

Das Internet-Verhalten der Nutzer

Wer klickt denn da?

Von „*Silver Surfers*“
und „*Eye Catchern*“



Liebe auf den ersten Klick:

Der durchschnittliche Internetuser braucht 50 Millisekunden, um zu entscheiden, ob er auf der angeklickten Seite bleibt oder nicht. Das entspricht zweimal Blinzeln.

Gefällt ihm die Seite nicht auf den ersten Blick, verabschiedet er sich unter Umständen auf Nimmerwiedersehen.

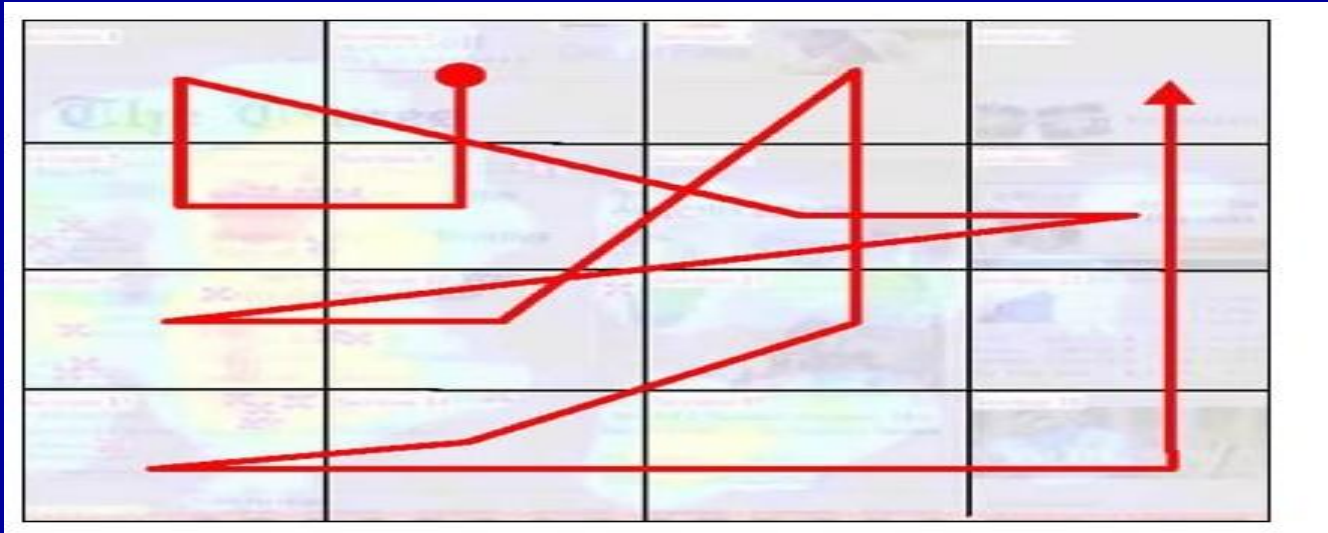
Das entspricht zweimal Blinzeln.



Wie packe ich den User?

- Spannendes Thema
- Ansprechende Überschrift
- Interessante Zwischentitel
- Packend geschriebene Texte
- Schöne Fotos & Grafiken
- Klare Seitenstruktur
- Übersichtliche Navigation
- Deutlich gekennzeichnete Links

So liest der typische User eine Internetseite:



Er beginnt oben links. Dort verharnt er ein paar Augenblicke und wandert mit dem Auge langsam von links nach rechts. Er verharnt ein paar Augenblicke oben rechts und wandert dann mit den Augen von oben nach unten. Zum Schluss führt ihn sein Blick wieder von unten links nach oben rechts.

Rot: Blickfang # 1
Blau: Blickfang # 3

Gelb: Blickfang # 2
Grau: Kein Interesse



Video-Beispiel für das typische Leseverhalten von Internet-Nutzern

- **Weltweit nutzen 1,6 Milliarden Menschen das Internet. (Stand: Herbst 2010)**
- **Allein in Deutschland sind knapp 50 Millionen der über Vierzehnjährigen täglich am Netz.**
- **Das sind fast 70 Prozent der Bevölkerung.**
- **60 Prozent schauen Videos an**
- **40 Prozent nutzen Communities**
- **Die meisten von ihnen Facebook**

Bundesdurchschnitt 100



Bremen klickt am meisten

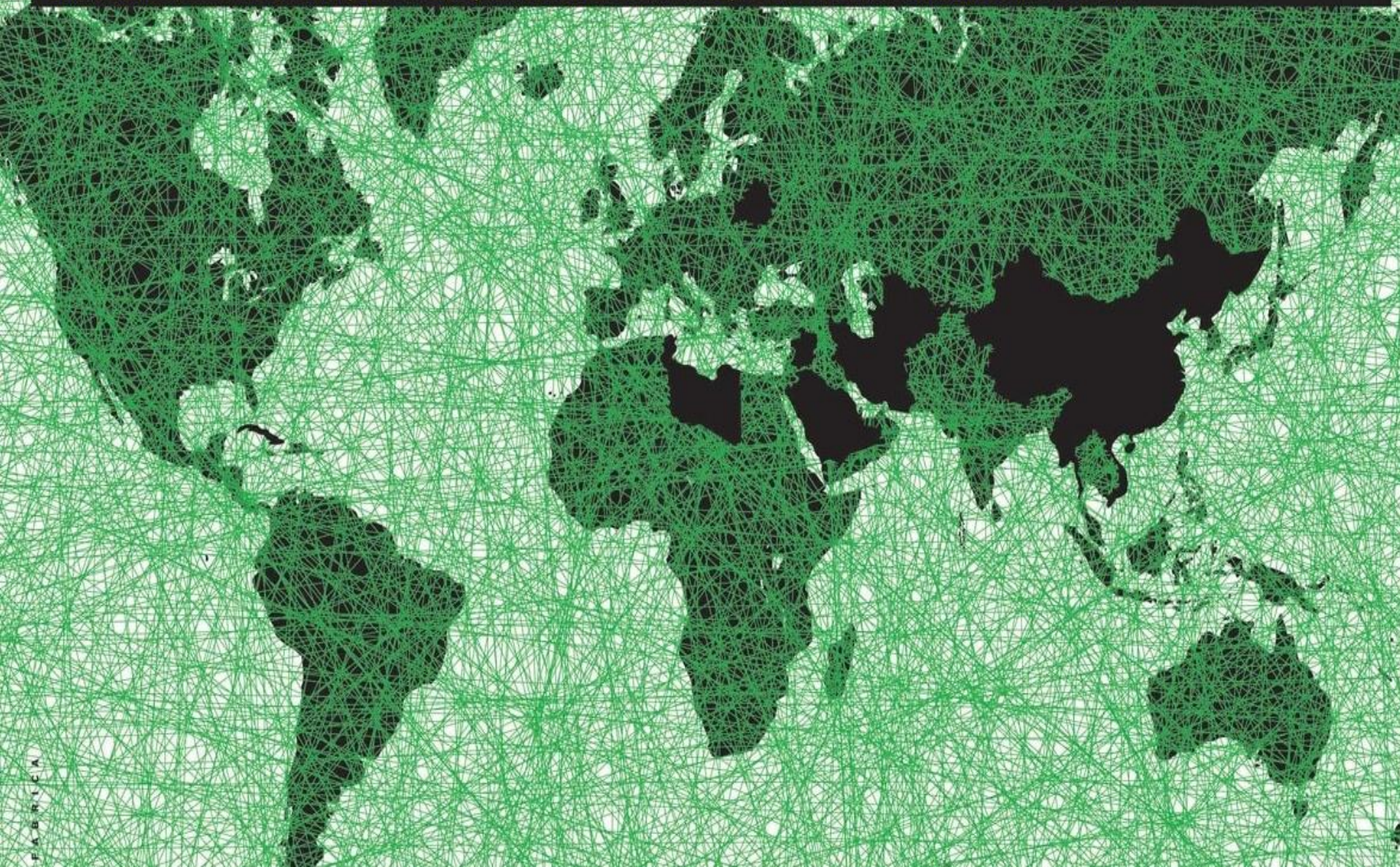
Platzierung Bundesland	Online-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2009
1. Bremen	80,2 % (74,2 %)	6,0 %-Punkte	1.
2. Baden-Württemberg	76,0 % (72,6 %)	3,4 %-Punkte	3.
3. Berlin	75,2 % (73,3 %)	1,9 %-Punkte	2.
4. Hamburg	75,0 % (72,3 %)	2,7 %-Punkte	4.
5. Hessen	74,2 % (71,0 %)	3,2 %-Punkte	5.
6. Niedersachsen	73,9 % (70,6 %)	3,3 %-Punkte	7.
7. Rheinland-Pfalz	72,9 % (66,5 %)	6,4 %-Punkte	10.
8. Nordrhein-Westfalen	72,4 % (69,3 %)	3,1 %-Punkte	8.
9. Schleswig-Holstein	72,2 % (70,9 %)	1,3 %-Punkte	6.
10. Bayern	72,0 % (69,2 %)	2,8 %-Punkte	9.
11. Brandenburg	67,8 % (66,5 %)	1,3 %-Punkte	11.
12. Sachsen	65,8 % (65,1 %)	0,7 %-Punkte	12.
13. Saarland	65,4 % (63,0 %)	2,4 %-Punkte	13.
13. Thüringen	65,4 % (62,6 %)	2,8 %-Punkte	14.
15. Sachsen-Anhalt	62,9 % (60,7 %)	2,2 %-Punkte	16.
16. Mecklenburg-Vorpommern	62,7 % (61,9 %)	0,8 %-Punkte	15.

Internetnutzung von China bis Canada

Nutzer in Zahlen	Land	Zahl der Nutzer	Prozent der Bevölkerung	Position weltweit
1	China	253 Mio	19 %	11
2	USA	220 Mio	73 %	3
3	Japan	94 Mio	74 %	2
4	Indien	60 Mio	5 %	12
5	Deutschland	53 Mio	64 %	6
6	Brasilien	50 Mio	26 %	9
7	Großbritannien	42 Mio	69 %	5
8	Frankreich	36 Mio	58 %	8
9	Südkorea	35 Mio	71 %	4
10	Italien	35 Mio	60 %	7
11	Russland	33 Mio	23 %	10
12	Canada	28 Mio	84 %	1

THE INTERNET'S "BLACK HOLES"

Belarus, Burma, China, Cuba, Iran, Libya, Maldives, Nepal, North Korea, Saudi Arabia, Syria, Tunisia, Turkmenistan, Uzbekistan and Vietnam



- **69 Prozent der „Silver Surfers“ (50- bis 59-Jährige) sind in Deutschland regelmäßig im Netz.**
- **75.5 % der Männer**
- **63.5 % der Frauen**
- **Bei den über 60-Jährigen ist jeder Vierte regelmäßig im Internet.**

Die Deutschen verbringen immer mehr Zeit im Netz:

Im Schnitt widmet sich jeder Erwachsene täglich 58 Minuten dem Internet.

Bei Jugendlichen tritt das Internet zunehmend in Konkurrenz zum herkömmlichen Rundfunk:

40 Prozent der Jugendlichen hören ihre Lieblingsmusik im Internet.

Nur 29 Prozent nutzen dazu das Radio.

Studie der Universität Leipzig:

„Fernsehen und Radio sind für Menschen unter 20 nicht mehr die bevorzugten Medien.“

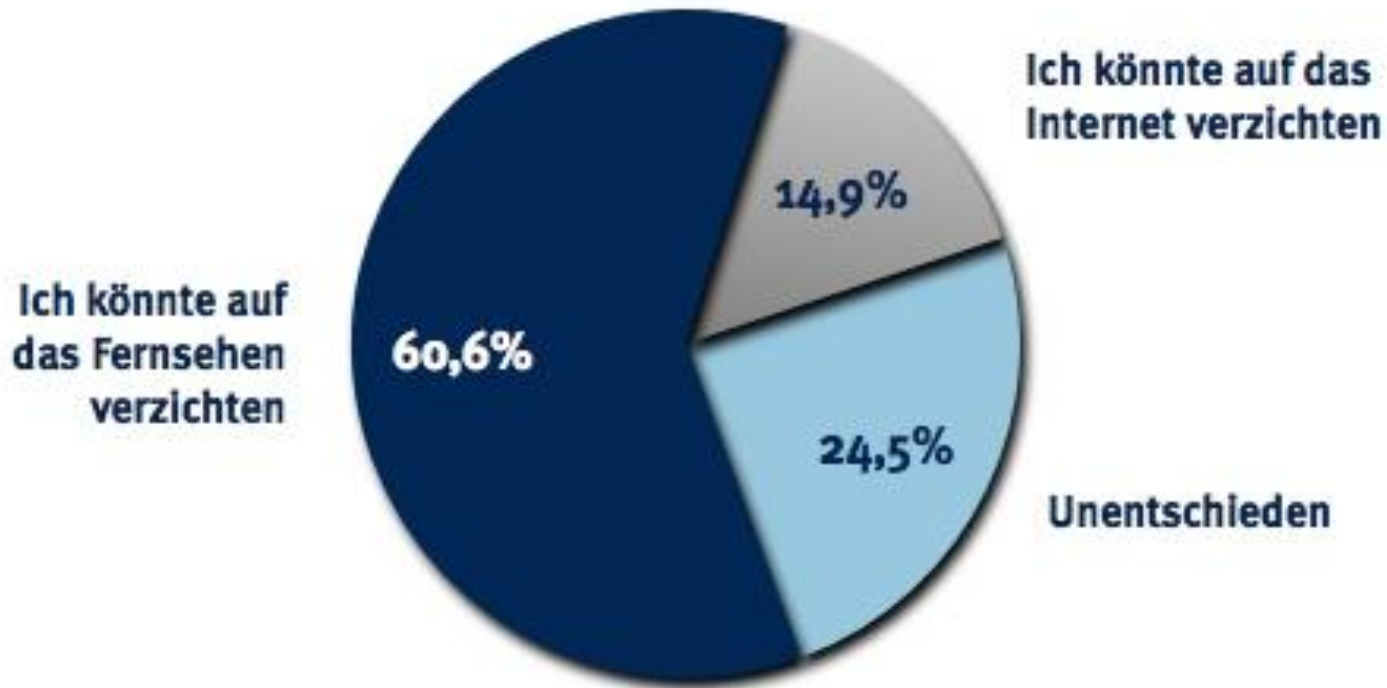
„Für Jugendliche übernimmt diese Funktion zunehmend der Internet-PC.“

**14- bis 19-Jährige verbringen
täglich 120 Minuten im Netz.**

100 Minuten am Fernseher.

97 Minuten am Radio.

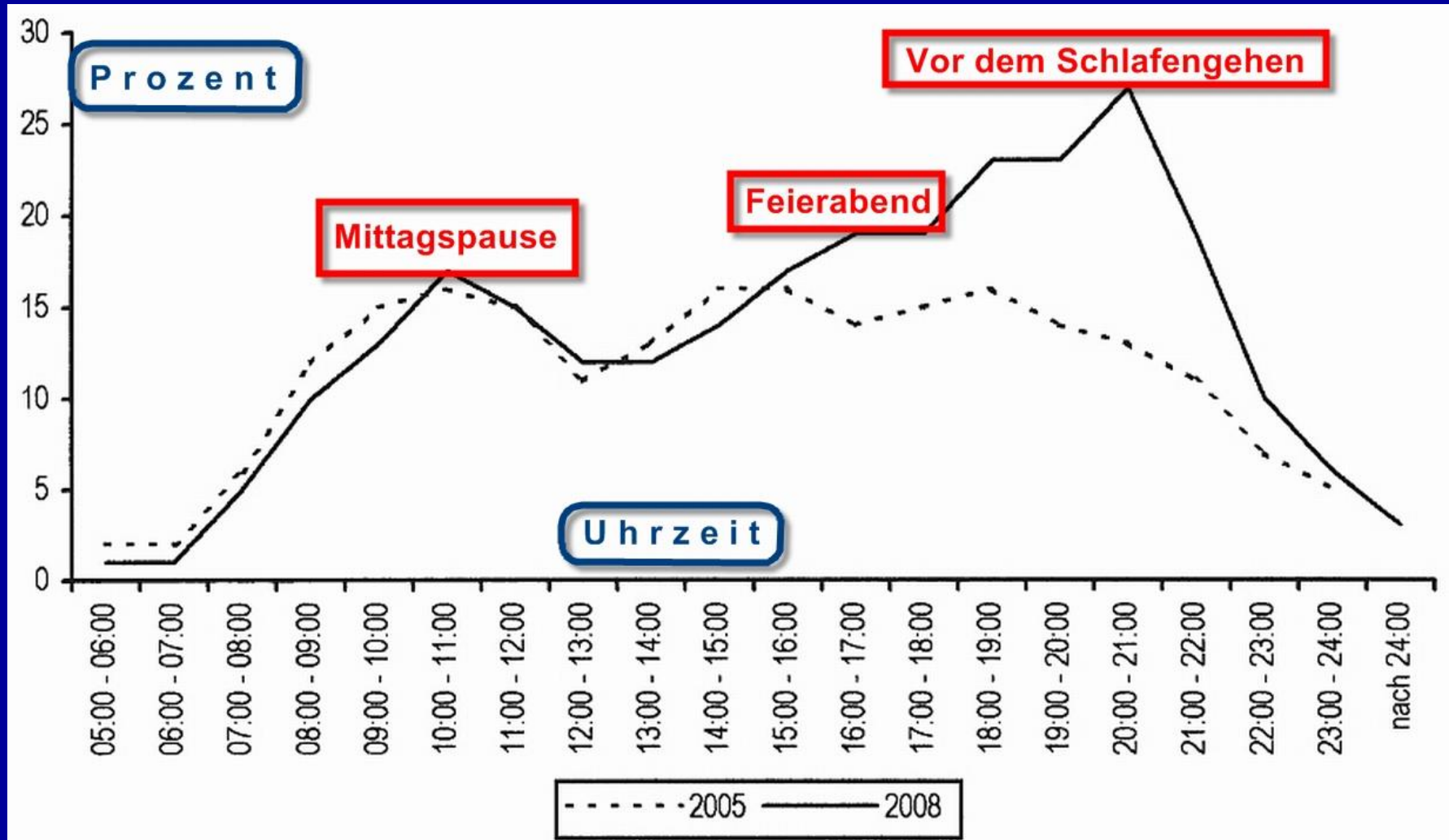
Internet statt Fernsehen



»Stellen Sie sich vor, Sie müssten sich entscheiden: Sie sollen in Zukunft entweder auf das Fernsehen verzichten oder auf die Nutzung des Internet. Worauf könnten Sie persönlich am ehesten verzichten?«

Quelle: Fittkau & Maaß Consulting

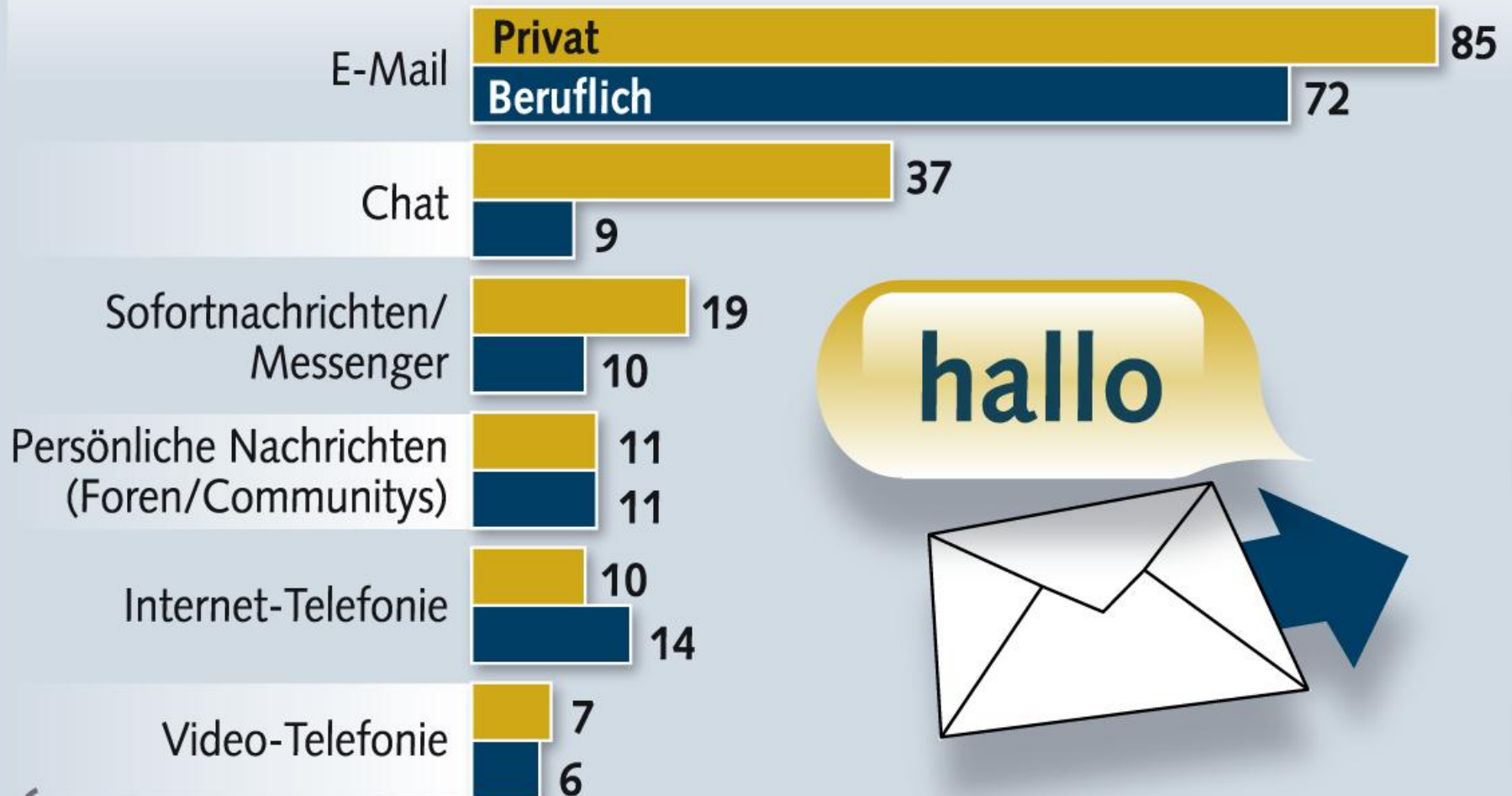
Wer geht wann ins Netz?



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie

E-Mails und Chats am beliebtesten

So kommunizieren deutsche Internetnutzer, Angaben in Prozent



Besucher sozialer Netzwerke

in Deutschland im März 2010
(in Millionen)

Veränderung
zu März 2009

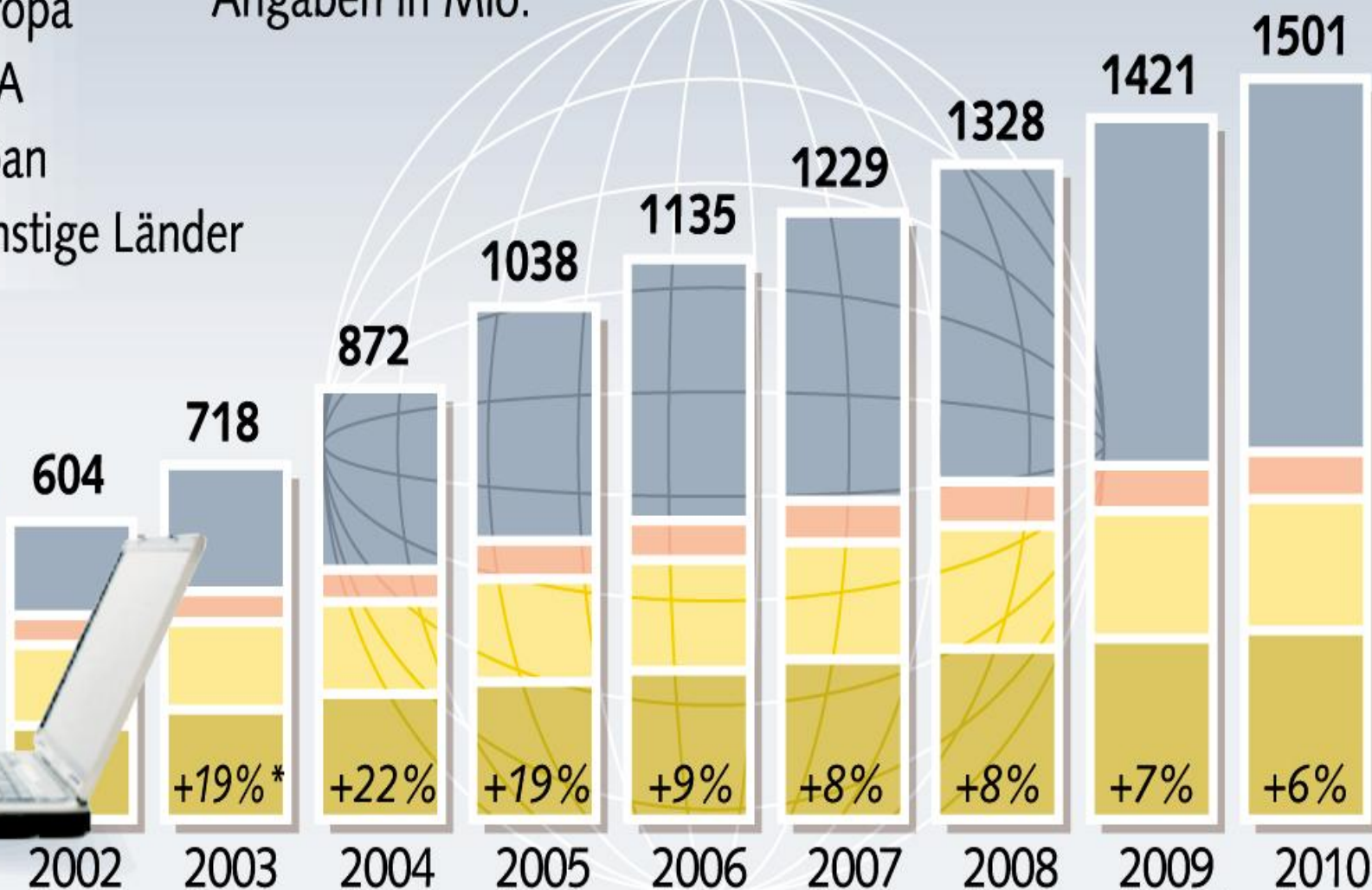
Facebook	15,0	291%
SchülerVZ	9,3	2%
Wer-kennt-wen	7,5	27%
StudiVZ	6,2	-1%
MeinVZ	5,9	30%
MySpace	5,1	-4%
Stayfriends	4,7	49%
Jappy	3,7	33%
Twitter	2,9	494%
Xing	2,5	73%
Lokalisten	1,8	-19%

Quelle: Comscore

F.A.Z.-Grafik Bocker

Jeder fünfte Mensch ist online

Zahl der Internetnutzer per Festnetz weltweit
Angaben in Mio.



Klickzahlen einiger deutschsprachiger Internetangebote

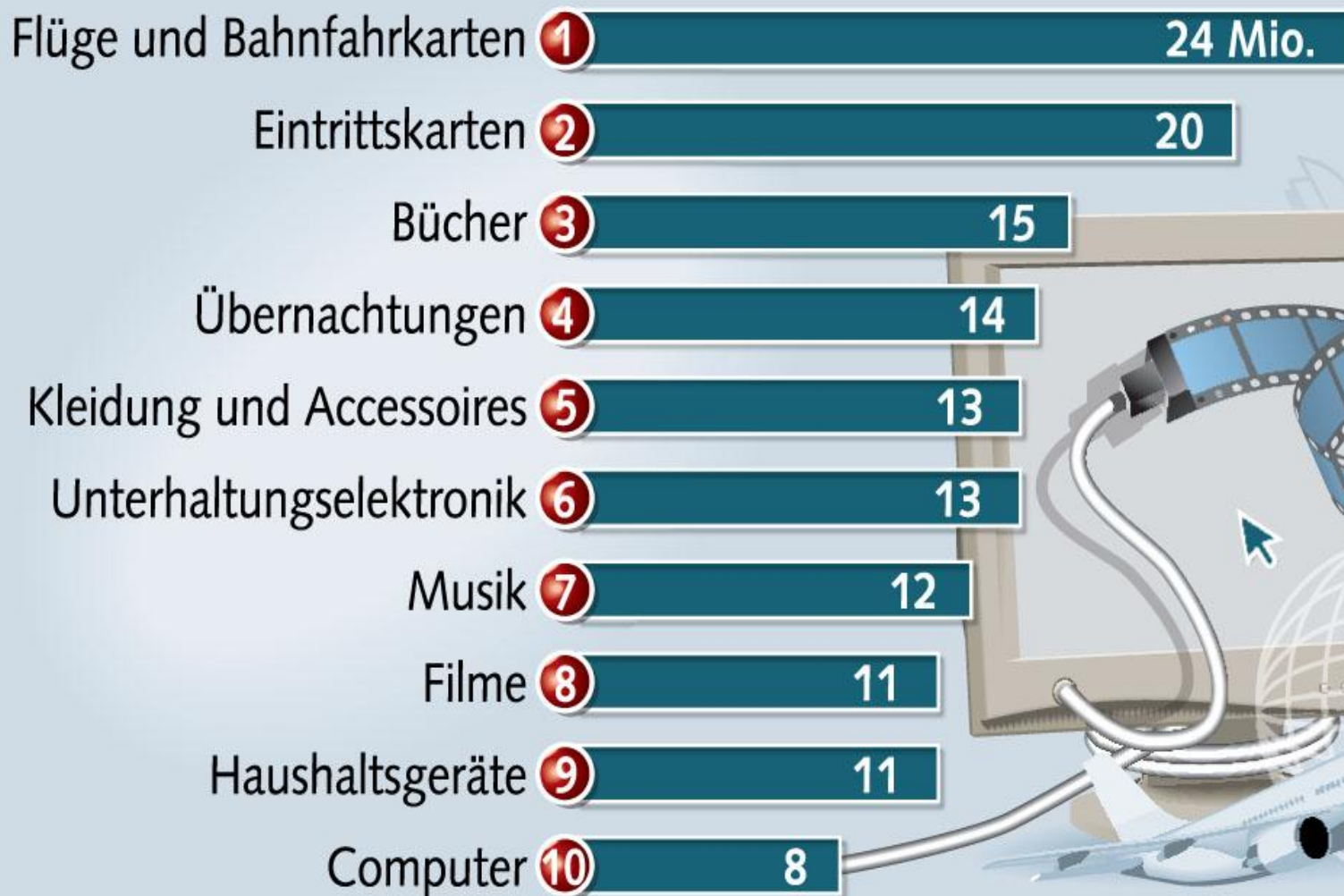


Stand: September 2009 – Quelle: Kress-Report

Verbraucher kaufen online am liebsten Tickets

Top-10 Online-Shopping in Deutschland 2009

Beliebteste Produkte nach Anzahl der Käufer im Internet



User erwarten im Internet:

1. Glaubwürdigkeit
2. Sparsamer Umgang mit Humor und Wortspielen
3. Themenrelevant eingesetzte Bilder und Graphiken
4. So wenig Scrollen wie möglich
5. Lieber wenige, dafür starke Links
6. Übersichtliche, aufgeräumte Seiten
7. Sachlicher, transparenter Stil

(Quellen: *Nielsen Norman Group, Forrester Research , Universität Wien*)

Forrester Research fragte User weltweit:

*„Wie macht man Ihnen den
erneuten Besuch einer Website
schmackhaft?“*

73 % wollen hochwertige Inhalte

66 % fordern einfache Bedienung

58 % möchten schnelle Ladezeiten

**54 % wünschen eine regelmäßige
Aktualisierung der Nachrichtenseiten.**

**Beim Leseverhalten der User
unterscheidet man zwischen
Skimmen & Scannen**

Skimmen:

- Der Skimmer erfasst lediglich ca. 10-20 % des Geschriebenen.
- Er nimmt 1.500 Wörter pro Minute auf.
- Dabei achtet er nur auf die hervorstechendsten Informationen, Bilder und zufällig Gesehenes.

Scannen:

- Der Scanner überfliegt langsamer als der Skimmer.
- Er nimmt immerhin die Hälfte des Geschriebenen auf.
- Und liest ca. 500 Wörter/Minute.

**Die meisten Nutzer sind
„Scanner“.**

**Sie lesen schnell
und quer.**

**Diesem Nutzerverhalten müssen
Online-Texte gerecht werden.**

**Fürs Netz schreiben heißt daher in
erster Linie für den Bildschirm
schreiben.**