenden Personen, Themen; vor und während Reisen informiert er sich über Reiseziele und Sehenswürdigkeiten sowohl geografische als auch geschichtliche Themen sind von Interesse

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (4/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Erfahrungen + mit Wikipedia	Verlinkungen von Fachbegriffen	findet fachlich hochwertige Informationen, die sich gut im beruflichen Umfeld integrieren lassen	Verteilung zwischen beruflicher und privater Nutzung von Wikipedia ist ausgewogen; auf dem Notebook werden Themen intensiv recherchiert und auf dem Smartphone eben mal kurz was nachgeschaut	sie steigt in ein Thema ein und findet sich teilweise dann ganz woanders wieder - das findet sie gut, weil sie dadurch Dinge lernt, die gar nicht ihr Ziel waren	legt Wert auf den praktischen Nutzen von Wikipedia - einfach und unkompliziert online nachsehen
Erfahrungen - mit Wikipedia	nicht alle Texte sind einfach verständlich - komplexe Themen sind teilweise zu schwierig verständlich	keine negativen Erfahrungen	mangelnde Aktualität, unterschiedliche internationale Sichtweisen und Textmengen (Aktualität unterschiedlich); ist kritisch und hat an sich selbst den Anspruch, dass er ggf. nicht objektive Inhalte erkennt	hat eine gesunde "realistische" Einschätzung der Datenqualität bei Wikipedia - ist kein Brockhaus, aber dafür aktuell	hat gelesen, dass es bei Wikipedia versteckte Werbung geben soll; zweifelt an den Lebensläufen von bekannten Personen jedoch nicht an der Diskografie (u.ä.)
Vorgehensweise	erst einmal wird der Begriff gegoogelt, dann wird der Link zu Wikipedia angeklickt	erst einmal wird der Begriff gegoogelt, dann wird der Link zu Wikipedia angeklickt	erst einmal wird der Begriff gegoogelt, dann wird der Link zu Wikipedia angeklickt	erst einmal wird der Begriff gegoogelt, dann wird der Link zu Wikipedia angeklickt	erst einmal wird der Begriff gegoogelt, dann wird der Link zu Wikipedia angeklickt

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (5/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Kenntnis und Wirkung des Spendenbanners	ist bekannt, wird eher weggeklickt, weil gerade im Nutzungskontext; der Banner ist saulangweilig wie er jetzt ist	ist bekannt, wird eher weggeklickt, weil gerade im Nutzungskontext	ist bekannt, wird eher weggeklickt, weil gerade im Nutzungskontext	ist bekannt, wird eher weggeklickt, weil gerade im Nutzungskontext	ist bekannt, wird eher weggeklickt, weil gerade im Nutzungskontext
bisheriges Spendenverhalten	aus finanziellen Gründen bisher noch nicht, kennen das Spenden allgemein von den Eltern	grundsätzliche Bereitschaft zum Spenden vorhanden (nicht auf Wikipedia bezogen); eine Spende für Wikipedia wurde noch nicht in Betracht gezogen	ist Spenden nicht abgeneigt, sieht aber Gefahr der Veruntreuung; Zweifel müssen aus dem Weg geräumt werden	ist den Spenden nicht abgeneigt, hat aber moderate Sicherheitsbedenken	ist Spenden gegenüber generell positiv eingestellt, Spendenbudget eher geringer
Spendenprozess allgemein / Smartphone	Spenden über eine App als vorteilhaft eingestuft: <ul style="list-style-type: none"> - Daten nur einmal eingeben - ist in einer geschützten Umgebung - einfache Rückmeldung zur Mittelverwendung 	muss so einfach wie irgendwie möglich gehen - möglichst ohne Dateneingabe	Aufwand gering halten - möglichst wenig Daten preisgeben; würde grundsätzlich dazu stehen für wen er spendet, aber online möchte er dennoch nicht zu viel preisgeben	Spendenvorgang eher auf dem klassischen Weg anbieten; öffnet sich langsam für neue Techniken inkl. Zahlverfahren (wenn es ganz einfach und komfortabel funktioniert z.B. QR-Code)	keine ausgeprägte Präferenz klassisch vs. mobil/ Online-Spende; eine Mitgliedschaft inkl. Registrierung wird begrüßt, um darüber ggf. regelmäßig zu spenden und Rückmeldung zum Erreichten zu erhalten

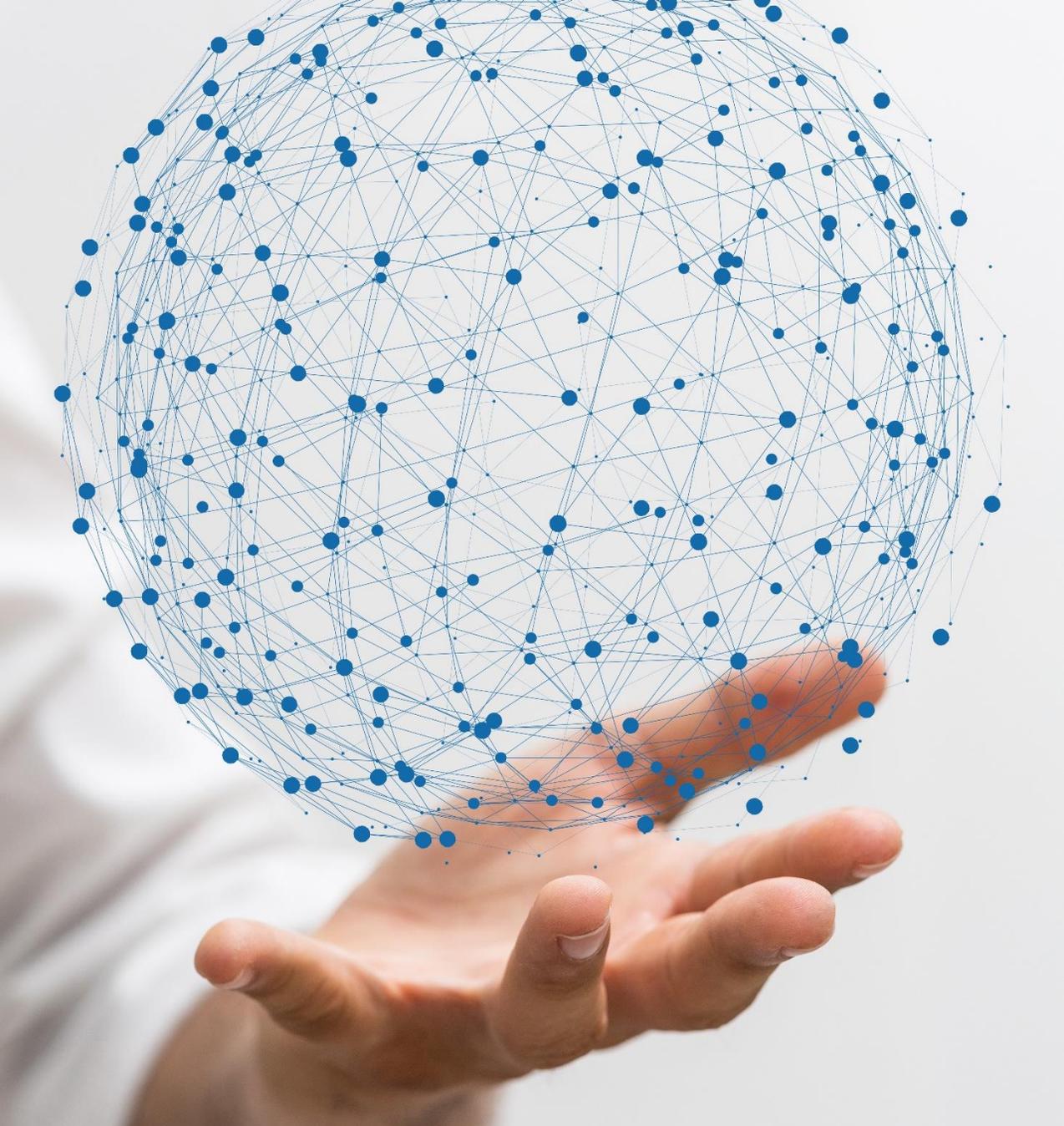
ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (6/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Vorher	möchte die Info, wofür das Geld ist	Wikipedia sollte eine Fernseh-Reportage produzieren lassen, um die Strukturen besser kennenzulernen, dann auf YouTube verfügbar; will nicht zu viele Infos, eher kurz und knapp	möchten mehr Infos zur Mittelverwendung; die Ansprache muss ihn packen und das Interesse wecken	es muss klar erkennbar sein, wer es bekommt und worum es geht	Transparenz und Vertrauen muss geschaffen werden bevor eine Spende in Erwägung gezogen wird, der Spendenbetrag muss selbst bestimmbar sein
Vorgang der Spende	stellt generell keine technische Hürde dar, keine Vorgabe von festen Beträgen - frei wählbar und dass ganz kleine Beträge in Ordnung sind	möchte ungern seine Daten im Internet angeben, nur da Nötigste	befindet sich in einer Entwicklungsphase - lernt die modernen Bezahlssysteme erst kennen, ist noch nicht alles eingerichtet, noch im Entstehen	sollte möglichst schlank und einfach gehalten werden, beschränkt auf die nötigsten Angaben	so einfach wie möglich umgesetzt, ohne die Eingabe von Kontodaten; möchte gern festlegen können welches Projekt bzw. welcher Bereich unterstützt wird
Nachher	braucht keine Spendenquittung; moderate Erinnerung an eine erneute Spende wäre in Ordnung; Info zur tatsächlichen Spendenverwendung gewünscht	nur kurze Information über die Mittelverwendung; Spendenquittung ist kein großes Thema - aber gut, wenn man diese im Bedarfsfall bekommen könnte	Spendenquittung nur wichtig, wenn die Spendensumme größer ist	Info zur groben Mittelverwendung ausreichend	Spendenbeleg nicht erforderlich

ZUSAMMENFASSUNG DER INTERVIEWS (7/7)

	Persona 1 Hannah Lehmann	Persona 2 Christian Lange	Persona 3 Thomas Vogt	Persona 4 Birgit Weber	Persona 5 Markus Keller
Kaufen / Buchen / Bezahlen mittels Smartphone	aktive Online-Käuferin auf Smartphone; die Kauffrequenz ist aufgrund des vorhandenen Budgets begrenzt; wenn bestellt wird, dann aber vorwiegend per Smartphone; hat eine Vorliebe für Apps	intensive Online-Konsumenten mit einer breiten Produktpalette; die intensive Nutzung hat pragmatische Gründe	ist digitalem Konsum gegenüber aufgeschlossen, PayPal wird als Bezahlungssystem gerade entdeckt, die damit verbundenen neuen Möglichkeiten werden geschätzt	Aufgeschlossen bzgl. Online-Konsum bei etablierten Anbietern, der Bedarf an verschiedensten Produktkategorien und -anlässen wird gedeckt	nimmt aktiv am digitalen Konsum teil; es muss sicher und reibungslos funktionieren; wird der Vorteil erkannt, ist er von der Nutzung begeistert
Aktivitäten (digital) mit anderen Menschen teilen	Ausgeprägter digitaler Austausch. Nutzung der "angesagten" Plattformen (deshalb nicht Facebook). WhatsApp wird pragmatisch genutzt, es besteht eine geringere Zurückhaltung bzgl. geteilter Daten und Bilder; sie differenziert die geposteten Inhalte nach Zielgruppe (sollen die Eltern nicht sehen)	eher Facebook- als Instagram-Nutzer; WhatsApp wird pragmatisch genutzt für kurze Infos/Abstimmung, es besteht eine gesunde Zurückhaltung bzgl. geteilter Daten und Bilder; Social Media hat eine geringe Bedeutung vor dem Hintergrund der Selbstdarstellung sondern ebenfalls eher pragmatische Gründe	eher Facebook- als Instagram-Nutzer; WhatsApp wird pragmatisch aber auch häufig genutzt, es besteht eine gesunde Zurückhaltung bzgl. geteilter Daten und Bilder	Facebook gegenüber aufgeschlossen, aber nur mäßiger Gebrauch, WhatsApp zum Kontakt zur (jüngeren) Familie. WhatsApp wird pragmatisch genutzt, es besteht eine gesunde Zurückhaltung bzgl. geteilter Daten und Bilder	wenn Facebook oder Instagram genutzt werden, dann nur passiv; WhatsApp wird pragmatisch genutzt, es besteht eine gesunde Zurückhaltung bzgl. geteilter Daten und Bilder

KONTAKT



Kundenbetreuer



Thorsten Wilhelm
Geschäftsführender Gesellschafter &
Gründer

Tel: +49 40 36166-7984

E-Mail: thorsten.wilhelm@eresult.de

Projektleiter



Katja Brand-Sassen
Principal UX-Consultant

Tel: +49 551 49569-336

E-Mail: katja.brand-sassen@eresult.de



Users



UX



Tech

Webseite: www.eresult.de

Themenblog: www.usabilityblog.de

eresult-Standorte: Hamburg | Göttingen | Köln | Frankfurt | München