

Trends Nutzungszahlen Serviceportal 2016-2024

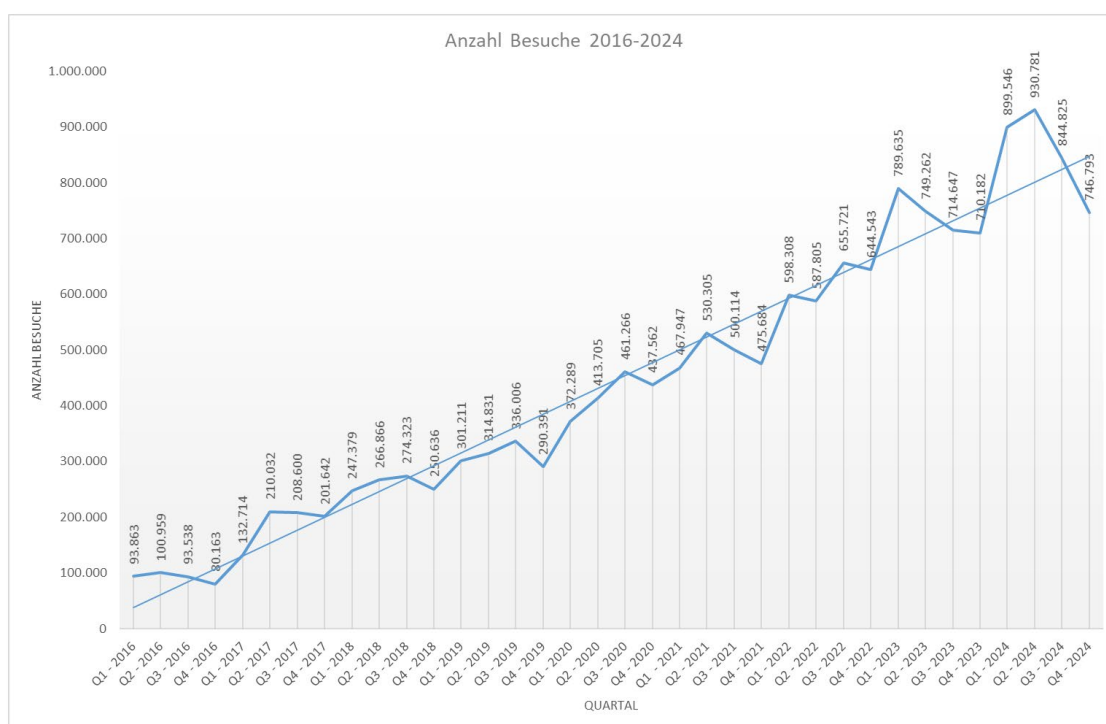
A. Hintergrund

Seit 2019 werden die Nutzungszahlen des Serviceportals Bremen genauer ausgewertet. Dabei haben sich in den Quartalsberichten verschiedene Trends abgezeichnet, z.B. 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 2024 zusammen.

B. Ergebnisse

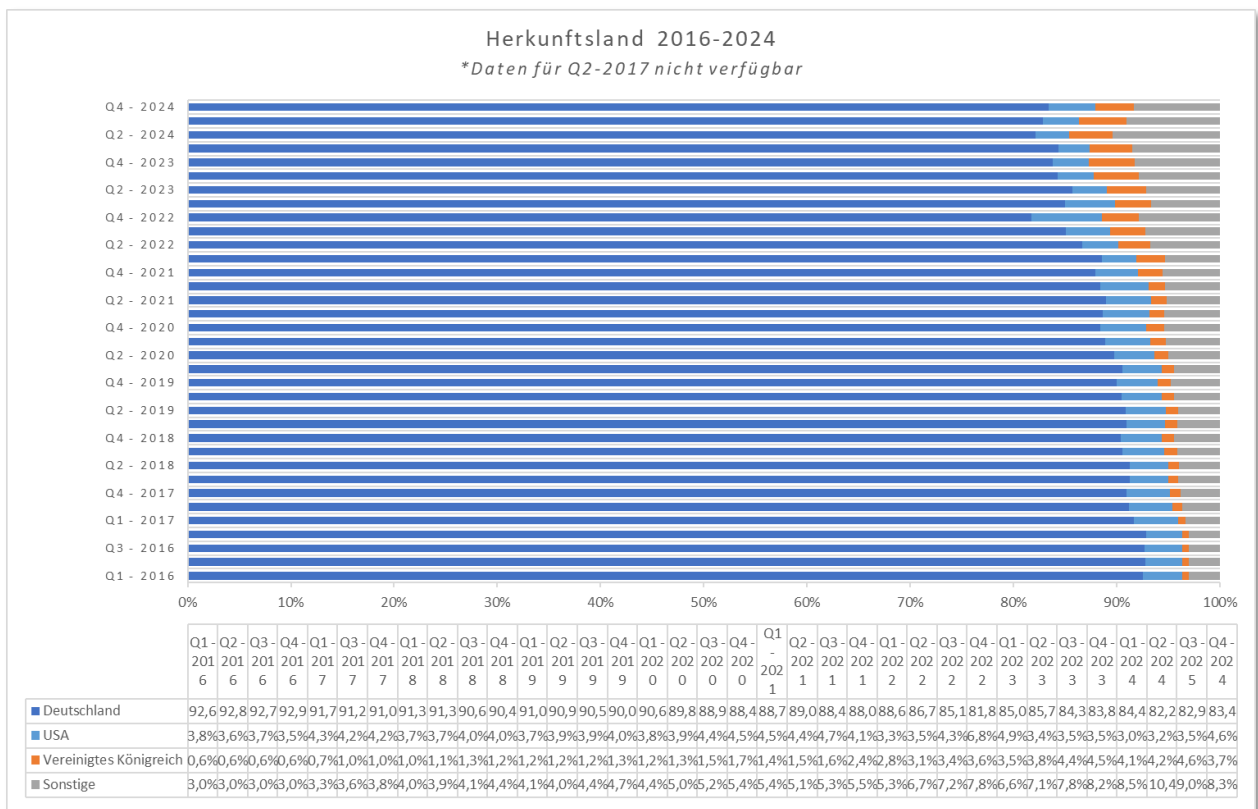
Zugriffszahlen

Seit dem ersten Quartal in 2016 sind die Besuchszahlen im Serviceportal stetig gestiegen. Während im dritten und vierten Quartal eines Jahres üblicherweise ein leichter Einbruch in den Besuchszahlen zu beobachten ist, zeigt sich insgesamt ein deutlicher Trend zu steigenden Besuchszahlen.



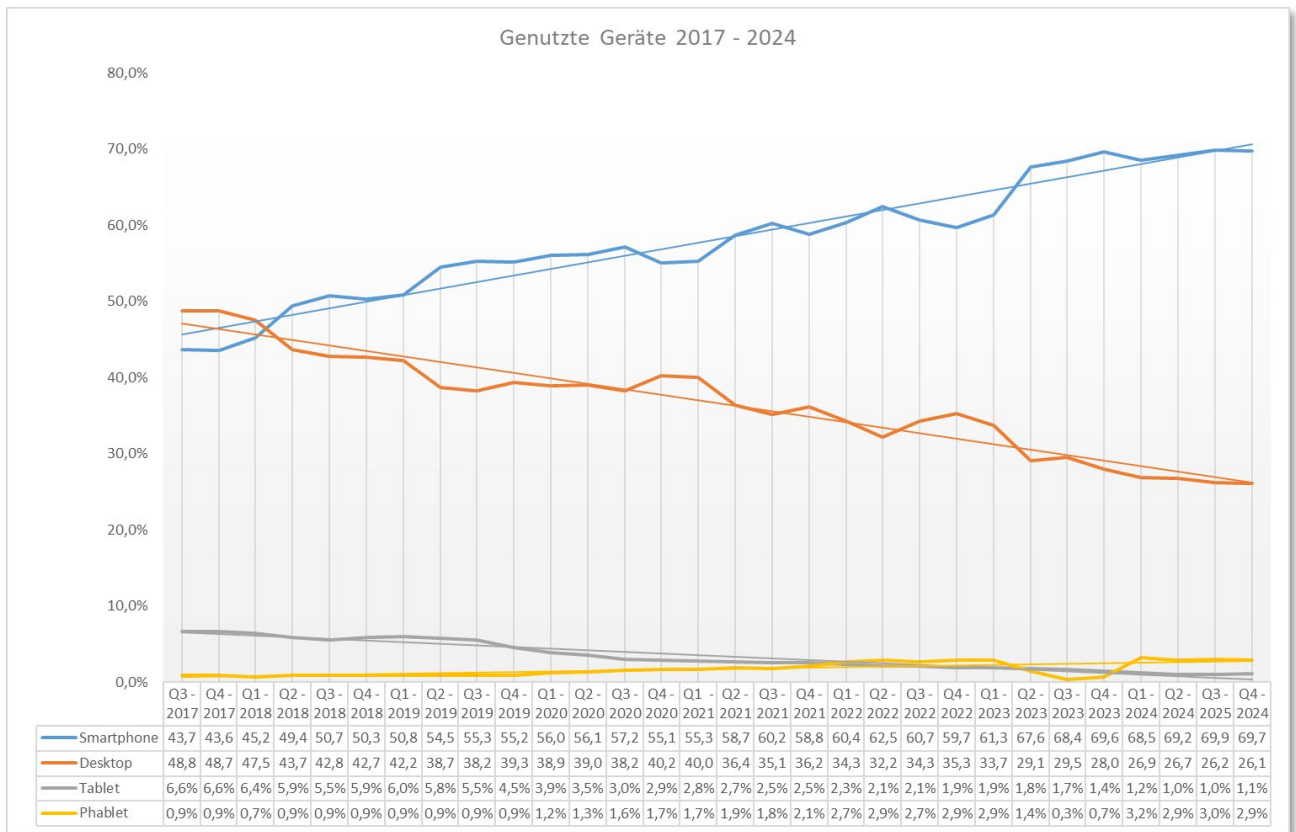
Herkunftsländer

Wie zu erwarten erfolgen die meisten 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 2024 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 mittlerweile knapp 70% der Zugriffe deutlich an der Spitze liegt.

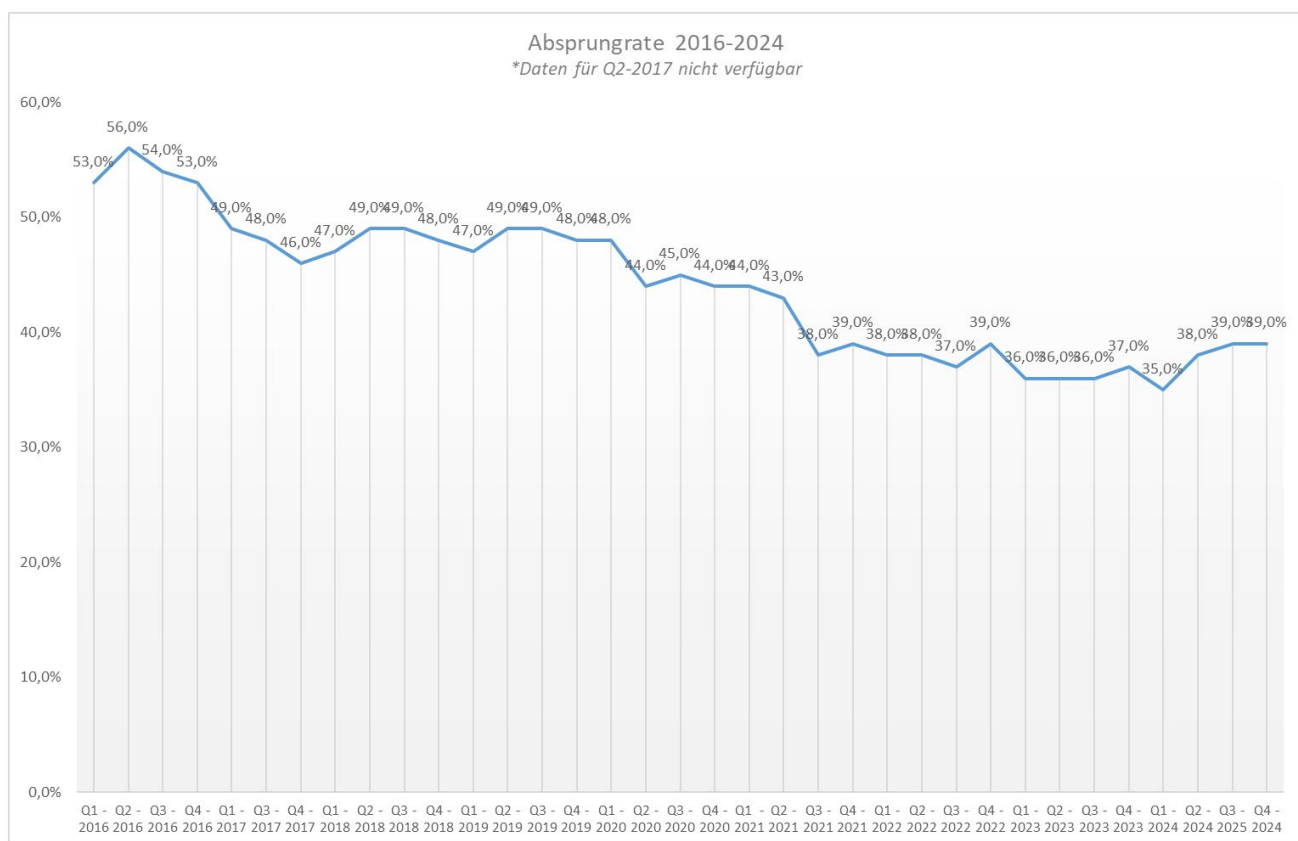


Besucherverhalten

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 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 ist die Absprungrate langsam aber kontinuierlich gesunken und hat sich seit Ende 2021 auf einen Wert zwischen 35-39% eingependelt.

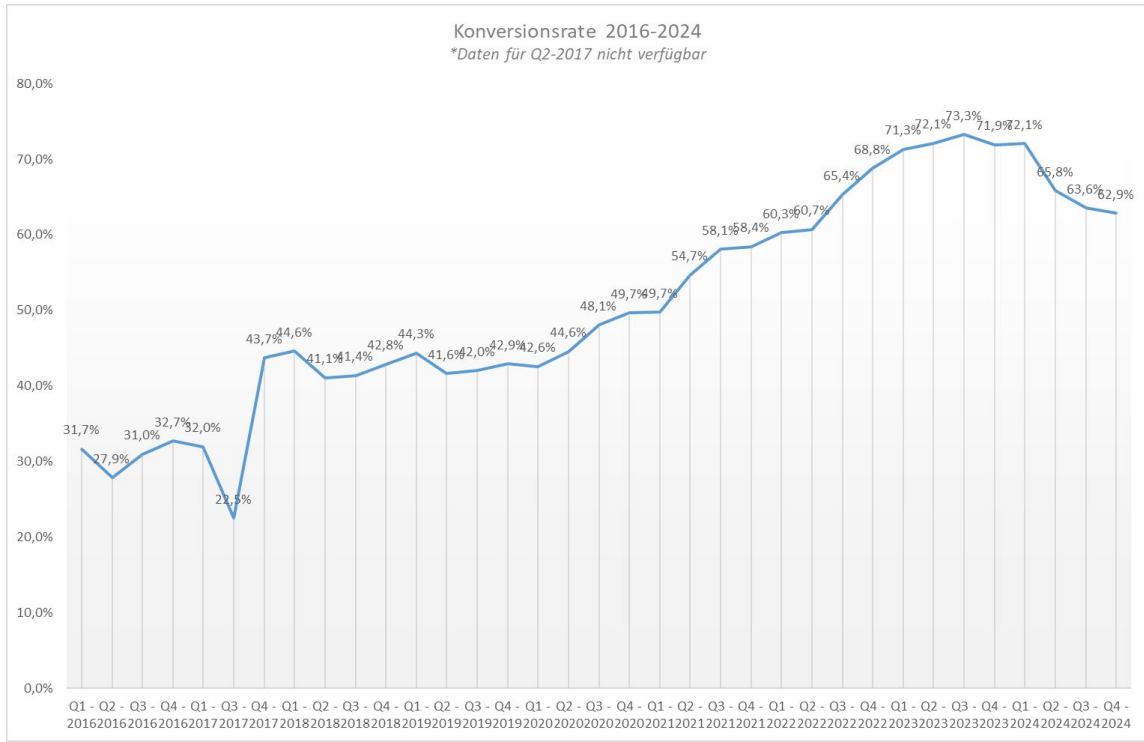


Die Konversionsrate ist eine Kennzahl, mit Hilfe derer erfasst werden soll, ob Nutzer*innen erfolgreich zu ihrem Ziel gekommen sind bzw. ob der Zweck der Website erfüllt wird. In einem Online Shop besteht die Konversionsrate z.B. in dem Verhältnis von durchgeführten Käufen zu der Gesamtzahl an Besuchen.

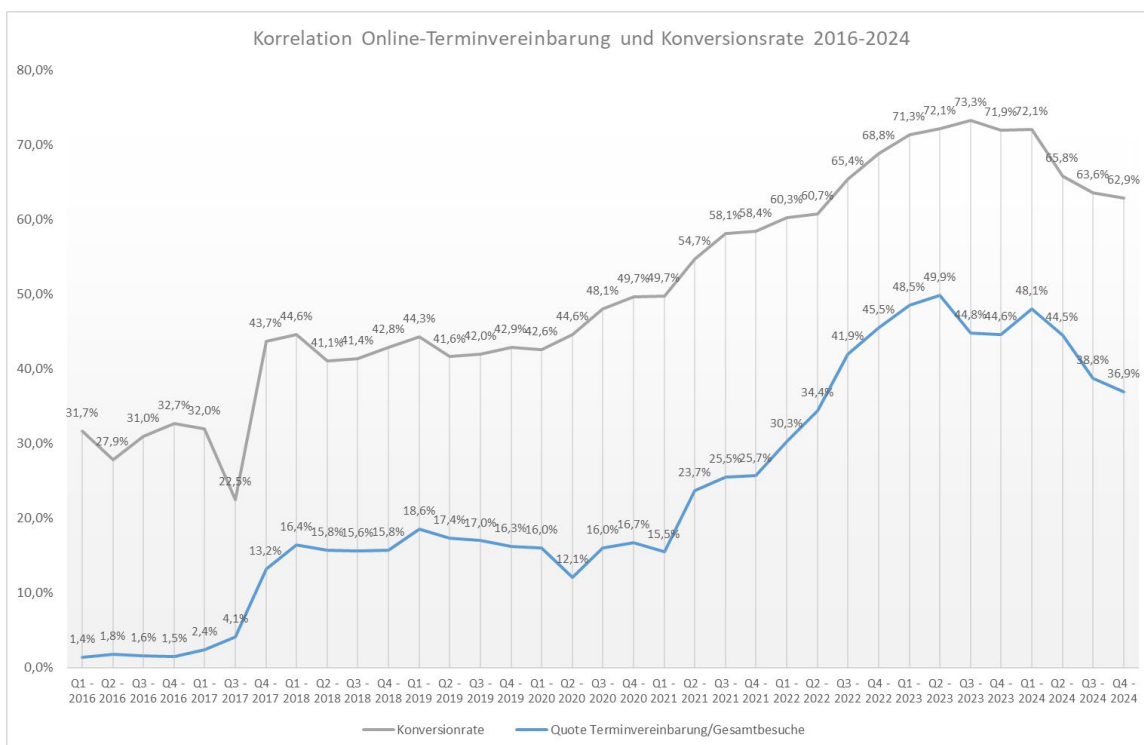
Das Ziel des Serviceportals ist es, Bürger*innen und Unternehmen über verschiedene Verwaltungsdienstleistungen zu informieren, ihnen Online-Dienste oder Formulare zur Verfügung zu stellen, sie an die zuständigen Stellen zu verweisen oder ihnen die Terminvereinbarung zu erleichtern. Messbar ist der Erfolg 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 bis zum Jahr 2023 anstieg. Der positive Trend ließ zunächst vermuten, dass Nutzer*innen immer besser die gesuchten Informationen auf dem Portal finden.



Genauere Analysen zeigten jedoch, dass der Verlauf der Konversionsrate spätestens ab Q4 2017 mit dem Anteil der Klicks auf die Online-Terminvereinbarung an der Gesamtmenge der ausgehenden Links zu korrelieren scheint.



Möglicherweise lässt sich der Anstieg der Konversionrate dadurch erklären, dass es aufgrund der hohen Auslastung bei den BürgerServiceCentern ab Ende 2021/Anfang 2022 schwierig wurde, einen zeitnahen Termin zu erhalten. Nutzer*innen waren somit gezwungen, mehrfach den Link zur Online-Terminvergabe aufzurufen, um letztendlich einen freien Termin zu erhalten.

Vor diesem Hintergrund könnten die seit Q2 2024 sinkenden Zugriffe auf die Terminvereinbarung und die gleichzeitig sinkende Konversionsrate darauf hinweisen, dass erste Maßnahmen für eine bessere Verfügbarkeit von Terminen greifen. Die Entwicklung bleibt weiter zu beobachten.