

## Nutzungsauswertung Serviceportal Q1/2022

### 1. Übersicht

Im ersten Quartal 2022 gab es über 598.000 Besuche auf dem Serviceportal.

Die durchschnittliche Verweildauer von Besucher:innen lag bei drei Minuten und 19 Sekunden.

21% aller Besucher:innen kommen direkt auf das Serviceportal Bremen, geben also die URL direkt in den Browser ein, folgen einem lokalen Link (in einer E-Mail oder einem Dokument) oder haben die Adresse als Favorit gespeichert. 75,1% aller Besucher:innen gelangen über Suchmaschinen auf das Serviceportal. Dabei konnten 25 unterschiedliche Suchmaschinen identifiziert werden, wobei Google mit 93% aller über eine Suchmaschine eingeleiteten Besuche weiterhin deutlich dominiert. 3,7% der Besucher:innen kommen über eine andere Webseite auf das Serviceportal, während die Zahl der Besucher:innen, die über soziale Netzwerke kommen, bei ca. 0,1% liegt.

88,6% der Besucher:innen stammen aus Deutschland, danach folgen USA (3,3%), England (2,8%), Russland (0,8%) und die Türkei (0,6%).

Die meistgenutzte Browsersprache ist mit 88,2% Deutsch, gefolgt von 6,7% Englisch:

Bezeichnung	%	Besuche
Deutsch	88,2%	527.859
Englisch	6,7%	40.015
Russisch	0,9%	5.236
Arabisch	0,7%	4.126
Türkisch	0,7%	3.895
Polnisch	0,5%	3.006
Spanisch	0,4%	2.368
Französisch	0,3%	1.883
Bulgarisch	0,2%	1.113
Italienisch	0,2%	1.027
...	...	...
<b>Gesamt</b>	<b>100,0%</b>	<b>598.308</b>

## 2. Geräteübersicht

Die meisten Nutzer:innen greifen mit dem Smartphone auf das Serviceportal zu. Dem folgen herkömmliche Desktop-PCs und - mit deutlichem Abstand - Phablets und Tablets. Anders als in den bisherigen Quartalen haben Phablets dabei einen höheren Anteil als Tablets.

Bezeichnung	%	Besuche
Smartphone	60,4%	361.314
Desktop	34,3%	205.301
Phablet	2,7%	15.976
Tablet	2,3%	13.494
...	...	...
<b>Gesamt</b>	<b>100,0%</b>	<b>598.308</b>

## 3. Software

Da auf das Serviceportal sowohl mit Mobilgeräten als auch mit Desktop-Geräten zugegriffen wird, empfiehlt sich eine Analyse, welche Browser jeweils im mobilen bzw. im Desktop-Gebrauch bevorzugt verwendet werden. Diese Analyse basiert auf den TOP 500 Gerätekonfigurationen, bei denen die verschiedenen Kombinationen von Betriebssystem, Browser und Bildschirmauflösung ausgewertet wurden.

Es ergibt sich, dass bei Mobilgeräten weiterhin hauptsächlich Mobile Safari und Chrome Mobile verwendet werden, weitere Browser folgen mit deutlichem Abstand.

Browser Mobil	%	Besuche
Mobile Safari	45,6%	170.721
Chrome Mobile	35,7%	133.773
Samsung Browser	8,2%	30.713
Google Search App	4,2%	15.611
Chrome Mobile iOS	2,5%	9.540
Chrome	1,4%	5.197
Firefox Mobile	1,0%	3.723
Huawei Browser Mobile	0,3%	1.185
Ecosia	0,3%	1.117
DuckDuckGo Privacy Browser	0,2%	921
...	...	...
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>100,0%</b>	<b>374.454</b>

Im Desktop-Bereich dominieren weiterhin die Browser Chrome und Firefox, dicht gefolgt von Safari und Microsoft Edge.

Browser Desktop	%	Besuche
Chrome	36,3%	69.239
Firefox	25,1%	47.881
Safari	19,7%	37.520
Microsoft Edge	17,2%	32.758
Opera	1,1%	2.019
Samsung Browser	0,4%	819
...	...	...
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>100,0%</b>	<b>190.724</b>

#### 4. Besuchsverhalten

Um zu ermitteln, ob Nutzer:innen auf dem Serviceportal die gewünschten Inhalte finden, werden die Absprungrate (Bounce Rate) sowie die Konversionsrate (Conversion Rate) ausgewertet.

Die Absprungrate bezeichnet den Anteil von Besuchen auf einer Website, bei denen genau eine Seite des Webauftrittes aufgerufen wird, Besucher:innen in Folge aber keine weiteren Seiten des Auftritts besuchen, sondern die Seite sofort wieder verlassen. Dabei spielt die Verweildauer der Besucher:innen auf der entsprechenden Seite bei der Bewertung der Absprungrate keine Rolle.

Die Absprungrate für das Serviceportal lag in Q1 2022 bei 38%. Damit bleibt die Absprungrate ähnlich niedrig wie im Quartal davor.

Inwiefern die Absprungrate auch Nutzer:innen erfasst, die ggf. gleich auf der ersten aufgerufenen Seite alle relevanten Informationen vorfinden, kann den Statistiken nicht entnommen werden.

Die Konversionsrate ist eine Kennzahl, mit Hilfe derer erfasst werden soll, ob Nutzer:innen erfolgreich zu ihrem Ziel gekommen sind bzw. ob der Zweck der Website erfüllt wird. In einem Online Shop besteht die Konversionsrate z.B. in dem Verhältnis von durchgeführten Käufen zu der Gesamtzahl an Besuchen.

Das Ziel des Serviceportals ist es, Bürger:innen und Unternehmen über verschiedene Verwaltungsdienstleistungen zu informieren, ihnen die notwendigen Formulare zur Verfügung zu stellen, sie an die zuständigen Stellen zu verweisen oder ihnen die

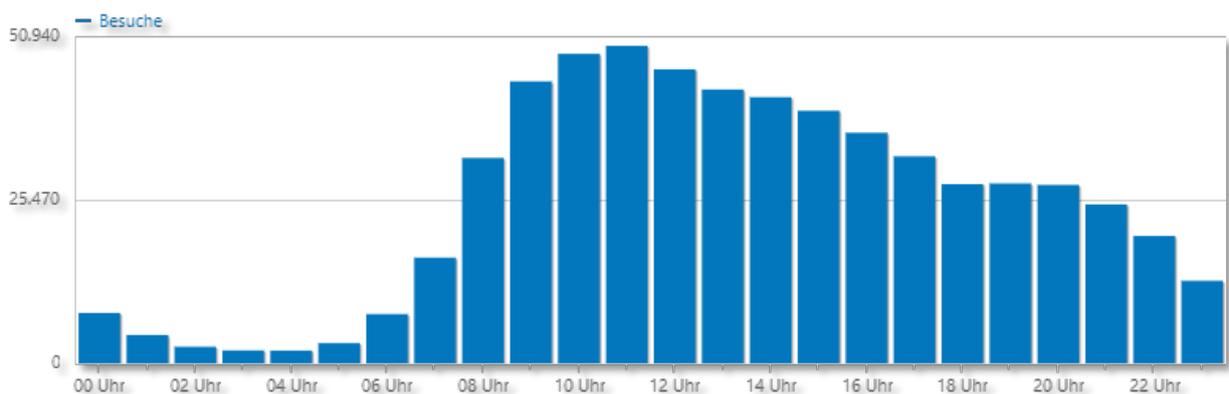
Terminvereinbarung zu erleichtern. Messbar ist der Erfolg dabei insbesondere an den Downloads für bereitgestellte Formulare oder Informationsblätter und an Klicks auf Links zu weiterführenden externen Informationen oder zum Terminmanagementsystem.

In Q1 2022 wurden bei einer Gesamtzahl von 598.308 Besuchen insgesamt 82.690 Downloads getätigt. In 277.941 Fällen klickten Nutzer:innen zudem auf Links zu weiterführenden Informationen auf externen Seiten oder auf den Link zum Terminmanagementsystem. Setzt man die Summe der Downloads und Klicks auf externe Seiten ins Verhältnis zur Anzahl der Besuche, führt dies zu einer Konversionsrate von 60,3%. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bestimmte Nutzer:innen möglicherweise sowohl ein Download tätigen als auch einen weiterführenden Link aufrufen. Gleichzeitig kann jedoch in der oben dargestellten Berechnung der Konversionsrate nicht einbezogen werden, wie viele Nutzer:innen bereits alle notwendigen Informationen im Serviceportal gefunden haben, ohne ein Download tätigen oder eine externe Seite aufrufen zu müssen.

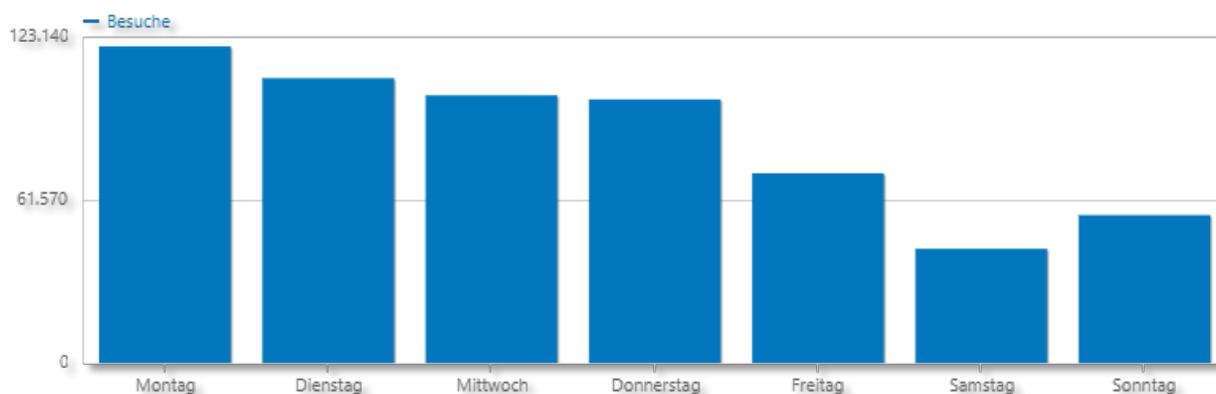
Der Trend der steigenden Konversionsrate, der sich schon in den letzten Quartalen gezeigt hat, setzt sich fort.

## 5. Zeiten

Die Nutzer:innen besuchen das Serviceportal über den Tag verteilt sehr stark. Die Spitze liegt weiterhin bei 10:00 bis 11:00 Uhr, danach fällt die Anzahl der Besuche bis in die Abendstunden langsam ab.



Betrachtet man die Anzahl der Zugriffe nach Wochentagen, zeigt sich, dass die meisten Zugriffe zu Wochenbeginn erfolgen. Bis zum Freitag lässt die Anzahl der Zugriffe langsam, am Wochenende deutlich nach.



## 6. TOP Aufrufe bei den Inhaltsseiten

Die am meisten aufgerufenen Seiten sind absteigend aufgelistet.

Bezeichnung	%	Eindeutige Seitenansichten
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Mitte	7,3%	74.596
Inhaltsseite - Startseite	6,3%	64.122
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Stresemannstraße	3,8%	38.998
Inhaltsseite - Terminvereinbarung	3,5%	36.133
Dienststelle - Bürgeramt	3,3%	33.548
Inhaltsseite - Terminvereinbarung für Dienststellen	2,7%	28.105
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Nord	2,6%	26.915
Dienstleistung - Wohnsitz ummelden (Alleinige, Haupt- oder Nebenwohnung)	2,6%	26.647
Dienstleistung - Personalausweis beantragen	2,5%	25.509
Dienststelle - Kfz-Zulassungen	2,4%	24.815
Inhaltsseite - Dienstleistungen	2,2%	22.505
Dienststelle - Standesamt Bremen-Mitte	2,1%	21.668
Dienstleistung - Führungszeugnis beantragen	2,0%	20.257
Dienststelle - Migrationsamt	1,9%	19.614
Dienstleistung - Reisepass beantragen	1,8%	18.763
Dienststelle - Finanzamt Bremen	1,7%	17.736
Inhaltsseite - Behörden	1,3%	12.969
Dienststelle - Fahrerlaubnisse	1,2%	12.147
Inhaltsseite - Kontakt	1,2%	11.997
Dienstleistung - Wohnsitz anmelden, Zuzug aus dem Inland (Alleinige, Haupt- oder Nebenwohnung)	1,0%	10.316

Bei den Dienststellen werden folgende Einträge am häufigsten aufgerufen.

Bezeichnung	%	Eindeutige Seitenansichten
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Mitte	7,3%	74.596
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Stresemannstraße	3,8%	38.998
Dienststelle - Bürgeramt	3,3%	33.548
Dienststelle - BürgerServiceCenter-Nord	2,6%	26.915
Dienststelle - Kfz-Zulassungen	2,4%	24.815
Dienststelle - Standesamt Bremen-Mitte	2,1%	21.668
Dienststelle - Migrationsamt	1,9%	19.614
Dienststelle - Finanzamt Bremen	1,7%	17.736
Dienststelle - Fahrerlaubnisse	1,2%	12.147
Dienststelle - Aufenthalt	0,7%	7.460
Dienststelle - Einbürgerung	0,7%	6.723
Dienststelle - Ordnungsamt	0,6%	6.088

Interessant ist auch, welche Dienstleistungen am häufigsten aufgerufen werden.

Insbesondere hier wird erkennbar, für welche Themen sich die Bürgerinnen und Bürger am meisten interessieren.

Bezeichnung	%	Eindeutige Seitenansichten
Dienstleistung - Wohnsitz ummelden (Alleinige, Haupt- oder Nebenwohnung)	2,6%	26.647
Dienstleistung - Personalausweis beantragen	2,5%	25.509
Dienstleistung - Führungszeugnis beantragen	2,0%	20.257
Dienstleistung - Reisepass beantragen	1,8%	18.763
Dienstleistung - Wohnsitz anmelden, Zuzug aus dem Inland (Alleinige, Haupt- oder Nebenwohnung)	1,0%	10.316
Dienstleistung - Meldebescheinigung beantragen	0,9%	8.970
Dienstleistung - Kinderreisepass beantragen (Verlängerung)	0,8%	8.393
Dienstleistung - Wohnberechtigungsschein beantragen	0,8%	8.303
Dienstleistung - Wohngeld - Mietzuschuss beantragen	0,8%	8.264
Dienstleistung - Personalausweis / Reisepass / eID-Karte abholen	0,8%	7.903
Dienstleistung - Urkunde: Personenstandsurkunde beantragen	0,7%	7.184
Dienstleistung - Sperrmüll entsorgen	0,7%	7.109
Dienstleistung - Kirchenaustritt erklären	0,6%	6.568
Dienstleistung - Führerschein Pflichtumtausch	0,6%	6.469
Dienstleistung - Elterngeld beantragen	0,6%	6.354
Dienstleistung - Kraftfahrzeug anmelden	0,6%	6.233
Dienstleistung - Ehe: Anmeldung zur Eheschließung	0,5%	4.890

## 7. Suchen im Serviceportal

Die interne Suche im Serviceportal wird im Verhältnis zur Anzahl der Seitenbesuche nur relativ selten genutzt. So wurden bei einer Gesamtzahl von 598.308 Seitenbesuchen lediglich 64.788 interne Suchen im Serviceportal ausgeführt. Reduziert man die Anzahl der Suchanfragen auf sinnvolle Anfragen (d.h. Suchbegriffe wie \*, "raw", u.ä. werden nicht gezählt) und zieht zudem die von Mitarbeiter:innen des Bürgertelefon Bremen (BTB) durchgeführten Suchen (erkennbar an Zeichen- und Zahlenkombinationen wie "HB1175" u.ä.) ab, verbleiben 54.406 Suchanfragen auf insgesamt 598.308 Seitenbesuche. Von diesen Suchanfragen kann für 19.546 Anfragen der konkrete Suchbegriff nicht benannt werden, diese werden in der Statistik von Matomo als "Andere" geführt. Auf eine detaillierte Auswertung der verwendeten Suchbegriffe wird vor diesem Hintergrund weiterhin verzichtet.