

# Traffic-Analyse der Website der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Als **Auswertungszeitraum** wurde **Januar-Dezember 2023** gewählt.

Zur Erhebung der Daten wurde einerseits Matomo gewählt, ein Webanalyse-Tool, das Benutzer:innen ermöglicht, detaillierte Einblicke in das Besucherverhalten auf ihrer Website zu erhalten und datenschutzkonform zu analysieren. Des Weiteren wurde die Google Search Console zur Erhebung von Suchdaten aus Google eingesetzt. Die Google Search Console ist ein kostenloses Tool von Google, das Website-Betreiber:innen hilft, die Sichtbarkeit ihrer Website in den Google-Suchergebnissen zu überwachen und zu optimieren.

Aufgrund der Einstellungen mancher Benutzer:innen (Do-Not-Track-Einstellung, Ad-Blocker) sind in Matomo nur ungefähr 50%-60% der Daten aller Benutzer:innen zu sehen.

Die Webstatistik sollte auf folgende Punkte untersucht werden:

- Welche Seiten werden am häufigsten besucht?
- Welche Seite scheinen so gar nicht interessant zu sein?
- Von welchen Seiten springen die meisten ab?
- Auf welchen Seiten halten sich die Benutzer:innen am längsten auf?
- Welche angebotenen Downloads werden verwendet? Welche nicht?
- Von welchen Suchmaschinen kommen die Besucher?
- Von welchen Social Media Kanälen kommen die Interessierten?
- Wie relevant ist Social Media überhaupt relevant für unsere Seite?
- Nach welchen Inhalten wird am häufigsten gesucht?
- Sind bestimmte Klick- und Informationswege oder auch Irrwege zu erkennen?

Des Weiteren wurden allgemeine Kennzahlen erhoben:

- Anzahl der Benutzer:innen (insgesamt und wiederkehrend)
- Anzahl der Seitenaufrufe (insgesamt und wiederkehrend)
- Geografische Herkunft der Benutzer:innen
- Geräte: Smartphones, Tablets, Desktop
- Interne Suche

## Begriffserläuterungen

Im Abschnitt zur Google Search Console gibt es einen Überblick über die Performance der Seiten bei Google.

### **Erläuterungen zu den Kategorien in den Matomo-Tabellen**

- Erstmalige Seitenansichten: Wie oft eine Seite das erste Mal in einer Sitzung (synonym mit der Kategorie "Besuch" in einigen Tabellenköpfen) besucht wird. In Matomo dauert eine Sitzung 30 Minuten.
- Seitenansichten insgesamt: Die Gesamtzahl der Besuche einer Seite, egal ob es das erste oder weitere Male sind.
- Durchschnittszeit pro Seite (sec): Die durchschnittliche Verweildauer der Nutzer auf einer Seite in Sekunden.
- Absprungrate: Der Prozentsatz der Besucher, die nach dem Besuch einer einzigen Seite die Website wieder verlassen.

### **Erläuterungen zu den Kategorien in den Google Search Console-Tabellen**

- Klicks: Wie viele Klicks auf Seiten von ovgu.de wurden über die Google-Suche ausgelöst
- Impressionen: Wie oft Seiten von ovgu.de bei Suchen erscheinen
- CTR: Click Through Rate: Durchschnittliche Klickrate in Prozent
- Position: das durchschnittliche Ranking der Keywords, für die die Seiten bei den Suchen auftauchen

## Inhaltsverzeichnis

<i>Begriffserläuterungen</i> .....	2
<i>Zusammenfassung und Fazit der Traffic-Analyse der Website der OVGU Magdeburg</i> .....	4
Besucherverteilung und Herkunft .....	4
Gerätekatgorien .....	4
Beliebte und weniger beliebte Seiten.....	4
Verweildauer auf den Seiten und Absprungraten .....	4
Akquisition und Referrer .....	5
Social Media.....	5
Interne Suchanfragen.....	5
Handlungsempfehlungen.....	5
<i>Globale Zahlen</i> .....	6
Besuche und Seitenaufrufe.....	6
TOP 10 Zugriffsländer .....	6
TOP 10 Zugriffsstädte.....	6
<i>Gerätekatgorien</i> .....	7
TOP 10 aufgerufene Seiten .....	8
<i>BOTTOM 10 aufgerufene Seiten</i> .....	8
TOP 10 Seiten-Verweildauer .....	10
TOP 10 Absprungraten .....	12
<i>Akquisition (TOP 10 Referrer/Quellen)</i> .....	13
Websites.....	13
Suchmaschinen .....	14
Social Networks.....	15
Kampagnen .....	15
TOP 10 Downloads.....	16
TOP 10 interne Suchanfragen .....	17
<i>Transitionen</i> .....	17
<i>Besonderheiten</i> .....	20
<i>Google Search Console</i> .....	20
TOP 10 Suchimpressionen .....	20
TOP 10 Klicks .....	21
TOP 10 Suchimpressionen (URLs).....	21
TOP 10 Klicks (URLs).....	22

## Zusammenfassung und Fazit der Traffic-Analyse der Website der OVGU Magdeburg

Im Folgenden gibt es eine Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Trafficanalyse für ovgu.de für das Jahr 2023. Detaillierte Anmerkungen befinden sich in den Einzelbereichen der jeweilig untersuchten Kennzahlen.

Die umfassende Traffic-Analyse zeigt wichtige Erkenntnisse über die Besucher, ihre Herkunft, Interessen und das Nutzungsverhalten auf der Website der OVGU. Basierend auf den gesammelten Daten ergeben sich folgende Schlüsse:

### Besucherverteilung und Herkunft

67,3% der Besucher kommen aus Deutschland, gefolgt von Indien und der Türkei. Dies zeigt ein starkes internationales Interesse an den Seiteninhalten, insbesondere aus diesen beiden Ländern.

Die meisten Besucher stammen aus Magdeburg (Altstadt) mit 24,9%, was auf eine hohe lokale Relevanz hinweist. Andere bedeutende Städte sind Frankfurt am Main, Şişli (Türkei), London (England) und Navi Mumbai (Indien).

### Geräte kategorien

58,6% der Zugriffe erfolgten über Desktop-Geräte, gefolgt von Smartphones und Tablets. Dies deutet darauf hin, dass die Desktop-Nutzung leicht dominiert, aber mobile Zugriffe ebenfalls erheblich sind.

### Beliebte und weniger beliebte Seiten

#### Häufig besuchte Seiten

Die Startseite ist die mit Abstand am meisten aufgerufene Seite (224.625 Aufrufe). Weitere wichtige Seiten sind die Studium-Übersichtsseiten, die Datenschutzerklärung und die Übersichtsseiten für Studienprogramme und Stellenausschreibungen.

#### Wenig besuchte Seiten

Eine große Anzahl von URLs wurde nur einmal aufgerufen. Dies deutet auf eine Vielzahl von Seiten hin, die wenig Interesse wecken und möglicherweise konsolidiert oder verbessert werden sollten. Hier ist es leider nicht möglich eine qualitative Aussage über wichtige, aber dennoch wenig besuchte Seiten zu machen. Eine Auflistung von Seitenstrukturbereichen, unter denen sich wenig aufgerufene Seiten befinden, befindet sich im Bereich „BOTTOM 10 aufgerufene Seiten“. Hier könnten bei Bedarf die entsprechenden Bereiche in Matomo vereinzelt auf eventuell wichtige aber dennoch selten aufgerufene Seiten untersucht werden.

### Verweildauer auf den Seiten und Absprungraten

Die Verweildauer auf den Seiten betrug zwischen 35 Minuten und 1 Sekunde. Viele der Seiten mit einer hohen Verweildauer wurden allerdings nur selten aufgerufen, manche hatten nur einen Aufruf. Bei vielen URLs wurde eine sehr hohe Absprungrate festgestellt, die darauf zurückzuführen sein kann, dass die Besucher den gesuchten Inhalt gefunden haben und dann

die Seite wieder verlassen haben. Andererseits könnten die Seiteninhalte auch nicht den Erwartungen entsprochen haben.

## **Akquisition und Referrer**

### **Direkte Zugriffe und Suchmaschinen**

45,9% der Zugriffe sind direkte Zugriffe, 45,7% kommen über Suchmaschinen, hauptsächlich Google.

### **Externe Websites**

Die meisten Zugriffe über externe Websites stammen von OVGU-internen Portalen, was auf eine starke interne Vernetzung hinweist. Zugriffe über Studiengangssuche und Stellenportale zeigen das Interesse an Studium und Jobs an der OVGU.

## **Social Media**

### **Social Media**

Social Media ist nicht die Hauptquelle für den Traffic, obwohl die OVGU auf Plattformen wie Facebook und anderen Kanälen aktiv ist. Verbesserungen in der Verlinkung auf ovgu.de und Inhalte, die mehr Reaktionen hervorrufen, könnten die Relevanz von Social Media erhöhen. Umfassendere Eindrücke befinden sich im Bereich „Social Networks“.

### **Interne Suchanfragen**

Begriffe wie "Lehramt", "Bibliothek", "fees" und „Psychologie“ wurden sehr häufig gesucht. In den Suchanfragen befinden sich sowohl deutsche als auch englische Suchwörter.

### **Handlungsempfehlungen**

Wenig besuchte Seiten sollten inhaltlich bewertet und optimiert werden. Wenn diese Seiten nicht mehr gebraucht werden, bietet es sich an, sie zu entfernen oder die Inhalte mit anderen Seiten zusammenzuführen. Der Einsatz von zuvor erhobenen Keywords könnte ebenfalls helfen, diese Seiten bei Google sichtbar zu machen.

Seiten mit hohen Absprungraten sollten untersucht werden. Wenn diese Seiten wichtige Informationen enthalten, könnte ein Absprung gerechtfertigt sein, da die Besucher hier gefunden haben, was sie gesucht haben. Soll das Ziel der Seite allerdings eine weitere Interaktion beinhalten, wie z.B. den Klick auf E-Mails, interne Links oder Downloads, sollten die Seiten inhaltlich oder sogar visuell umgestaltet werden, um die Interaktion mit den Seitenelementen zu fördern.

Es könnten gezielte Kampagnen erstellt werden, etwa auf Social Media und bei Google Ads, um neue Interessenten und somit mehr Traffic für die Seiteninhalte zu gewinnen.

Auch die internen Suchdaten könnten ebenfalls ausgewertet werden. Häufige Suchanfragen lassen leicht das Hauptinteresse erkennen. Hier könnte geschaut werden, ob die zu den Suchanfragen passenden Seiteninhalte und Informationen leicht zugänglich sind, damit die Benutzer:innen diese Informationen leicht finden.

## Globale Zahlen

### Besuche und Seitenaufrufe

- Im anvisierten Zeitraum wurden **536.510** Benutzer:innen verzeichnet. **359.854** davon waren wiederkehrend.
- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug **3m 52s**.
- **39 %** der Benutzer:innen haben die Website nach dem Aufruf von nur einer Seite wieder verlassen.
- Es wurden pro Besuch **3,9** Aktionen durchgeführt (Seitenansichten, Downloads, Klicks auf Links oder Benutzung der Suche).
- Die Seiten wurden **1.694.427mal** aufgerufen, **1.258.187** davon waren erstmalige Seitenaufrufe.

### TOP 10 Zugriffsländer

Bezeichnung	Besuche
Deutschland	361158
Indien	31649
Türkei	21108
Vereinigtes Königreich	12599
Vereinigte Staaten	7537
Pakistan	7123
Russland	6712
Iran	5117
China	4949
Ukraine	4345

**67,3%** der Besucher:innen kamen aus Deutschland, was mit Abstand den Ort der meisten Besucher:innen ausmacht. Auf Platz 2 und 3 stehen Besucher:innen aus Indien und der Türkei. Mit **36,3%** scheint das internationale Interesse an den Seiteninhalten relativ hoch zu sein.

### TOP 10 Zugriffsstädte

Bezeichnung	Besuche
Magdeburg (Altstadt), Deutschland	133601
Frankfurt am Main, Deutschland	113935
Mainz, Rheinland-Pfalz, Deutschland	17110
Şişli, Türkei	17017
London, England, Vereinigtes Königreich	7750
Offenburg, Deutschland	7487

Navi Mumbai (Reliance Corporate Park), Maharashtra, Indien	7275
Erfurt (Krämpfervorstadt), Deutschland	7038
Düsseldorf (Stadtbezirk 4), Deutschland	6430
Magdeburg (Leipziger Straße), Deutschland	5692

Mit **24,9%** kamen die meisten Besucher:innen aus Magdeburg (Altstadt). Hier könnte es sich um einen Mix aus Student:innen und Mitarbeiter:innen der OVGU handeln, sowie generell an den Seiteninhalten interessierten Personen, die ebenfalls in Magdeburg (Altstadt) ansässig sind. An zweiter Stelle stehen mit einer ebenfalls größere Zugriffszahl Besucher:innen aus Frankfurt am Main.

Unter den TOP 10 der Städte finden sich ebenfalls Städte aus anderen Ländern wieder, wie Şişli (Türkei), London (England) und Navi Mumbai (Indien).

## Geräte Kategorien

Bezeichnung	Besuche
Desktop	314498
Smartphone	210635
Tablet	6350
Phablet	4667
unbekannt	349
TV	5
Portable Mediengeräte	3
PKW-Browser	2
Spielekonsole	1

**58,6%** aller Benutzer:innen haben über Desktop-Geräte auf die Seiten zugegriffen. Die restlichen Zugriffe kamen über Smartphones, Tablets, Phablets sowie unbekannte Geräte zustande. Wenige Zugriffe gab es über internetfähige TVs, sonstige portable Mediengeräte, PKW-Browser und Spielekonsolen.

## TOP 10 aufgerufene Seiten

Bezeichnung	Erstmalige Seitenansichten	Seitenansichten insgesamt	Durchschnittszeit pro Seite (sec)	Absprungrate
/	153977	224625	105	29 %
/studium.html	27942	40862	24	12 %
/unimagdeburg/en/Master-p-48820.html	22571	37930	34	23 %
/studienangebot_bachelor.html	19192	33737	39	40 %
/datenschutzerklaerung.html	11237	28986	66	51 %
/studienangebot_master.html	15863	25547	38	23 %
/unimagdeburg/en/study_programmes-p-48816.html	18592	25397	21	7 %
/Stellenausschreibungen_OVGU.html	15849	25318	22	11 %
/universitaet.html	16453	23204	37	21 %
/Karriere_Personal_VerwaltungTechnik.html	13926	22160	75	39 %

Die am meisten aufgerufene Seite war die Startseite mit insgesamt **224.625** Aufrufen, gefolgt von der Studium-Übersichtsseite mit einem größeren Abstand. Die am dritthäufigsten aufgerufene Seite war die englische Übersichtsseite für die Master-Studienangebote, gefolgt von der deutschen Übersichtsseite der Bachelor-Studienangebote.

An fünfter Stelle befindet sich die Datenschutzerklärung, gefolgt von der deutschen Übersichtsseite für die Master-Studienangebote.

An siebter und achter Stelle befinden sich die englische Version der Studienprogramme im Überblick, sowie die Stellenausschreibungen.

An neunter und zehnter Stelle lagen die Übersichtsseite für die Universität und die Übersichtsseite der Stellenausschreibungen für nichtwissenschaftliches Personal.

An 14. Stelle der am meisten aufgerufenen Seiten (nicht in dieser Tabellenübersicht enthalten) gab es eine interessante Entdeckung:

<https://www.ovgu.de/en/Otto%20von%20Guericke%20University%20Magdeburg.rss>

Die URL gibt allerdings anstelle eines RSS-Feeds die englische Startseite wieder. Hier liegt die Vermutung nahe, dass viele Benutzer:innen einen RSS-Feed aufrufen wollten, der an dieser Stelle auffindbar war, allerdings schon im Jahr 2023 nicht mehr aktiv war und durchgehend den Inhalt der englischen Startseite wiedergab.

## BOTTOM 10 aufgerufene Seiten

In der Liste der am wenigsten aufgerufenen Seiten befinden sich **4326** URLs, die jeweils nur einen Seitenaufruf hatten, gefolgt von **1839** URLs, die jeweils 2 Seitenaufrufe hatten, gefolgt von **1088** URLs mit je 3 Seitenaufrufen. Hier ist es leider nicht möglich, eine übersichtliche Tabelle darzustellen.



Unter den Seiten mit jeweils nur einem Seitenaufruf befinden sich vermehrt Unterseiten innerhalb der Seitenstrukturen von:

- /Bachelorabsolventen/Infos zum Studienstart/
- /en/International/Outgoing \_ Ways Abroad/Students of the OVGU/
- /en/Research/Advice/Research Funding Support/
- /en/University/Information about the corona virus and the behavior of the university
- /en/University/Structure/Rektorat/Kanzler/Dezernate/Personalwesen/
- /Forschung/Beratung/Forschungsförderung/
- /Forschung/Forschungsprofil/Professoren und Professorinnen/
- /Internationale Studieninteressierte/Infos zum Studienstart/
- /OVGU Wissenschaftler\_innen/
- /Presse \_ Medien/Archiv Schlagzeilen/
- /Presse \_ Medien/Pressemitteilungen/
- /Presse \_ Medien/Publikationen/
- /Studieninteressierte/ (diverse größere Unterseitenbereiche)
- /Studium/ (diverse größere Unterseitenbereiche)
- /unimagdeburg/en/ (diverse größere Unterseitenbereiche)

## TOP 10 Seiten-Verweildauer

Bezeichnung	Erstmalige Seitenansichten	Seitenansichten insgesamt	Durchschnittszeit pro Seite (sec)	Absprungrate
/Universität/Organisation/Senat/Senatsarchiv/Sitzungen-media_id-107900.html	76	88	590	0 %
/Universität/Organisation/Senat/Senatsarchiv/Sitzungen-media_id-105828.html	50	64	444	33 %
/Universität/Organisation/Senat/Senatsarchiv/Sitzungen-media_id-108882.html	72	85	432	38 %
/Forschung/Beratung/Forschungsförderung/Fördermittelgeber/Stiftungen/Stiftungen von A bis Z.html	15	17	410	0 %
/Universität/Organisation/Verwaltung/Amtierende Kanzlerin/Dezernate/Technik und Bauplanung/Betriebstechnik (K42)/Energiemonitoring/Gebäude 32.html	11	12	410	25 %
/Universität/Zusammen die Welt neu denken/Neuigkeiten/PM 58_2022-p-122576.html	11	12	391	25 %
/International/Incoming _ Wege an die Universität/Internationale Studieninteressierte/Organisation des Aufenthalts/Wohnraumsuche/Wohnungssuche - FAQ-faq-56444.html	11	26	390	11 %
/Universität/Organisation/Senat/Senatsarchiv/Sitzungen-media_id-105248.html	96	112	384	40 %
/Universität/Organisation/Senat/Senatsarchiv/Sitzungen-media_id-110306.html	47	55	375	80 %
/Presse_Medien/Pressemitteilungen/PM 2022/Mai/PM 28_2022-p-121038.html	10	12	371	40 %

In den oberen 1000 Zeilen der nach Verweildauer sortierten URL-Exporte befanden sich größtenteils URLs mit nur einem oder zwei Aufrufen. Das hat aus technischer Sicht mehrere Gründe: Einige URLs wurden mit dem von Facebook mitgelieferten Parameter „fbclid“ aufgezeichnet, andere scheinen von der Onlineredaktion aus dem Backend heraus aufgerufen worden zu sein, da diese URLs teilweise mit Suffixen wie „nonactive-1-preview-1-showdeleted-1.html“ versehen sind. Dann gibt es wiederum URLs, die nur eine einzige Seitenansicht und eine hohe Verweildauer aufweisen, wie z.B.

*/Universität/Organisation/Verwaltung/Amtierende Kanzlerin/Dezernate/Personalwesen/K22\_Tarifbeschäftigte/Informationen zum Arbeitsvertrag/Arbeitszeit\_Sonderformen der Arbeit\_Nebentätigkeiten\_Entsendungen\_Dienstreisen/Arbeitszeit.html*. Hier könnte es sein, dass die URL tatsächlich schwer auffindbar war oder nur temporär existierte und die Seiteninhalte an anderer Stelle auffindbar sind und daher an dieser Stelle mehrere Seitenaufrufe erhalten haben.

Diese Liste wurde gefiltert, sodass hier nur URLs stehen, die mindestens 10 Seitenaufrufe und eine höhere durchschnittliche Verweildauer aufweisen, um ein klareres Bild von den Seiteninhalten zu bekommen, die inhaltlich am wichtigsten zu sein scheinen. In einigen

Fällen kann es jedoch sein, dass die Seiten ohne weitere Interaktion sehr lange geöffnet waren. Das kann leider aus den Daten nicht herausgelesen werden.

## TOP 10 Absprungraten

Bezeichnung	Erstmalige Seitenansichten	Seitenansichten insgesamt	Durchschnittszeit pro Seite (sec)	Absprungrate
/Universität/Organisation/Verwaltung/Dezernate/Personalwesen/Abteilung Reisekosten und Lehrbeauftragte (K25)/Dienstreisen und WinTrip®/FAQ _ Dienstreise/FAQ _ Dienstreise abrechnen/Sind Kosten für die Beschaffung eines Reisepasses erstattungsfähig _p-63174.html	42	43	6	98 %
/Presse _ Medien/Pressemitteilungen/PM 2005/Juni/PM 103_2005-p-13072.rss	61	63	6	97 %
/Universität/Im Portrait/Profilierungsschwerpunkte/Forschung _ Transfer/Wie Depressionen unser Gehirn verändern.html	37	37	2	97 %
/-p-63060.html	452	468	25	96 %
/Universität/Organisation/Verwaltung/Amtierende Kanzlerin/Dezernate/Personalwesen/Abteilung Reisekosten und Lehrbeauftragte (K25)/Dienstreisen und WinTrip®/Beantragung und Abrechnung/Dienstreisen/Kleine und große Wegstreckenentschädigung.html	143	145	25	96 %
/Universität/Organisation/Verwaltung/Dezernate/Finanzangelegenheiten/Beschaffung_ Zahlstelle/Beschaffung/Open_House Verfahren-p-126128.html	36	39	30	96 %
/Presse _ Medien/Pressemitteilungen/PM 2023/März/PM 26_2023-p-128480.html	33	34	42	96 %
/Universität/Organisation/Verwaltung/Dezernate/Personalwesen/Abteilung Reisekosten und Lehrbeauftragte (K25)/Dienstreisen und WinTrip®/Beantragung und Abrechnung/Dienstreisen/Kleine und große Wegstreckenentschädigung.html	112	116	18	95 %
/Universität/Im Portrait/Profilierungsschwerpunkte/Studium _ Lehre/Alle guten Dinge sind 3.html	58	59	9	95 %
/Universität/Organisation/Verwaltung/Dezernate/Personalwesen/K25 _ Reisekosten und Lehrbeauftragte/Dienstreisen und WinTrip®/Beantragung und Abrechnung/Dienstreisen/Kleine und große Wegstreckenentschädigung.html	41	42	13	95 %

**1707** URLs hatten eine Absprungrate von über **50%**. Das sollte aus zweierlei Hinsicht betrachtet werden: Wenn die Benutzer:innen die Inhalte gefunden haben, die sie gesucht haben, ist ein Absprung an dieser Stelle vertretbar. Sollten allerdings weitere Interaktionen auf der Seite erforderlich sein und die Seiten trotzdem nach dem ersten Öffnen wieder geschlossen worden sein, könnte das ein negatives Indiz sein. Meistens haben die Benutzer:innen einen anderen Seiteninhalt erwartet und die Seite ohne Interaktion wieder verlassen.

## Akquisition (TOP 10 Referrer/Quellen)

Alle Zugriffe, deren Herkunft nicht ermittelt werden kann, werden als "direkte Zugriffe" gezählt. Das können einerseits Zugriffe über Bookmarks, Emails, Instant Messenger oder Short URLs sein, andererseits haben Webseitenbetreiber die Möglichkeit, die Verweisinformationen nicht an die verlinkte Webseite zu übermitteln. Einige Benutzer:innen deaktivieren das Übermitteln des Referrers ebenfalls über die Browsereinstellungen, bzw. ein Add-on.

Bezeichnung	Besuche
Direkte Zugriffe	246248
Suchmaschinen	244945
Webseiten	39844
Soziale Netzwerke	5249
Kampagnen	224

**45,9%** der Zugriffe waren direkte Zugriffe und **45,7%** Suchmaschinenzugriffe. Die restlichen Verweisarten teilen sich in Zugriffe über externe Webseiten, soziale Netzwerke und Kampagnen auf.

## Websites

Bezeichnung	Besuche
termine.ovgu.de/index	8695
myovgu.ovgu.de/index	3579
my.uni-assist.de/index	2305
www2.daad.de/index	1943
www.med.uni-magdeburg.de/index	1285
ovgu.b-ite.careers/index	1044
www.servicecenter.ovgu.de/index	1028
www.fww.ovgu.de/index	1019
www.personalportal.ovgu.de/index	971
www.hw.ovgu.de/index	646

Der Großteil der Benutzer:innen kam über OVGU-interne Portale wie termine.ovgu, myOVGU, der Medizinischen Fakultät Universitätsklinikum Magdeburg, das Servicecenter, die Fakultät für Wirtschaftswissenschaft, das Personalportal und die Fakultät für Humanwissenschaften auf die Hauptseiten der OVGU.

Weitere Zugriffe kamen über die Uni Assist Studiengangsuche, den DAAD, das ehemalige externe Stellenportal der OVGU (ovgu.b-ite.careers – leitet mittlerweile auf die Stellenausschreibungen bei ovgu.de um).

Ein hoher Anteil der Besuche über interne OVGU-Portale legt nahe, dass diese Besucher größtenteils Mitarbeiter und Studierende der OVGU sind.

Die Zugriffe über die Uni Assist Studiengangsuche und den DAAD lassen eventuell auf Studieninteressierte schließen, die Zugriffe über das ehemalige Stellenportal auf Besucher:innen, die sich für eine Arbeitsstelle an der OVGU interessieren.

Matomo gibt leider keinen Aufschluss über die direkten Unterseiten der jeweiligen Portale und externen Websites, von denen die Benutzer:innen auf die Seiten gelangt sind, hier werden nur die jeweiligen Domains bzw. Subdomains benannt.

Ursprünglich wurde hier die Google-Suche auf Android-Telefonen ebenfalls in der TOP 10 aufgezählt, allerdings müsste dieser Verweis rein technisch gesehen in der Liste der Suchmaschinen auftauchen.

## Suchmaschinen

Bezeichnung	Besuche
Google - Suchbegriff nicht definiert	226535
Bing - Suchbegriff nicht definiert	11076
Ecosia - Suchbegriff nicht definiert	3923
Yahoo! - Suchbegriff nicht definiert	1507
com.google.android.gm/index	1481
DuckDuckGo - Suchbegriff nicht definiert	1132
Yandex - Suchbegriff nicht definiert	239
Baidu - Suchbegriff nicht definiert	192
StartPage - Suchbegriff nicht definiert	162
Brave - Suchbegriff nicht definiert	63

Die mit Abstand meisten Zugriffe wurden über Google generiert, gefolgt von Bing und Ecosia. In Matomo wurden **226.535** Zugriffe über Google verzeichnet, während die Google Search Console **427.465** Klicks registrierte. Das bedeutet, dass wir im untersuchten Zeitraum in Matomo nur 53 % der Zugriffe über Google sehen. Diese Zahl lässt sich leider nicht auf die Gesamtzugriffe hochrechnen, da uns Vergleichszahlen für direkte Zugriffe oder Zugriffe von externen Webseiten und sozialen Netzwerken fehlen, die nicht in Matomo erfasst wurden.

## Social Networks

Bezeichnung	Besuche
Facebook	2413
Instagram	1369
LinkedIn	860
Twitter	464
Telegram	84
YouTube	40
reddit	9
XING	6
Vkontakte	3
Snapchat	1

Im anvisierten Zeitraum wurden genau 10 Social Networks als Quelle in Matomo aufgenommen, von daher gibt die TOP 10 gleichzeitig den gesamten Social Network-Traffic auf die Seiten der OVGU wieder.

Bei Facebook werden momentan 24.000 Follower angezeigt, daher ist die Zugriffszahl von 2413 über Facebook über den gesamten Jahreszeitraum als eher gering einzuschätzen. Auf Facebook selbst wird regelmäßig ein Mix aus historischem Bildmaterial und Informationen gepostet, die im Durchschnitt die meisten Reaktionen (50-100) bekommen. Freizeitaktivitäten (Unipartys, Events, Weihnachtsmarkt) erzielen im Schnitt 15-100 Reaktionen. Informative Inhalte und aktuelle Themen erhalten hingegen im Schnitt nur 8-15 Reaktionen.

Alles in allem generieren die Social-Media-Aktivitäten Zugriffe auf die Webseiten. Es könnte jedoch in Betracht gezogen werden, Inhalte, die bislang nur in Form von Fotos auf Facebook gepostet werden, ebenfalls auf den Webseiten anzubieten. Dann könnten zu den Fotos auch der Link auf die entsprechenden Seiten gepostet werden. Damit erhöht sich die Chance, Klicks über populäre Beiträge auf Social Media zu erhalten.

## Kampagnen

Bezeichnung	Besuche
studycheck	216
default	4
shiksha-onsite	2
zalo	2

Im Jahr 2023 gab es nur wenige Zugriffe über Kampagnen. Über die Seite studycheck.de kamen 216 Zugriffe, 4 Zugriffe hatten „default“ als Kampagnenparameter, 2 Zugriffe erfolgten über die Bildungs-App „Shiksha Onsite“, und weitere 2 Zugriffe kamen über „Zalo“, was höchstwahrscheinlich eine Messenger-App ist. Da es sich bei den letzten beiden um Apps handelt, sind sie wahrscheinlich in die Kampagnenliste aufgenommen worden, weil sie den dort enthaltenen Links Kampagnenparameter zugewiesen haben.

## TOP 10 Downloads

Bezeichnung	Downloads
www.ovgu.de/ - Andere	19429
www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Universität/Dokumente und Formulare/Campusplan Uni Magdeburg.pdf	8478
www.isp.ovgu.de/manec_media/IMMEEnglishSkills-p-2706.pdf	1802
www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Studium/Studieninteressenten/Ergebnisse NC Verfahren/Ergebnisse der Zulassungsverfahren im WS 2022 23.pdf	1191
www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Exmatrikulationsantrag.pdf	1169
www.isp.ovgu.de/manec_media/IBEEnglishSkills-p-2500.pdf	950
www.isp.ovgu.de/manec_media/IMMERelevanceDocu-p-2722.pdf	904
www.isp.ovgu.de/manec_media/FINECEnglishSkills.pdf	879
www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Universität/Fotos anderer Art/Energiepreispauschale/Anleitung BundID Deutsch.pdf	794
www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Universität/Fotos anderer Art/Energiepreispauschale/Anleitung Antrag Deutsch.pdf	791

Im untersuchten Zeitraum wurden **58583** Downloads erfasst. Ein großer Teil der Downloads wurde unter „Andere“ zusammengefasst. Das basiert auf Einstellungen in Matomo, hierunter befinden sich Dateien, die jeweils nur einmal geklickt wurden.



## TOP 10 interne Suchanfragen

Bezeichnung	Suchanfragen	Seitenansichten
Lehramt	115	200
bibliothek	94	130
Bibliothek	91	105
fees	77	111
formularpool	76	140
Psychologie	68	91
lsf	67	81
fee	64	98
frank, r	53	68
apply	51	85

Im untersuchten Zeitraum wurden **23867** Suchanfragen und **38791** aus den Suchergebnissen resultierende Seitenaufrufe getätigt.

Die Liste aller aufgezeichneten Suchanfragen befindet sich in **interne-suche-januar-dezember-2023.xlsx**.

Suchbegriffe, die außerhalb der TOP 500 Suchanfragen liegen, wurden als „Andere“ zusammengefasst.

## Transitionen

Im Folgenden gibt es einen Einblick in die Transitionen für ausgewählte URLs.

Der eingehende Traffic umfasst die Seitenzugriffe von internen und externen Webseiten, internen Suchen, Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Kampagnen, sowie die direkten Zugriffe, sollte die jeweilige Seite die erste Seite sein, die die Besucher:innen geöffnet haben.

Der Part für ausgehenden Traffic umfasst die weiteren Bewegungen der Besucher:innen: Klicks zu internen Seiten, getätigte Suchen über die Suchmaske, getätigte Downloads, die Anzahl der besuchten externen Seiten sowie die Ausstiege, wenn die jeweilige Seite die letzte Seite war, die im Browser geöffnet wurde.

<https://www.ovgu.de/studieninteressierte.html>

Im Jahr 2023 wurden **10.374** Seitenansichten gezählt.

### Eingehender Traffic

- 8.951 von internen Seiten
- 23 von internen Suchen
- 433 von Suchmaschinen
- 1 aus sozialen Netzwerken
- 26 von Webseiten
- 677 direkte Zugriffe

## **Ausgehender Traffic**

- 9.254 zu internen Seiten
- 65 interne Suchen
- 11 Downloads
- 230 ausgehende Verweise
- 792 Ausstiege

<https://www.ovgu.de/studium.html>

Im Jahr 2023 wurden **40.862** Seitenansichten gezählt.

## **Eingehender Traffic**

- 34.125 von internen Seiten
- 671 von internen Suchen
- 893 von Suchmaschinen
- 115 von Webseiten
- 1 von Kampagnen
- 3.563 direkte Zugriffe

## **Ausgehender Traffic**

- 35.421 zu internen Seiten
- 544 interne Suchen
- 51 Downloads
- 1.840 ausgehende Verweise
- 3.442 Ausstiege

<https://www.ovgu.de/forschung.html>

Im Jahr 2023 wurden **4.669** Seitenansichten gezählt.

## **Eingehender Traffic**

- 3.810 von internen Seiten
- 100 von internen Suchen
- 84 von Suchmaschinen
- 1 aus sozialen Netzwerken
- 11 von Webseiten
- 395 direkte Zugriffe

## **Ausgehender Traffic**

- 3.617 zu internen Seiten
- 127 interne Suchen
- 46 Downloads
- 446 ausgehende Verweise
- 661 Ausstiege

<https://www.ovgu.de/karriere.html>

Im Jahr 2023 wurden **13.697** Seitenansichten gezählt.

## **Eingehender Traffic**

- 10.101 von internen Seiten
- 100 von internen Suchen
- 726 von Suchmaschinen
- 35 aus sozialen Netzwerken
- 109 von Webseiten
- 2.069 direkte Zugriffe

## **Ausgehender Traffic**

- 11.648 zu internen Seiten
- 95 interne Suchen
- 35 Downloads
- 435 ausgehende Verweise
- 1.409 Ausstiege

<https://www.ovgu.de/Unternehmen.html>

Im Jahr 2023 wurden **373** Seitenansichten gezählt.

## **Eingehender Traffic**

- 314 von internen Seiten
- 4 von internen Suchen
- 11 von Suchmaschinen
- 3 von Webseiten
- 32 direkte Zugriffe

## **Ausgehender Traffic**

- 290 zu internen Seiten
- 13 interne Suchen
- 7 Downloads
- 43 ausgehende Verweise
- 61 Ausstiege

## Besonderheiten

Im Zeitraum 18. September bis 16. Oktober gab es einen vermehrten Zulauf von Benutzer:innen. In diesem Zeitraum wurden **60.120** Besuche und **175.466** Seitenansichten gezählt. Das entspricht einer Steigerung der Benutzer:innen um **40,9%** im Vergleich zum Vormonat.

Neben der Startseite, Datenschutzerklärung und der Studium-Übersichtsseite wurde der Studienjahresablaufplan (<https://www.ovgu.de/Studium/Studienorganisation/Studienjahresablaufplan.html>) mit **3.098** Aufrufen am meisten besucht, gefolgt von der Seite der Einführungstage für das zu dem Zeitpunkt aktuelle Semester (<https://www.ovgu.de/einfuehrungstage-path-3,43006,42864.html>) mit **2.660** Aufrufen. Die meisten Zugriffe in dem Zeitraum kamen durch direkte Zugriffe (**46,3%**) und Suchmaschinen (**45,4%**) zustande.

## Google Search Console

Die Search Console-Daten für <https://www.ovgu.de> sind erst ab dem 09.05.2023 einsehbar, hier können wir nur einen Teil des Gesamtzeitraums abdecken.

Die Google Search Console ist ein Tool für Webmaster, um die Seiten bei Google anzumelden, Crawlerfehler sowie die Performance der Seiten bei den Suchen der Benutzer:innen einzusehen.

Im Folgenden gibt es eine Übersicht über die Leistung der Seiten bei Google. Diese Daten entstehen rein aus der Interaktion der Benutzer:innen in der Google-Suche, das Benutzer:innenverhalten auf den Seiten wird an dieser Stelle nicht erfasst.

Die Seiten sind im anvisierten Zeitraum **9.504.351mal** für unterschiedliche Suchen bei Google aufgetaucht. **427.465** Klicks wurden gezählt.

### TOP 10 Suchimpressionen

Häufigste Suchanfragen	Klicks	Impressionen	CTR	Position
magdeburg	277	646419	0,04%	14,83
lsf ovgu	1252	89800	1,39%	1,47
otto	39	81406	0,05%	27,12
webmail ovgu	415	73010	0,57%	2,26
ovgu webmail	310	61156	0,51%	2,36
ovgu	24418	39887	61,22%	1,03
ausländerbehörde magdeburg	183	35319	0,52%	5,96
otto von guericke	1037	34340	3,02%	5,69
uni magdeburg	17528	32441	54,03%	1,02

myovgu	2883	27058	10,65%	2,01
--------	------	-------	--------	------

## TOP 10 Klicks

Häufigste Suchanfragen	Klicks	Impressionen	CTR	Position
ovgu	24418	39887	61,22%	1,03
uni magdeburg	17528	32441	54,03%	1,02
otto von guericke university magdeburg	10487	26306	39,87%	1,01
ovgu magdeburg	4658	10506	44,34%	1,04
magdeburg university	4538	12016	37,77%	1,07
magdeburg uni	3566	7180	49,67%	1,02
universität magdeburg	3382	7658	44,16%	1,02
otto von guericke university	3273	9064	36,11%	1,07
otto-von-guericke-universität magdeburg	3230	8372	38,58%	1,03
university of magdeburg	3051	7704	39,60%	1,00

Die meisten Suchimpressionen gab es für „magdeburg“, die meisten Klicks kamen allerdings über „ovgu“ und weitere OVGU- und Uni Magdeburg-relevante Suchanfragen zustande.

Die Liste der TOP 1000 Suchanfragen, für in der Suche erscheinenden und geklickten Seiten, befindet sich in **searchconsole-suchanfragen-2023.xlsx**.

## TOP 10 Suchimpressionen (URLs)

Die häufigsten Seiten	Klicks	Impressionen	CTR	Position
<a href="https://www.ovgu.de/">https://www.ovgu.de/</a>	65485	1327015	4,93%	20,59
<a href="https://www.ovgu.de/en/Otto von Guericke University Magdeburg.rss">https://www.ovgu.de/en/Otto von Guericke University Magdeburg.rss</a>	19503	227298	8,58%	9,46
<a href="https://www.ovgu.de/Direktlinks/Webmail.html">https://www.ovgu.de/Direktlinks/Webmail.html</a>	1028	176465	0,58%	2,40
<a href="https://www.ovgu.de/studium.html">https://www.ovgu.de/studium.html</a>	1695	165292	1,03%	2,77
<a href="https://www.ovgu.de/studiengaenge.html">https://www.ovgu.de/studiengaenge.html</a>	10497	160363	6,55%	3,99
<a href="https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Forschung_Wirtschaft/Dokumente/2021_Publikationsbericht_OVGU.pdf">https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Forschung_Wirtschaft/Dokumente/2021_Publikationsbericht_OVGU.pdf</a>	352	155284	0,23%	20,03
<a href="https://www.ovgu.de/universitaet.html">https://www.ovgu.de/universitaet.html</a>	615	148032	0,42%	2,01
<a href="https://www.ovgu.de/Studium/Infos zum Studienstart/Erste organisatorische Schritte/Stundenpläne_LSF.html">https://www.ovgu.de/Studium/Infos zum Studienstart/Erste organisatorische Schritte/Stundenpläne_LSF.html</a>	2652	137201	1,93%	2,60
<a href="https://www.ovgu.de/karriere.html">https://www.ovgu.de/karriere.html</a>	1302	134349	0,97%	5,08
<a href="https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Forschung_Wirtschaft/Dokumente/2022_Publikationsbericht_OVGU.pdf">https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Forschung_Wirtschaft/Dokumente/2022_Publikationsbericht_OVGU.pdf</a>	353	131036	0,27%	19,40

## TOP 10 Klicks (URLs)

Die häufigsten Seiten	Klicks	Impressionen	CTR	Position
<a href="https://www.ovgu.de/">https://www.ovgu.de/</a>	65485	1327015	4,93%	20,59
<a href="https://www.ovgu.de/en/Otto von Guericke University Magdeburg.rss">https://www.ovgu.de/en/Otto von Guericke University Magdeburg.rss</a>	19503	227298	8,58%	9,46
<a href="https://www.ovgu.de/studiengaenge.html">https://www.ovgu.de/studiengaenge.html</a>	10497	160363	6,55%	3,99
<a href="https://www.ovgu.de/Studium/Studienorganisation/Studienjahresablaufplan.html">https://www.ovgu.de/Studium/Studienorganisation/Studienjahresablaufplan.html</a>	10433	26899	38,79%	5,41
<a href="https://www.ovgu.de/Stellenausschreibungen_OVGU.html">https://www.ovgu.de/Stellenausschreibungen_OVGU.html</a>	7040	18272	38,53%	15,56
<a href="https://www.ovgu.de/unimagdeburg/en/study_programmes-p-48816.html">https://www.ovgu.de/unimagdeburg/en/study_programmes-p-48816.html</a>	7007	103313	6,78%	2,53
<a href="https://www.ovgu.de/Studium/Infos zum Studienstart/Erste organisatorische Schritte/myOVGU.html">https://www.ovgu.de/Studium/Infos zum Studienstart/Erste organisatorische Schritte/myOVGU.html</a>	4911	119248	4,12%	4,71
<a href="https://www.ovgu.de/unimagdeburg/en/Study/First_Year Orientation/First Steps/myOVGU-p-75328.html">https://www.ovgu.de/unimagdeburg/en/Study/First_Year Orientation/First Steps/myOVGU-p-75328.html</a>	4168	64125	6,50%	4,33
<a href="https://www.ovgu.de/studienangebot_lehramt.html">https://www.ovgu.de/studienangebot_lehramt.html</a>	3575	44291	8,07%	20,38
<a href="https://www.ovgu.de/studierendensekretariat-path-2,9609,89,30976,9652,31044.html">https://www.ovgu.de/studierendensekretariat-path-2,9609,89,30976,9652,31044.html</a>	3022	10909	27,70%	13,54

Die am meisten bei Suchanfragen aufgetauchte und geklickte Seite war die Startseite. An zweiter Stelle der am meisten geklickten URLs <https://www.ovgu.de/en/Otto von Guericke University Magdeburg.rss>, die ebenfalls in den TOP 10 der Seitenaufrufe auftaucht. Dafür gibt es zwei Erklärungen: Entweder waren im Jahr 2023 unter dieser RSS-URL überdurchschnittlich relevante Inhalte zu finden, die infolgedessen entsprechend gut bei Google gerankt haben, oder hier wurde tatsächlich der Inhalt der englischen Startseite ausgegeben, nach dem die Benutzer gesucht haben.

Die meisten Klicks kamen aus Pakistan, Indien, Deutschland, Iran und der Türkei, was darauf hindeutet, dass hier englische Inhalte ausgegeben wurden.

Weitere Suchimpressionen und Klicks kamen für die Seiten des Studiums, der Studiengänge und des Studienablaufplans zustande.

Die Liste der TOP 1.000 Seiten, die für Suchanfragen aufgetaucht sind und geklickt wurden, befindet sich in **searchconsole-urls-2023.xlsx**.