

Trends Nutzungszahlen Serviceportal 2016-2020

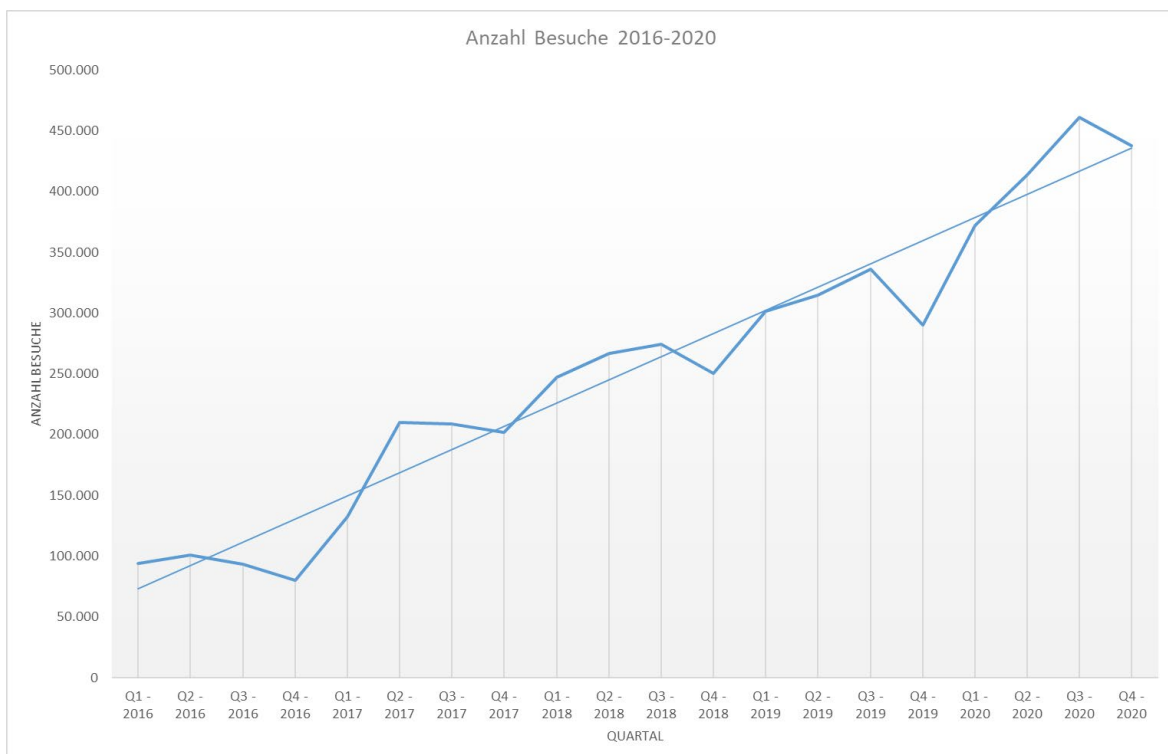
A. Hintergrund

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 2020 zusammen.

B. Ergebnisse

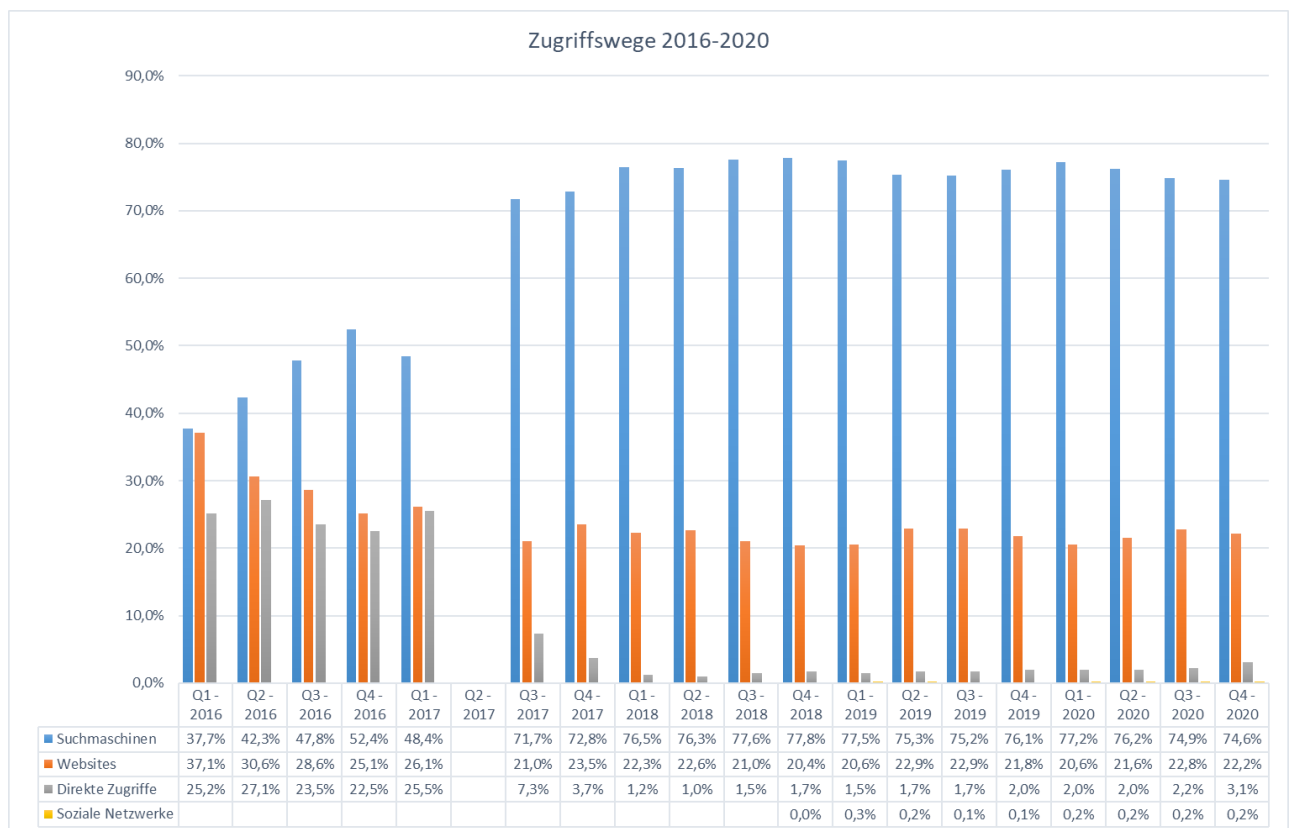
Zugriffszahlen

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



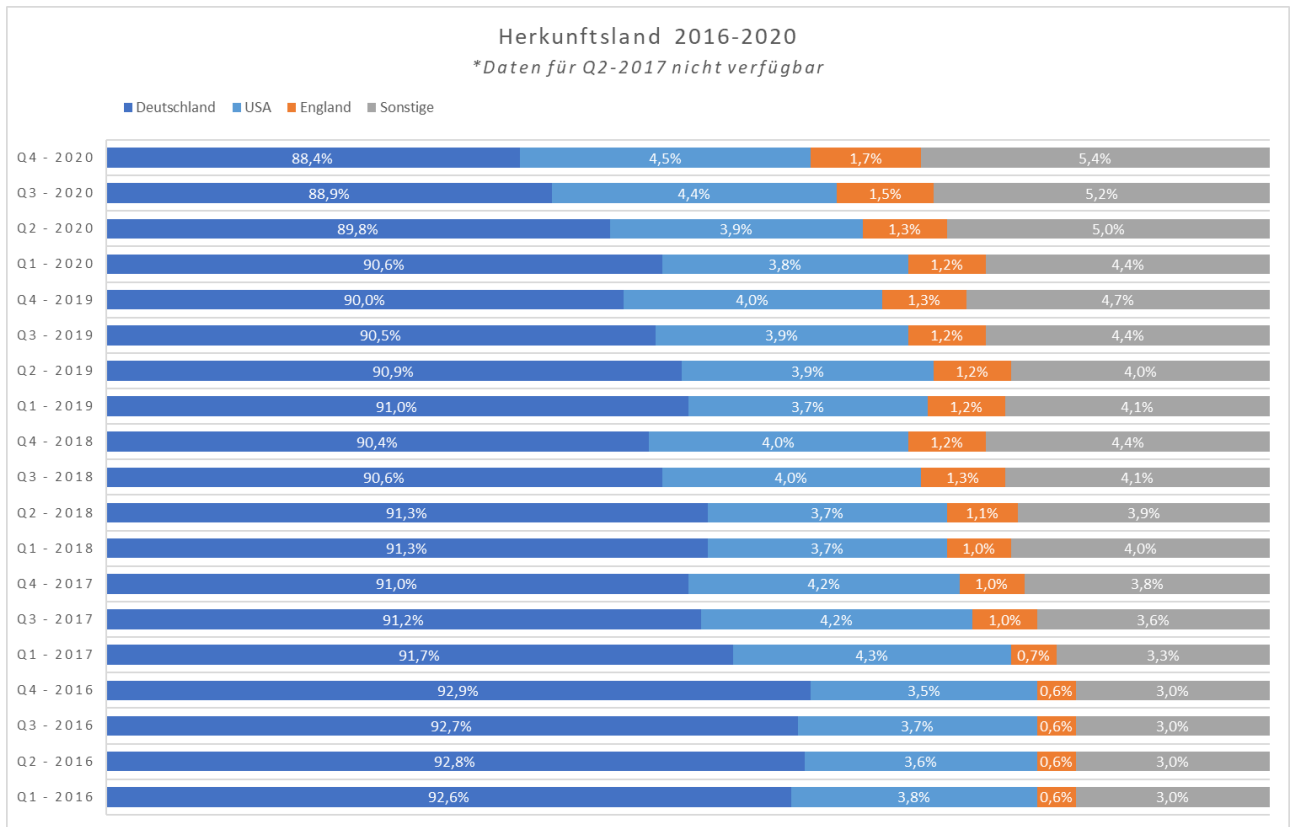
Zugriffswege

Während Anfang 2016 der Zugriff auf das Serviceportal noch gleichermaßen über Websites und Suchmaschinen erfolgte, mit leichtem Abstand gefolgt von direkten Zugriffen auf das Portal, entwickelte sich mit der Zeit der Zugriff über Suchmaschinen als dominierender Weg auf das Portal. Seit Anfang 2018 hat sich das heute herrschende Verhältnis der Zugriffswege stabilisiert, bei dem ca. 75-77% der Zugriffe über Suchmaschinen erfolgen. Weitere ca. 20-23% der Besuche starten auf einer anderen Webseite, von welcher aus auf das Serviceportal verlinkt wird, und nur ca. 1-3% der Zugriffe erfolgen direkt. 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).



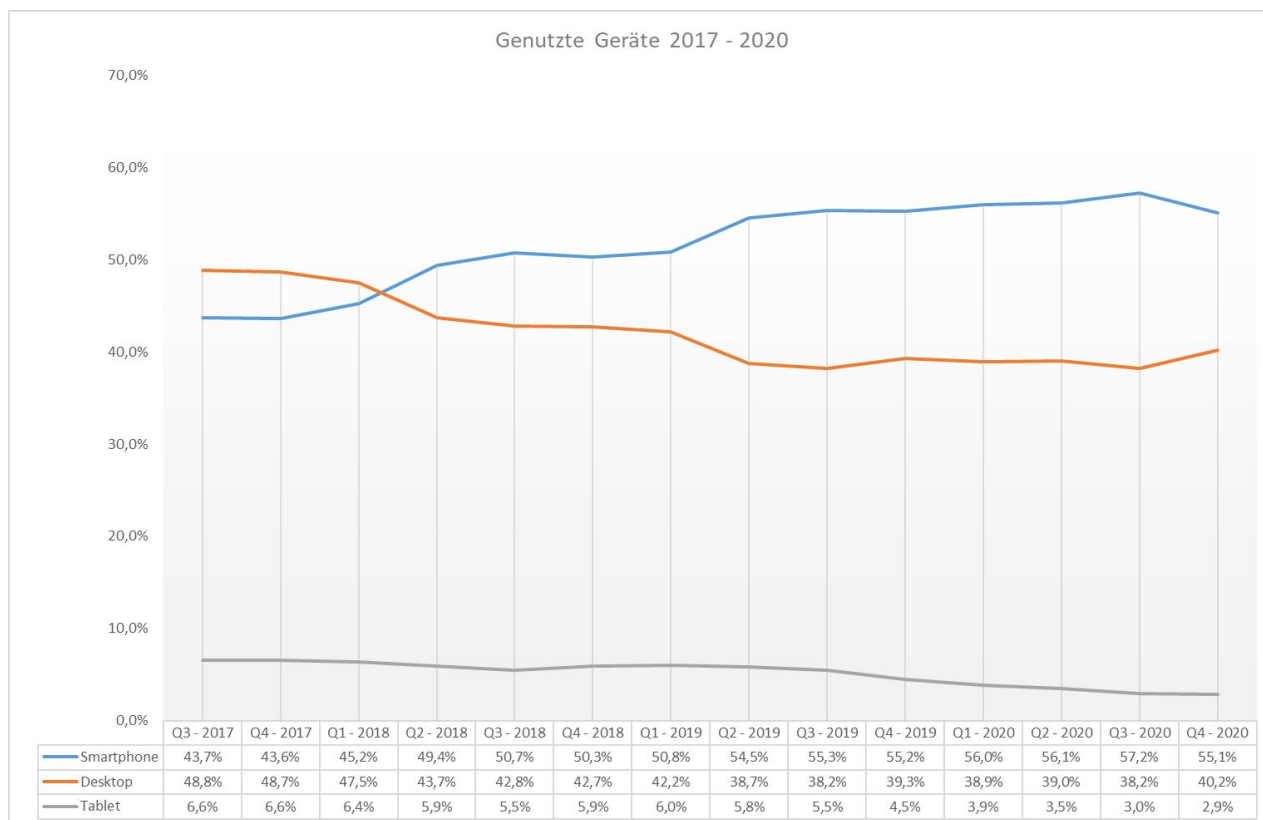
Herkunftsländer

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, insbesondere zugunsten von England und sonstigen Ländern.



Geräteübersicht

Die technologische Entwicklung in den Jahren 2016 bis 2020 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 nur eine untergeordnete Rolle, während der Zugriff über das Smartphone mit >50% der Zugriffe deutlich an der Spitze liegt.

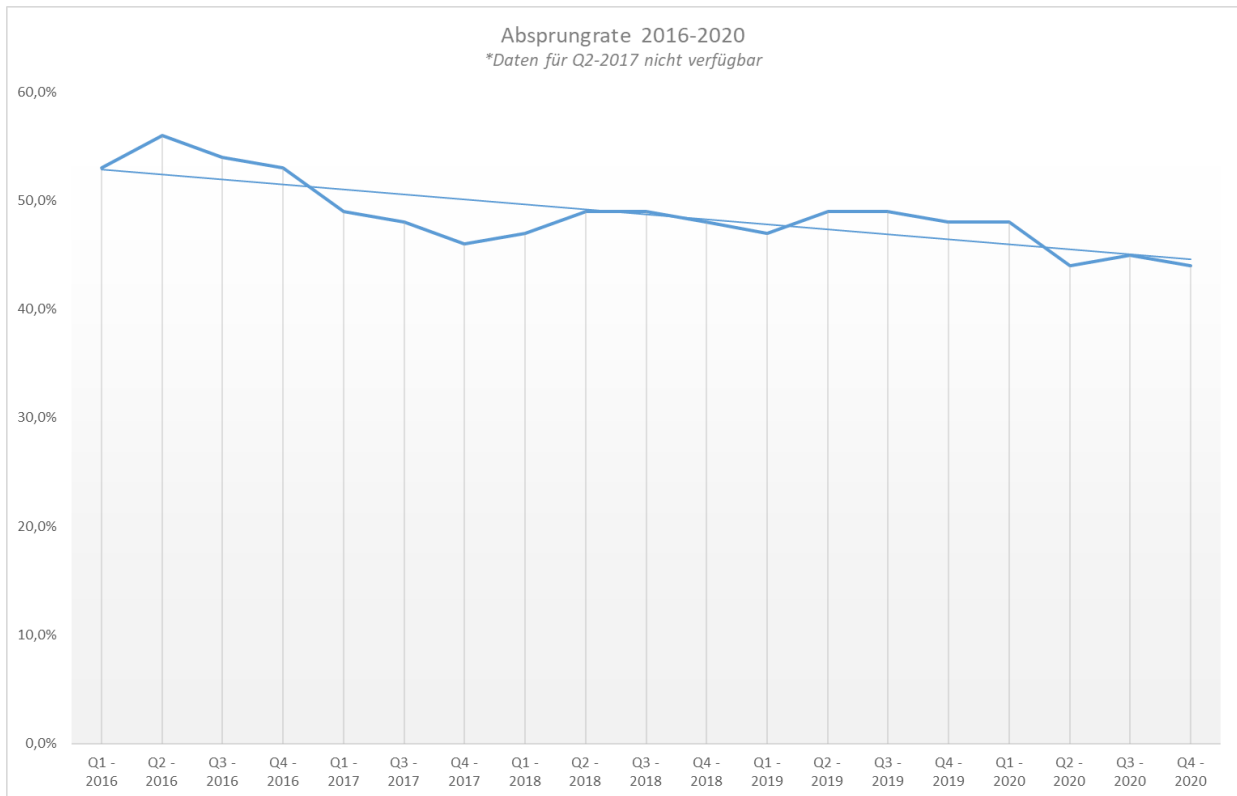


Besuchsverhalten

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 Webauftrittes aufgerufen wird, Besucher:innen in Folge aber keine weiteren Seiten des Auftritts besucht, 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. Es bleibt zu beobachten, ob sich dieser positive Trend auch in den Folgejahren fortsetzt.



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 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.

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 macht deutlich, dass Nutzer:innen immer besser die gesuchten Informationen auf dem Portal finden.

