

Trends Nutzungszahlen Serviceportal 2016-2022

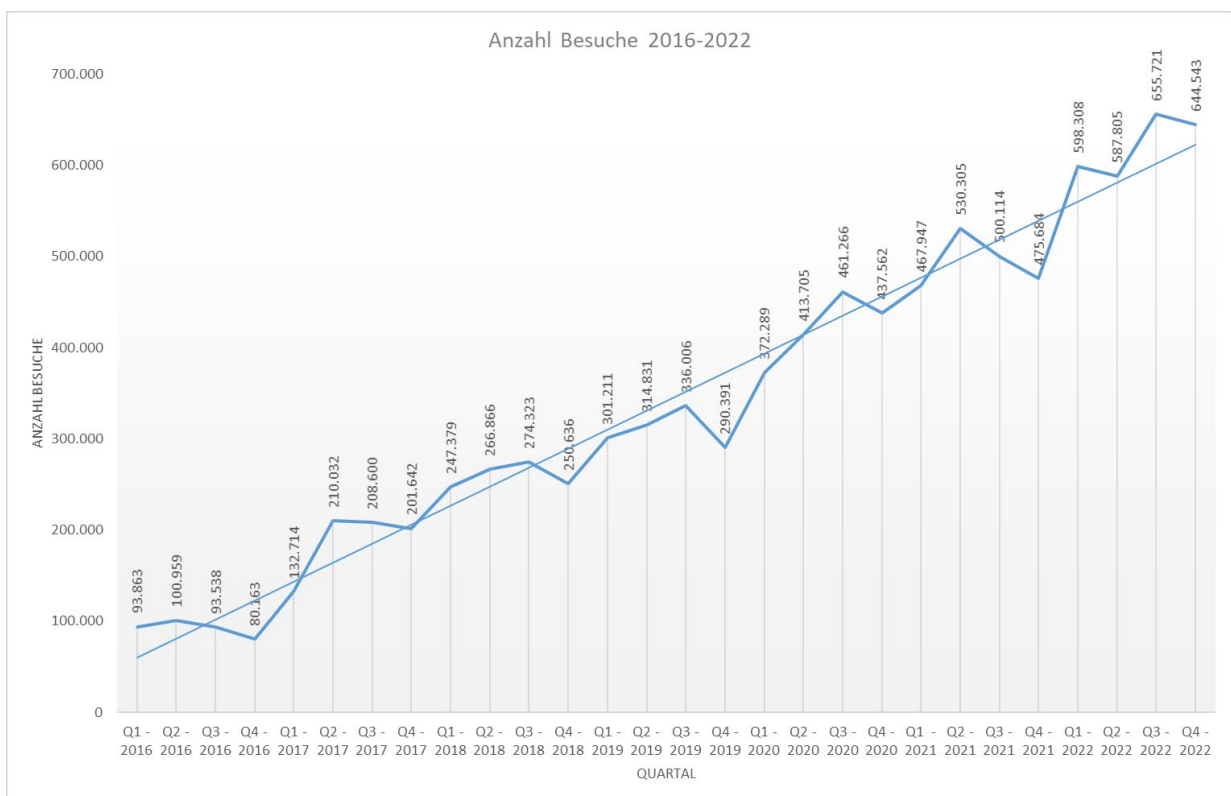
A. Hintergrund

Seit 2019 werden die Nutzungszahlen des Serviceportals Bremen genauer ausgewertet. Dabei haben sich in den Quartalsberichten verschiedene Trends abgezeichnet, z.B. stetig steigende Besuchszahlen, Änderungen in den verwendeten Endgeräten, u.a. Vorliegender Bericht fasst verschiedene Trends und Entwicklungen der Nutzungszahlen des Serviceportals in den Jahren 2016 bis 2022 zusammen.

B. Ergebnisse

Zugriffszahlen

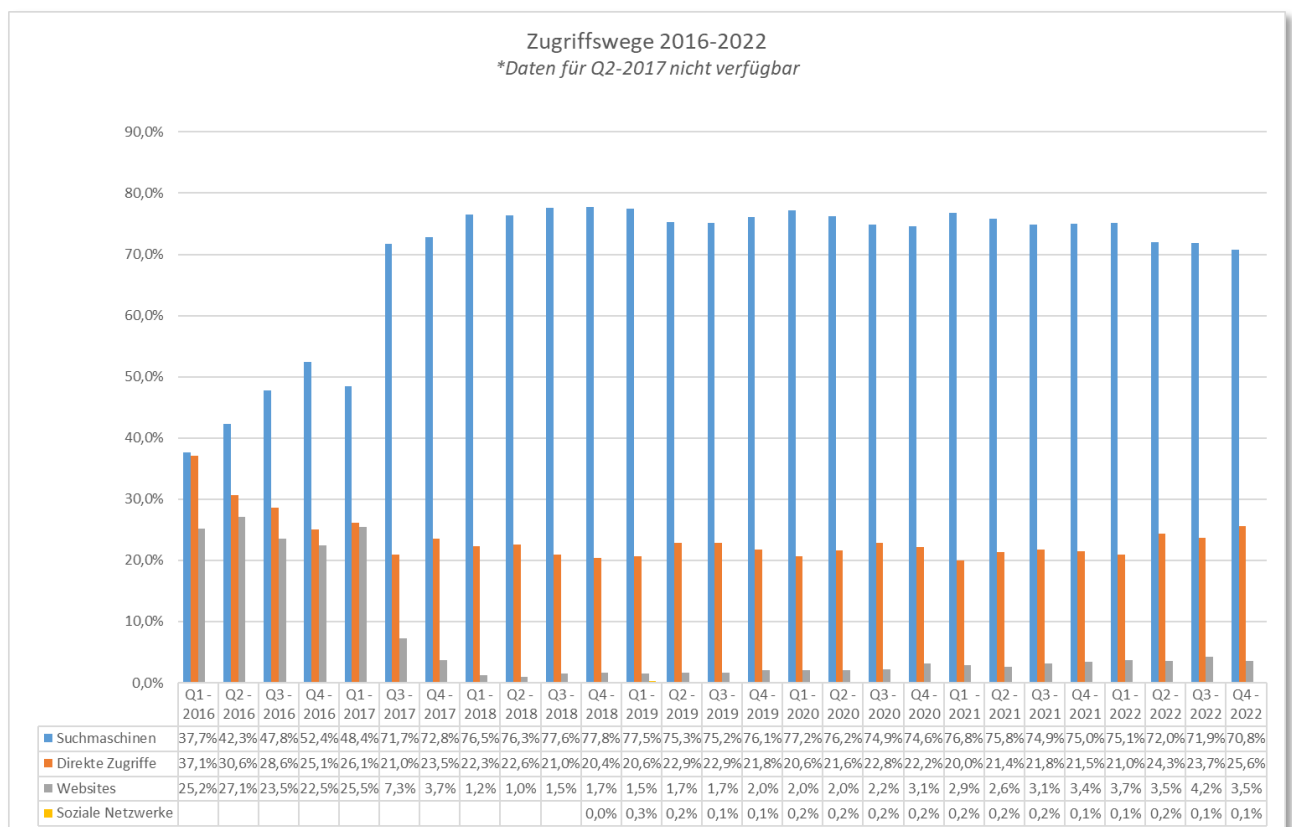
Seit dem ersten Quartal in 2016 sind die Besuchszahlen im Serviceportal stetig gestiegen. Während im vierten Quartal eines Jahres üblicherweise ein leichter Einbruch in den Besuchszahlen zu beobachten ist, zeigt sich weiterhin ein Trend nach oben.



Zugriffswege

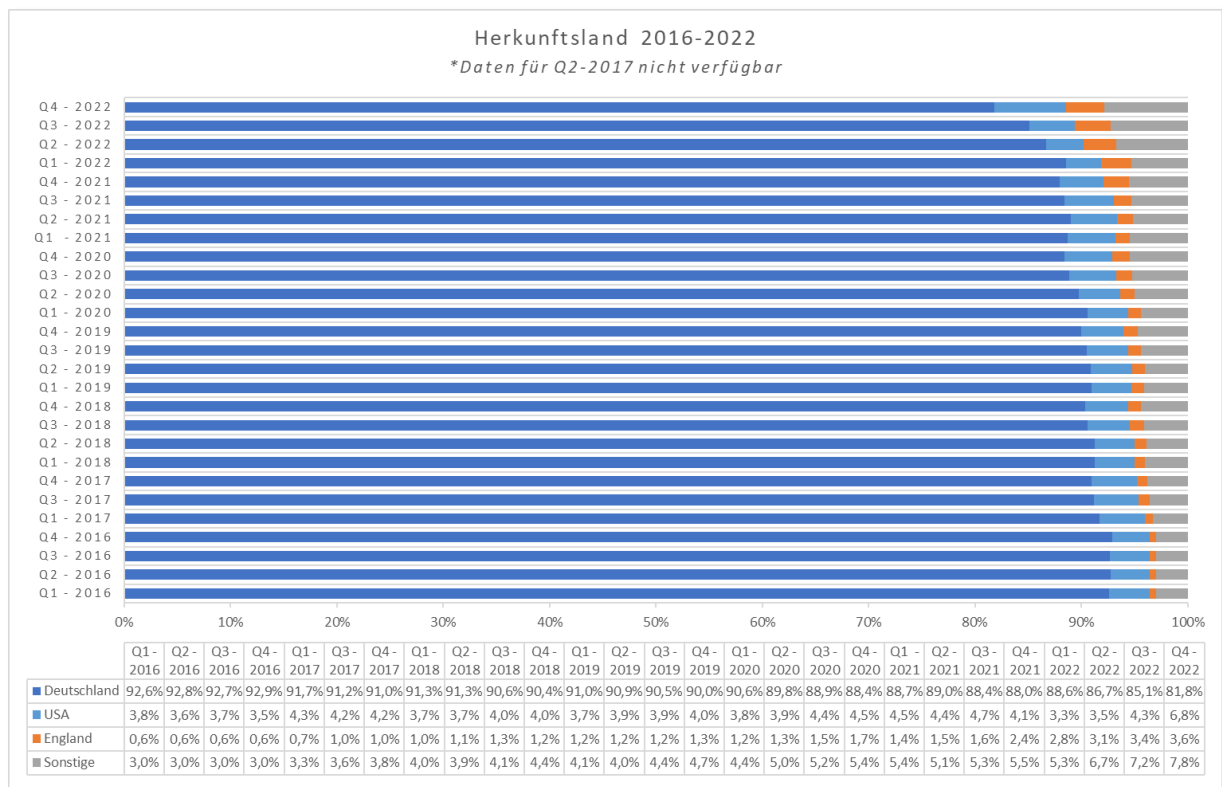
Während Anfang 2016 der Zugriff auf das Serviceportal noch gleichermaßen über direkte Zugriffe und Suchmaschinen erfolgte, mit leichtem Abstand gefolgt von Zugriffen über Websites, entwickelte sich mit der Zeit der Zugriff über Suchmaschinen als dominierender Weg auf das Portal. Anfang 2018 hat sich ein relativ stabiles Verhältnis der Zugriffswege entwickelt, bei dem ca. 75-77% der Zugriffe über Suchmaschinen erfolgten. Weitere ca. 20-23% der Zugriffe erfolgten direkt, 1-3,5% der Zugriffe erfolgten von einer Website, von welcher aus auf das Serviceportal verlinkt wird. Die sozialen Netzwerke spielen beim Zugriff auf das Serviceportal erst seit 2019, und auch seitdem nur eine untergeordnete Rolle (0,1-0,2% der Zugriffe).

Seit Q2 2022 scheint sich eine Verlagerung der Zugriffe über Suchmaschinen hin zu direkten Zugriffen und zu Zugriffen über Websites zu entwickeln. Es bleibt zu beobachten, ob sich diese Entwicklung in den folgenden Quartalen weiter fortsetzt.



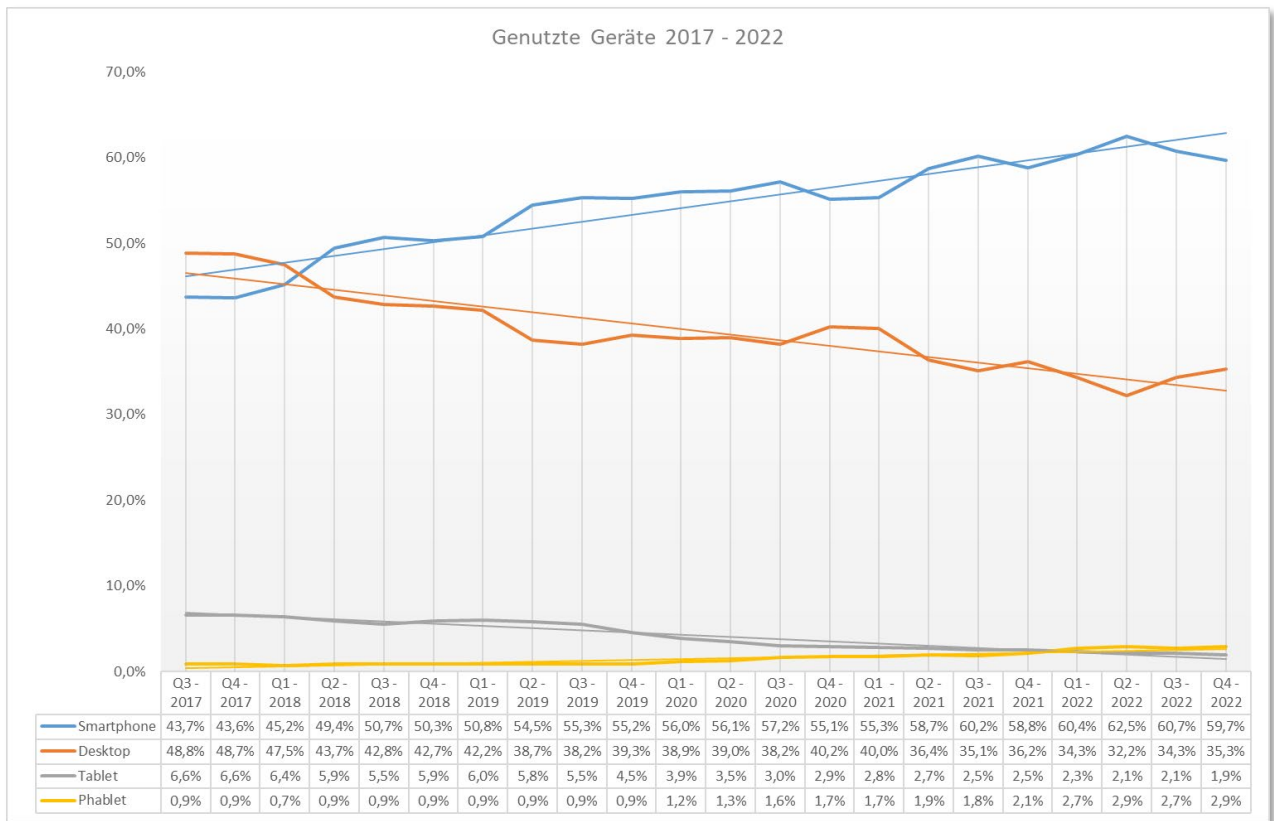
Herkunftsländer

Wie zu erwarten erfolgen die meisten der Zugriffe auf das Serviceportal aus Deutschland, gefolgt von den USA und England. Interessant zu beobachten ist dennoch eine Entwicklung, nach welcher der Anteil der Zugriffe aus Deutschland über die Jahre hinweg geringfügig abnimmt. In Matomo (dem genutzten Auswertungstool) wird jedoch darauf hingewiesen, dass der Standort über die eingestellte Sprache der Nutzer:innen ermittelt wird. Insofern lässt die Verteilung der Herkunftsländer weniger auf den Standort der Nutzer:innen als auf deren sprachlichen Hintergrund schließen.



Geräteübersicht

Die technologische Entwicklung in den Jahren 2016 bis 2022 spiegelt sich auch in den Geräten wider, mit denen Nutzer:innen auf das Serviceportal zugreifen. Erfasst werden diese Angaben erst seit dem dritten Quartal 2017, dennoch lässt sich ein deutlicher Trend erkennen. Während in Q3 2017 noch der Desktop-Computer das meistgenutzte Zugriffsmedium war, erfolgen mittlerweile die meisten Zugriffe mit mobilen Endgeräten. Dabei spielen Tablets und Phablets nur eine untergeordnete Rolle, während der Zugriff über das Smartphone mit >50% der Zugriffe deutlich an der Spitze liegt und im Trend weiterhin ansteigt. In Q3 und Q4 2022 zeigt sich ein leichter Einbruch in diesem Trend. Die Verteilung der Zugriffe über die verschiedenen Zugriffsmedien bleibt also weiter zu beobachten.

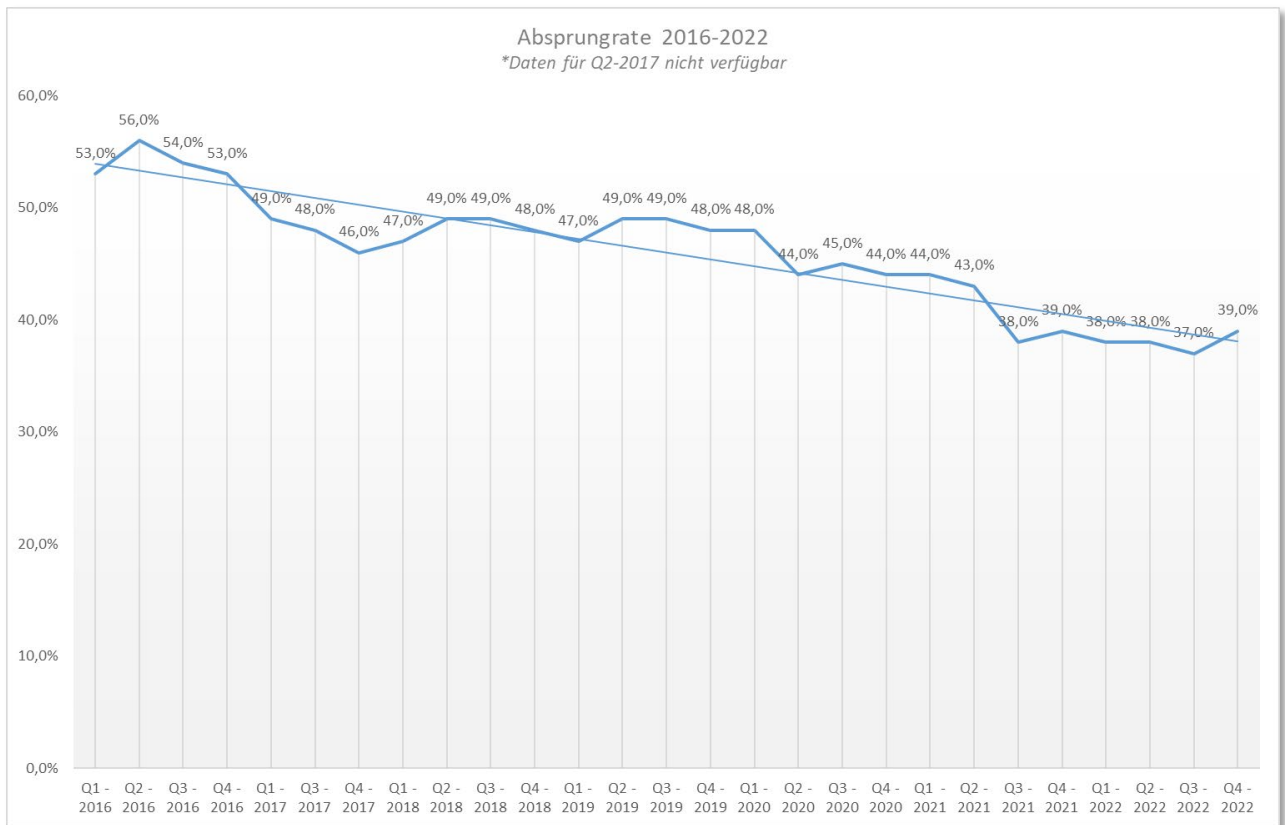


Besuchsverhalten

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

Die Absprungrate bezeichnet den Anteil von Besuchen auf einer Website, bei denen genau eine Seite des Webauftritts 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. Insofern kann es sein, dass die Absprungrate auch Nutzer:innen erfasst, die ggf. gleich auf der ersten aufgerufenen Seite alle relevanten Informationen vorfinden. Insgesamt ist daher bei der Auswertung der Absprungrate auf ihren Trend abzustellen.

Über die Jahre hinweg wird deutlich, dass die Absprungrate langsam aber kontinuierlich sinkt. Seit Ende 2021 scheint sich die Absprungrate auf einen Wert zwischen 37-39% einzupendeln. Die weitere Entwicklung bleibt zu beobachten.

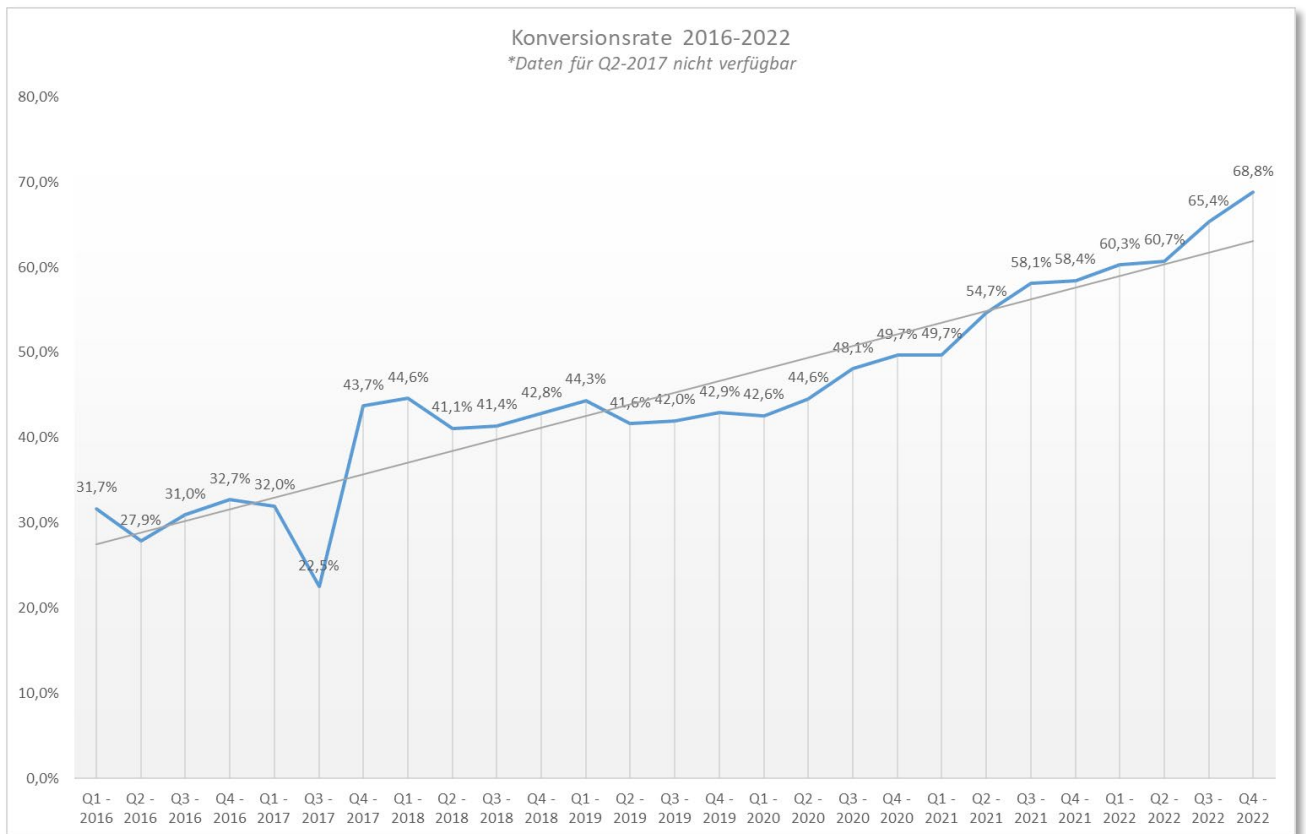


Die Konversionsrate ist eine Kennzahl, mit Hilfe derer erfasst werden soll, ob Nutzer:innen erfolgreich zu ihrem Ziel gekommen sind bzw. ob der Zweck der Website erfüllt wird. In einem Online Shop besteht die Konversionsrate z.B. in dem Verhältnis von durchgeführten Käufen zu der Gesamtzahl an Besuchen.

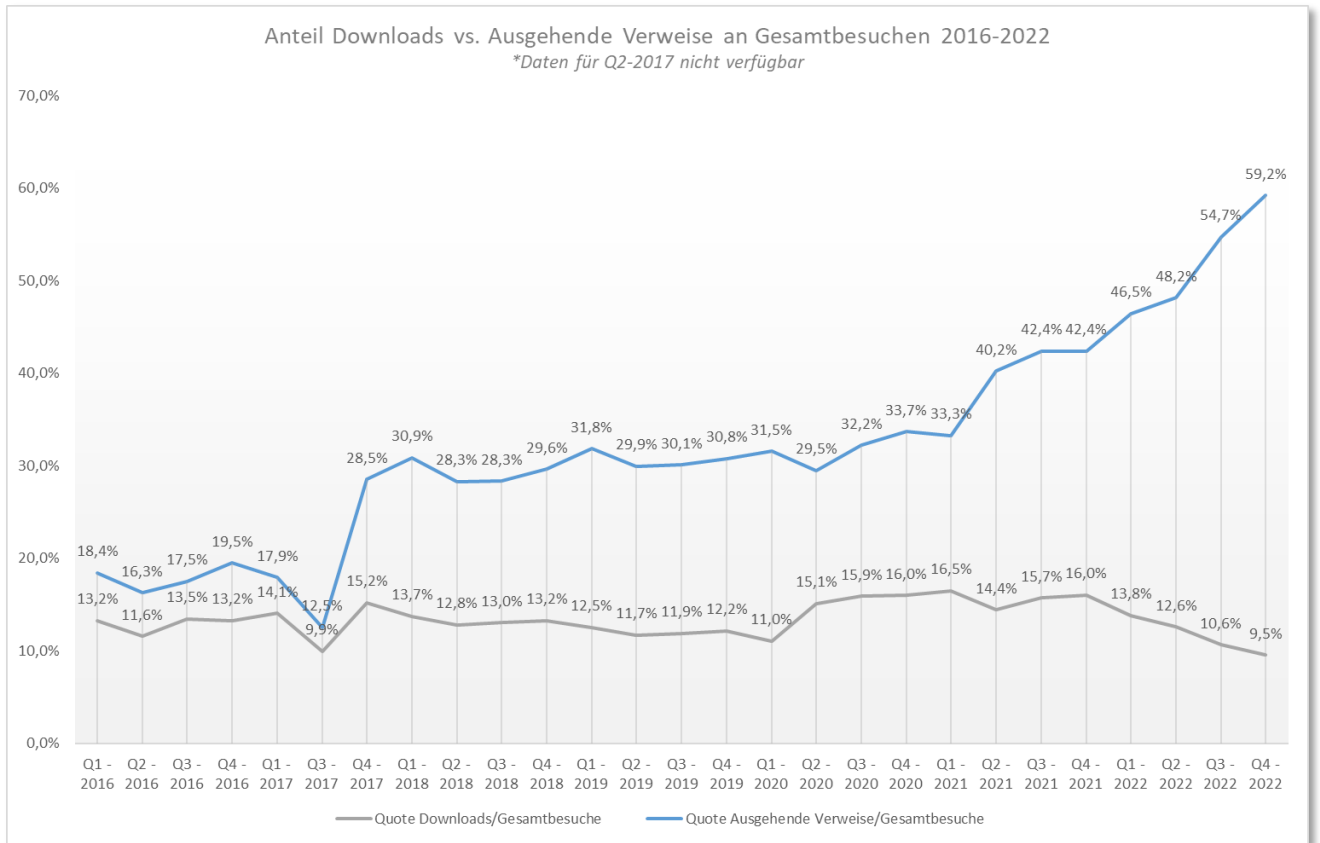
Das Ziel des Serviceportals ist es, Bürger:innen und Unternehmen über verschiedene Verwaltungsdienstleistungen zu informieren, ihnen die notwendigen Online-Dienste oder Formulare zur Verfügung zu stellen, sie an die zuständigen Stellen zu verweisen oder ihnen die Terminvereinbarung zu erleichtern. Messbar ist der Erfolg dabei insbesondere an den Downloads für bereitgestellte Formulare oder Informationsblätter und an Klicks auf Links zu Online-Diensten, weiterführenden externen Informationen oder zum Terminmanagementsystem.

Dabei ist ein direkter Vergleich mit der Konversionsrate anderer Webseiten oder Portale problematisch. Denn je nach Zweck der Webseite / des Portals und nach spezifischen Definition der Konversionsrate für genau diese Webseite / dieses Portal unterscheiden sich die entsprechenden Raten deutlich. Daher ist auch hier auf den Trend der Konversionsrate abzustellen.

Für das Serviceportal wird deutlich, dass die Konversionsrate - mit einem Einbruch in Q3 2017 - über die Jahre hinweg ansteigt. Der positive Trend lässt vermuten, dass Nutzer:innen immer besser die gesuchten Informationen auf dem Portal finden.



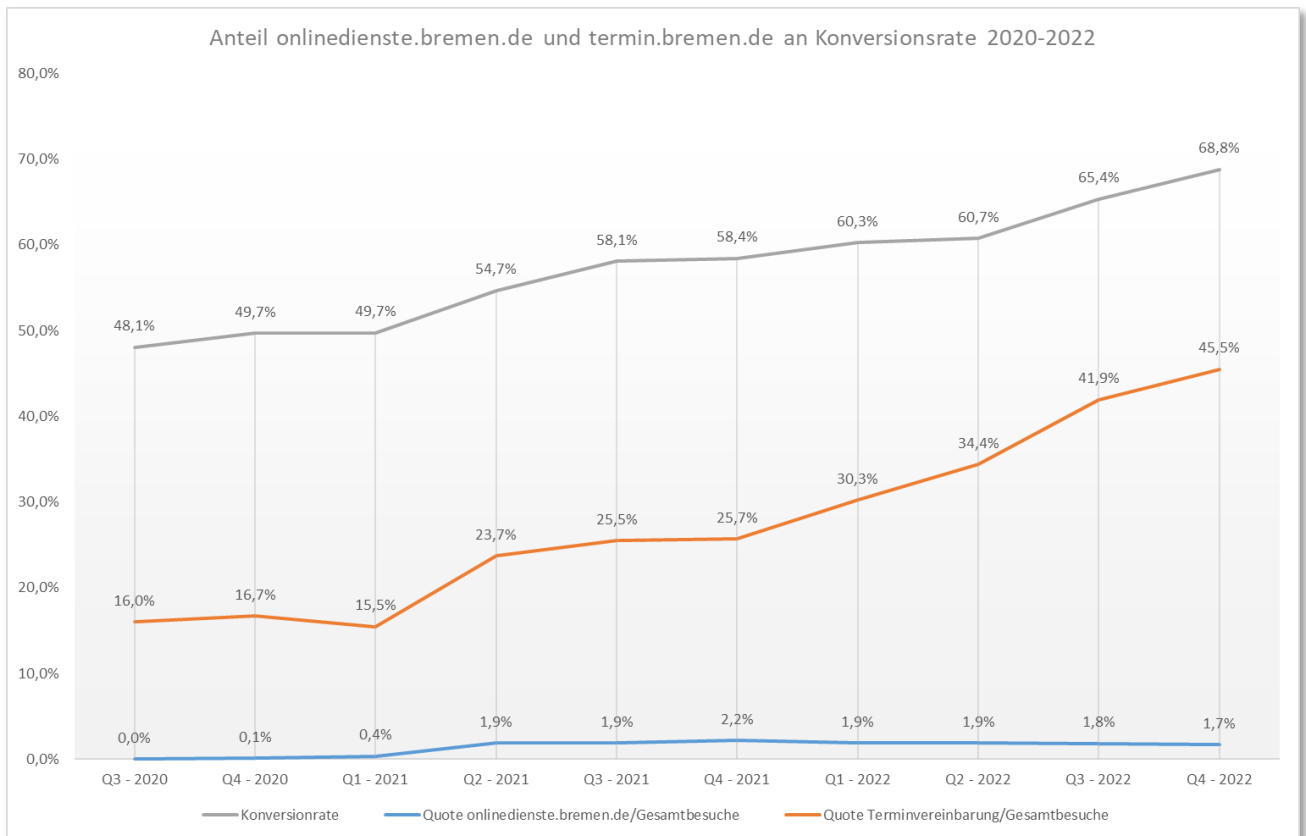
Aufgrund der immer weiter steigenden Konversionsrate wurde genauer untersucht, welchen Anteil Downloads bzw. ausgehende Links an der Konversionsrate haben. Es wird sichtbar, dass in 2022 der Anteil der Downloads an den Gesamtbesuchen leicht sinkt, während der Anteil der ausgehenden Verweise seit 2021 sehr deutlich ansteigt.



Da in den letzten Jahren intensiv an der Entwicklung von Online-Diensten gearbeitet wird, welche aus den Dienstleistungsbeschreibungen des Serviceportals heraus über einen Link aufgerufen werden können, liegt die Vermutung nahe, dass der Anstieg des Anteils ausgehender Verweise durch die hinzugekommenen Online-Dienste ausgelöst wurde.

Vor diesem Hintergrund wurde genauer evaluiert, welchen Anteil die OSI-Plattform (<https://onlinedienste.bremen.de>) in der Zeit von Q3 2020 bis Q4 2022 an den Gesamtbesuchen hat. Während der Analyse fiel auf, dass die Seite für die Terminvereinbarung mit bremischen Behörden (<https://termin.bremen.de>) sehr häufig unter den ausgehenden Verweisen zu finden ist, so dass auch diese Anwendung in die Auswertung einbezogen wurde.

Während die Onlinedienste der OSI-Plattform noch einen geringen Anteil an den ausgehenden Links hatten, wird deutlich, dass insbesondere ein Anstieg in der Nutzung der Terminvereinbarung zu dem Anstieg der Konversionsrate beigetragen hat.



Möglicherweise ist der Anstieg dieser Quote damit zu erklären, dass es aufgrund der hohen Auslastung bei den BürgerServiceCentern für Bürger:innen z.Zt. schwierig ist, einen zeitnahen Termin zu erhalten. Vor diesem Hintergrund kann es sein, dass Nutzer:innen mehrfach über den Link in die Terminvereinbarung versuchen, einen freien Termin zu buchen.