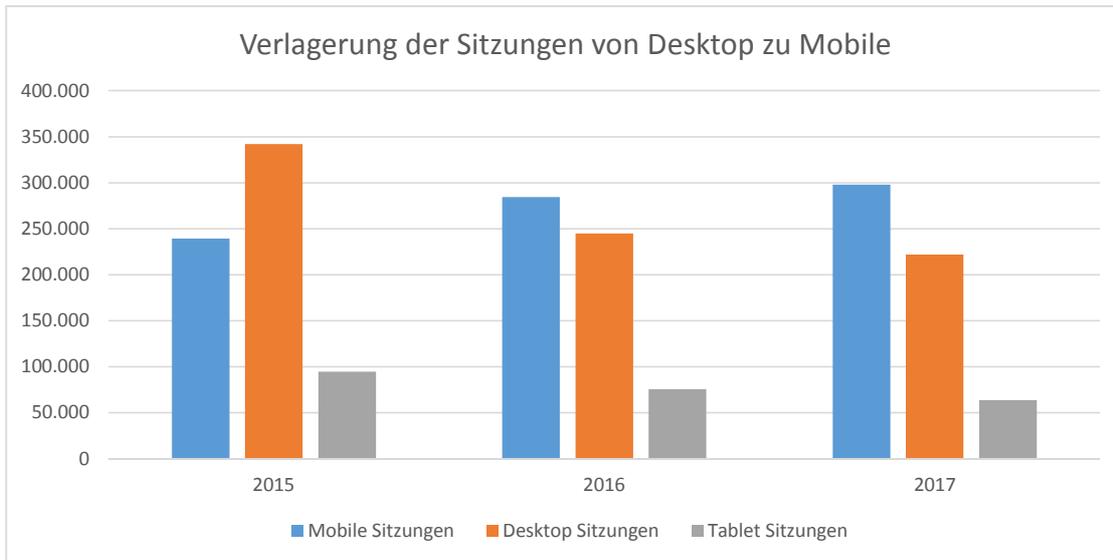


Veränderung des Nutzungsverhaltens der www.schwaebische-post.de

Aufgesplittet nach den Gerätekategorien.



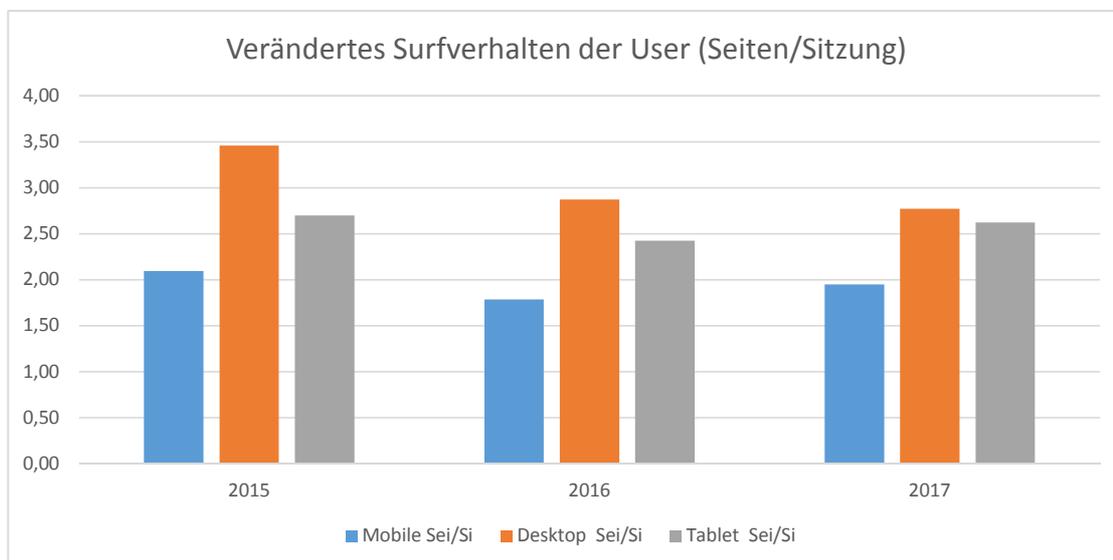
Seit 2015 stieg der Anteil der Sitzungen über mobile Endgeräte um 24%

Die Sitzungen über Desktop und Tablet fielen um bis zu 35% ab.

Der mobile Trend führte zwar zu einem Wachstum, konnte aber keineswegs die Einbrüche im Bereich Tablet- und Desktopnutzung kompensieren.

Insgesamt kam es seit 2015 zu einem Rückgang der Sitzungen von 14%.

Warum sich dieser Wandel so drastisch auf die Seitenaufrufe und damit auf die monetarisierbare Reichweite auswirkt, ist einfach herzuleiten. Dazu brauchen wir nur einen Blick auf das Surfverhalten der User werfen.



Seit 2015 ist das Verhältnis Seiten/Sitzung im mobilen Bereich um 8% gesunken.

Im Desktop Bereich um 25% und bei den Tablet-Nutzern um 3%.

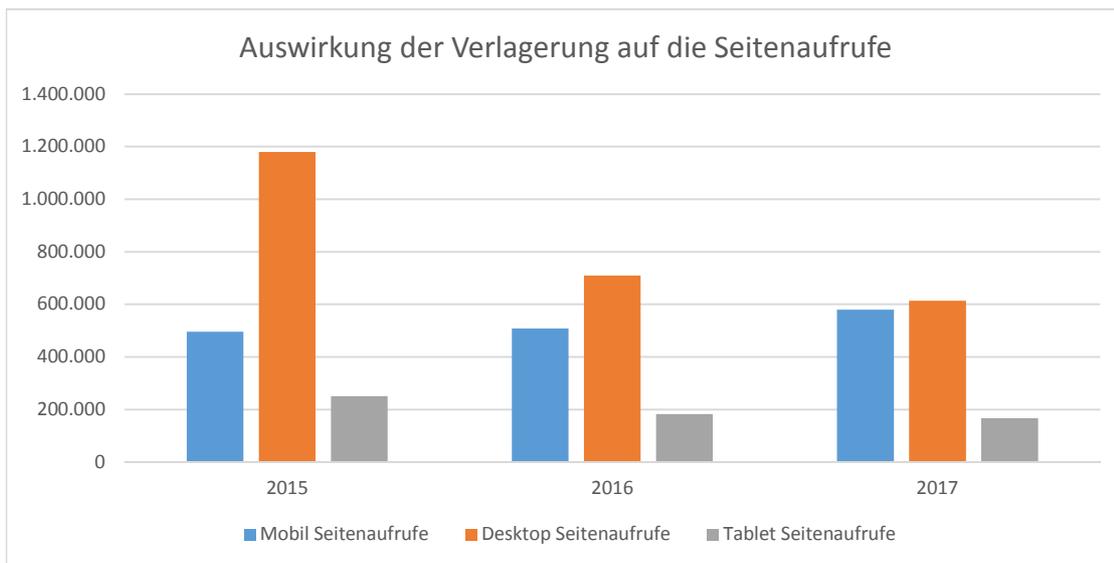
Aktuell liegt die Seiten/Sitzung bei mobilen Endgeräten bei 1,95.

Bei Desktop-Usern bei 2,77 und bei Tablet-Nutzern bei 2,62.

Dadurch, dass immer mehr mobile User auf unser Angebot zurückgriffen und die Relevanz bei den Desktop-Nutzern sinkt, kommt es zu einem Einbruch der Seitenaufrufe, die direkt für die Ad-Impressions relevant sind.

Fazit: Mobile User surfen weniger auf unserer Webseite.

Umgerechnet auf die wichtige Reichweite und damit Seitenaufrufen, ergibt sich folgendes



Obwohl die Nutzung über mobile Endgeräte in Form von Sitzungen und Seitenaufrufen steigt, kann dies nicht die Einbrüche über die geringer werdende Nutzerzahl im Desktop-Bereich, decken.

Je mehr Nutzer unser mobiles Angebot nutzen, oder von Desktop auf mobile umstellen, desto größer wird der Reichweitenverlust.

Zuwachs Mobile 16,9% gegen einen Verlust von 48% im Desktop und 33% im Bereich Tablet.

Entsprechend könnte man sagen, ein Desktop-Nutzer ist wertvoller für die Monetarisierung als ein Mobiler-User.

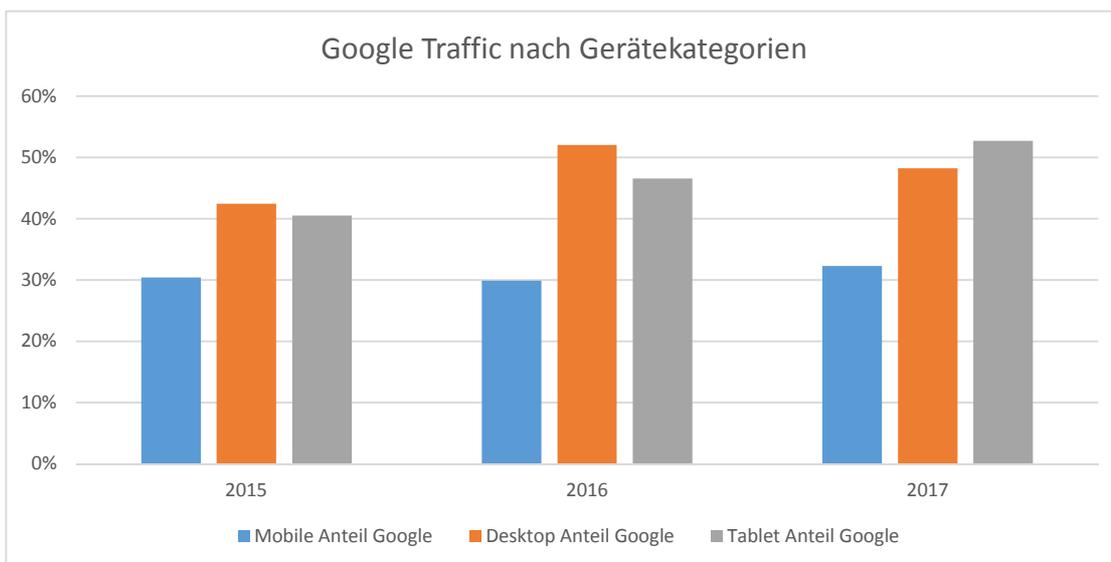
Leider geht der Trend nicht in Richtung Tablet oder Desktop, daher müssen wir im Bereich mobile wesentlich mehr auf unsere Leser zugehen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die SEO für Google in den drei Gerätekategorien. Wobei hier zu beachten ist, dass die SEO Desktop nicht komplett mit der SEO Mobile übereinstimmt, sondern an wichtigen Punkten extrem abweicht, was Google AMP z.B. aufzeigt.

In wie weit Google für unseren Traffic verantwortlich ist, hier eine kleine Tabelle. Vorweg sei noch gesagt, dass der Google-Anteil einen wichtigen Anteil an unserem traffic hat.

2015	38%
2016	41%
2017	41%

Allerdings hat sich der Anteil seit 2015 kaum verändert, was für einen Status QUO in der Optimierung unserer Seite spricht.



Der Anteil der Sitzungen, die über Google generiert wurden liegt heute bei
plus 2% Mobile zu 2015
plus 6% Desktop zu 2015
plus 12% Tablet zu 2015

Damit ist neben Mobile, der Bereich SEO über Google einer der wichtigsten Punkte. Denn nur in diesen beiden Sparten ist effizientes Wachstum vorhanden und auch weiterhin zu erwarten.

Mit freundlichen Grüßen,

Wolfram Daur
Online Marketing Manager