

Abb. 2009-3/448
www.pressglas-korrespondenz.de: [Webstatistik - Besucher 1. Januar bis 6. Juli 2009: insgesamt 113.593 Besucher](#)

SG

Juli 2009

„Page Impressions“ & „Visits“ & „Use Time“ ... „Seitenaufrufe“ & „Besucher“ - der „kleine“ Unterschied beim Zählen

In den Zeitungsverlagen und in den Verwaltungen der Fernsehsender gibt es lebhaft Diskussionen über den „Schaden“, den das Internet in ihren Kalkulationen (und damit auch in ihrem journalistischem Inhalt) anrichtet.

Klar: Anzeigen und **Werbeeinnahmen** gehen seit einigen Jahren und erst recht mit der Krise zurück. Und die

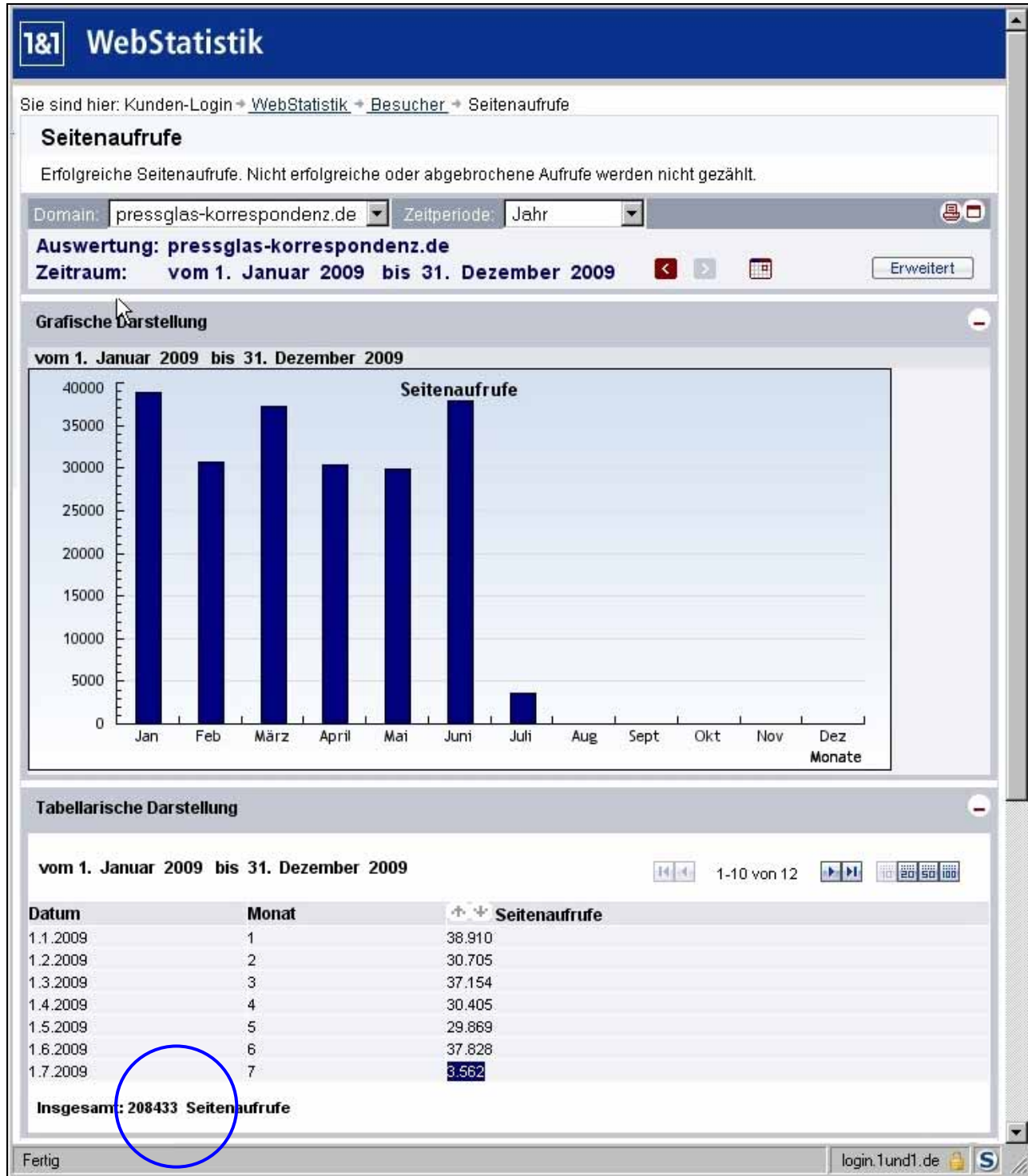
„Leser“ und „Zuschauer“ nehmen zu, die sich im Internet über Aktuelles und alte Filme informieren wollen, statt ein Abo für Zeitungen oder die Fernseh-Gebühren zu bezahlen. Da möchte man den Verlust bei den Werbeeinnahmen durch eine **Bezahlung der „Klicks“** etwas ausgleichen. Außerdem werden die Einnahmen für die

vielen „Pop-Ups“ mit Werbung auf den Online-Seiten der Verlage etc. danach abgerechnet, wie viele „Klicks“ gezählt werden - selbstverständlich nicht die Klicks auf „Pop-Ups“! Die klickt man höchstens weg, wenn es überhaupt geht.

Es wundert einen danach nicht mehr, dass diese „Klicks“ mit allen **Tricks hoch gehäufelt** werden: auf der Online-Seite erscheint z.B. eine „Bilder-Galerie“ und jeder Klick für das nächste Bild wird gezählt und soll bei den Werbeeinnahmen angerechnet werden.

Abb. 2009-3/449

www.pressglas-korrespondenz.de: **Webstatistik - Seitenaufrufe 1. Januar bis 6. Juli 2009: insgesamt 208.433 Seitenaufrufe**



„Es gab abtrusere Anlässe für **Bildergalerien** im Netz, das steht fest. Ein dankbareres Opfer als den toten **Michael Jackson** bot sich den Machern der Onlineportale aber lange nicht mehr. Und so wurde am 25. Juni die Maschine angeworfen, um sein Leben nicht nur in

Nachrufen, sondern auch in unzähligen Mutationen zu erzählen.“

„Bilder über Bilder, Artikel, die sich über 10 Seiten schleppen, weil man nach drei Hauptsätzen schon weiter klicken muss, Sudoku, Wissenstests - der Ideenreichtum

im Online-Journalismus scheint groß. Der Grund dafür ist einfach: **Klicks bringen Geld**, theoretisch zumindest. Denn jede Seite, die ein Internetbesucher aufruft, wird gezählt und ist deswegen vermarktbar.“

SG: Die Werbeagenturen, die für ihre Kunden die Werbung mit den Online-Portalen abrechnen, wollen selbstverständlich diese Rechnungen herunter rechnen, indem sie nicht danach abrechnen wollen, wie oft ein Besucher in der Bilder-Galerie weiter blättert, sondern höchstens wie oft er eine Seite besucht. Und jeder Besucher soll nur einmal am Tag gerechnet werden.

„In den Gremien der **Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern** (IVW) wird derzeit viel über Bildergalerien und Ähnliches diskutiert. Von einer „Weiterentwicklung des aktuellen Messverfahrens“ spricht ein IVW-Sprecher.“ [...] „Ein Fortschritt in dem komplexen **Messverfahren** zeichnet sich aber ab: Die Bedeutung der so genannten „**Page Impressions**“ (PI) in der monatlichen IVW-Ausweisung soll deutlich reduziert werden. In den Vordergrund treten soll dafür die Messgröße „**Visits**“ - sie zählt nur den einzelnen Besucher eines Internetangebots, nicht aber jeden von ihm angeklickten Text und jedes Foto in der Bildergalerie.“ [...] „eines ist klar: Das Aufblasen von Portalen mit Extras wie Bildergalerien dürfte sich für die Anbieter bald nicht mehr so auszahlen wie bisher. Eher geht es in Zukunft darum, wie ein Besucher überhaupt auf eine Seite findet. Und wie lange er dort bleibt. Denn auch die Verweildauer, die „**Use-Time**“, soll bei der Messung in Zukunft an Bedeutung gewinnen.“ [Seit 1997 erhebt die IVW, einst für die Auflagenkontrolle von Zeitungen und Zeitschriften ins Leben gerufen, auch im Online-Markt Daten.]

Feldmer: „333 Fakten über Sex“ - das ist der Journalismus, den dieses Rennen hervorbringt

Alle Zitate aus Simon Feldmer, „Da hat es klick gemacht - Der Online-Markt sucht nach einer neuen Internet-Währung“, Süddeutsche Zeitung 06.07.2009

SG: Bei www.pressglas-korrespondenz.de werden auf der Frontseite die „**Besucher**“ seit „**2000-08**“ angegeben. Dazu gibt es ein kleines Stück Software, mit dem der Provider der Website - hier „**1&1**“ - sowohl die Besucher als auch die Seitenaufrufe zählt. Für die Angabe auf der Frontseite werden alle Besucher vom Web-Provider seit Beginn hochgezählt. „Anzahl der Besucher Ihrer Website. Wiederkehrende Besucher werden nicht doppelt gezählt.“

Bei www.pressglas-korrespondenz.de waren es vom **01.01.2009 bis 30.06.2009**:
 113.593 - 2.312 = **111.281 Besucher** und
 208.433 - 3.562 = **204.871 Seitenaufrufe**.

Stellen Sie sich mal vor: **1 Besucher** blättert in einem **Musterbuch mit 139 Seiten** wie in PK 2009-3, Anhang 01, MB S. Reich & Co. 1887-1914. **Das gibt Klicks!**

Es ist also ein kleiner, aber feiner Unterschied: ob mann/frau auf der Frontseite einer Website die Zahl der „Besucher“ oder die Zahl der „Seitenaufrufe“ angibt!

Erläuterungen

Was macht diese Statistikauswertung? Diese Auswertung fasst alle **Seitenaufrufe** eines **Besuchers**, gekennzeichnet durch seine IP-Adresse und seine Browserkennung, zu einem Besuch (unique visit) zusammen. **Ein Besucher wird nur gezählt**, wenn er **mindestens eine Page-Impression**, d.h. eine vollständig geladene Seite mit dem Rückgabewert 200 oder 304, ohne Bestandteile wie Bilder und Dateien mit den Endungen **.png, .jpg, .jpeg, .gif, .swf, .css, .class** oder **.js** auslöst. Liegen mehr als 30 Minuten zwischen den einzelnen Page-Impressions, so wird der Besucher mehrfach gezählt. Ein Besuch kann maximal 30 Minuten dauern.

Abb. 2009-3/450
www.pressglas-korrespondenz.de: Webstatistik - Erläuterungen: Was macht diese Statistikauswertung, Stand 6. Juli 2009

Erläuterungen

Was macht diese Statistikauswertung?
 Diese Auswertung fasst alle Seitenaufrufe eines Besuchers, gekennzeichnet durch seine IP-Adresse und seine Browserkennung, zu einem **Besuch** (unique visit) zusammen. Ein Besucher wird nur gezählt, wenn er mindestens eine Page-Impression, d.h. eine vollständig geladene Seite mit dem Rückgabewert **200** oder **304**, ohne Bestandteile wie Bilder und Dateien mit den Endungen **.png, .jpg, .jpeg, .gif, .swf, .css, .class** oder **.js** auslöst. Liegen mehr als 30 Minuten zwischen den einzelnen Page-Impressions, so wird der Besucher mehrfach gezählt. Ein Besuch kann maximal 30 Minuten dauern.

Was kann ich dadurch erfahren?
 Aus der Anzahl der Besucher lassen sich Rückschlüsse ziehen auf die Größe des Publikums Ihrer Site. Sie können ebenfalls sehen, wie sich der Bekanntheitsgrad Ihrer Site über einen bestimmten Zeitraum verändert hat.

Hinweis: Es kann Abweichungen zwischen den Zahlen der 1&1 WebStatistik und den Zahlen anderer Webstatistik-Tools geben. Diese Unterschiede sind bedingt durch die verschiedenen Erfassungs- und Auswertungsmethoden. Alle Auswertungen der 1&1 WebStatistik bedienen sich statistischer Methoden, welche automatisch erzeugte Logfiles auswerten. Durch prinzipielle, unvermeidliche Ungenauigkeiten kann es vorkommen, dass nicht alle Informationen erfasst werden können. Die 1&1 WebStatistik kann keine rechtsverbindliche Grundlage z.B. für Abrechnungszwecke liefern!

© 2003 1&1 Internet AG Stand: 6.7.2009 – 11:25:14

Siehe auch: www.pressglas-korrespondenz.de wurde 2008 weltweit 404.249 mal aufgerufen!