



Stadt Erlangen

ErlangenPass

Bericht zur Befragung: Projekt Taxigutschein 2021



Stadt Erlangen
Statistik und Stadtforschung
91051 Erlangen
V.i.S.d.P.: Thorsten Kempf



(09131) - 86 2563



statistik@stadt.erlangen.de



www.erlangen.de/statistik

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier



| | | |
|----|--|----|
| 1. | Einleitung | 4 |
| 2. | Allgemeines | 5 |
| 3. | Nutzung der Gutscheine | 7 |
| 4. | Erfahrungen bei Taxinutzung | 12 |
| 5. | Bedeutung der Gutscheine für die Empfänger | 13 |
| 6. | Fazit | 15 |

1. ErlangenPass

Menschen der Altersgruppe 60plus gelten als Risikogruppe bei einer Infektion mit dem Coronavirus SARS-CoV-2. Sie sind deshalb in besonderem Maße angehalten, Kontakte möglichst zu reduzieren und den Aufenthalt im öffentlichen Raum begrenzt zu halten.

Alltägliche Besorgungen und Erledigungen erfordern jedoch weiterhin Wege außerhalb der Wohnung. Besonders ältere Menschen sind durch Kontaktbeschränkungen bzw. ein erhöhtes Infektionsrisiko verstärkt abhängig von fremder Hilfe und erleben diese Situation als starke Einschränkung ihrer Lebensführung.

Seit Oktober 2020 – etwa zu Beginn der „2. Welle“ der Covid-19-Pandemie - werden durch das Sozialamt der Stadt Erlangen deshalb zur Unterstützung Wertcoupons ausgegeben, die als Alternative zur Nutzung des ÖPNV für Fahrten mit dem Taxi eingesetzt werden können. Damit soll dem Problem begegnet werden, dass notwendige Erledigungen aus Angst vor einer Infektion vermieden oder soziale Kontakte selbst im begrenzt möglichen Umfang nicht mehr gepflegt werden.

Das Angebot richtet sich gezielt an ErlangenPass-Inhaber*innen ab 60 Jahren und damit an sozial benachteiligte Menschen, die bereits aus finanziellen Gründen Einschränkungen ihrer Teilhabe erfahren und in der Regel über kein eigenes KfZ verfügen.

Jede*r Berechtigte erhält auf Nachfrage ein Gutscheinheft mit einem Gesamtwert von 25 €, aufgeteilt auf Einzelcoupons zu 1 x 10 € sowie 3 x 5 €. Damit soll ein nach individuellen Bedürfnissen flexibler Einsatz der Coupons ermöglicht werden. So kann etwa für eine Fahrt auch nur ein oder ein Teil der Coupons eingesetzt und der Differenzbetrag für die Taxikosten aus eigenen Mitteln bezahlt werden. Nach Maßgabe verfügbarer Gutscheinhefte können bedarfsweise weitere Gutscheinhefte nachgefordert werden.

Die mit dem Projekt gemachten Praxiserfahrungen sollten durch eine systematische telefonische Befragung der Teilnehmenden konkretisiert und vertieft werden. Hierfür wurde vom Sozialamt in Abstimmung mit dem Sachgebiet Statistik und Stadtforschung der Stadt Erlangen ein Interviewleitfaden erstellt. Die Durchführung und Auswertung der Befragung erfolgte durch das Sachgebiet Statistik und Stadtforschung im Sommer 2021.

Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse der Befragung vor.

2. Allgemeines

Insgesamt wurden 82 ErlangenPass-Inhaber*innen für die Befragung erreicht, dies entspricht einer Rücklaufquote von 33,2 Prozent.

Die große Mehrheit der Befragten erfuhr von dem Projekt über ein Anschreiben des Sozialamtes. Unter der Kategorie „andere“ fanden sich hauptsächlich Bekannte der Befragten und in einem Fall wurde der/die Befragte von einem Taxifahrer über die Gutscheine in Kenntnis gesetzt.

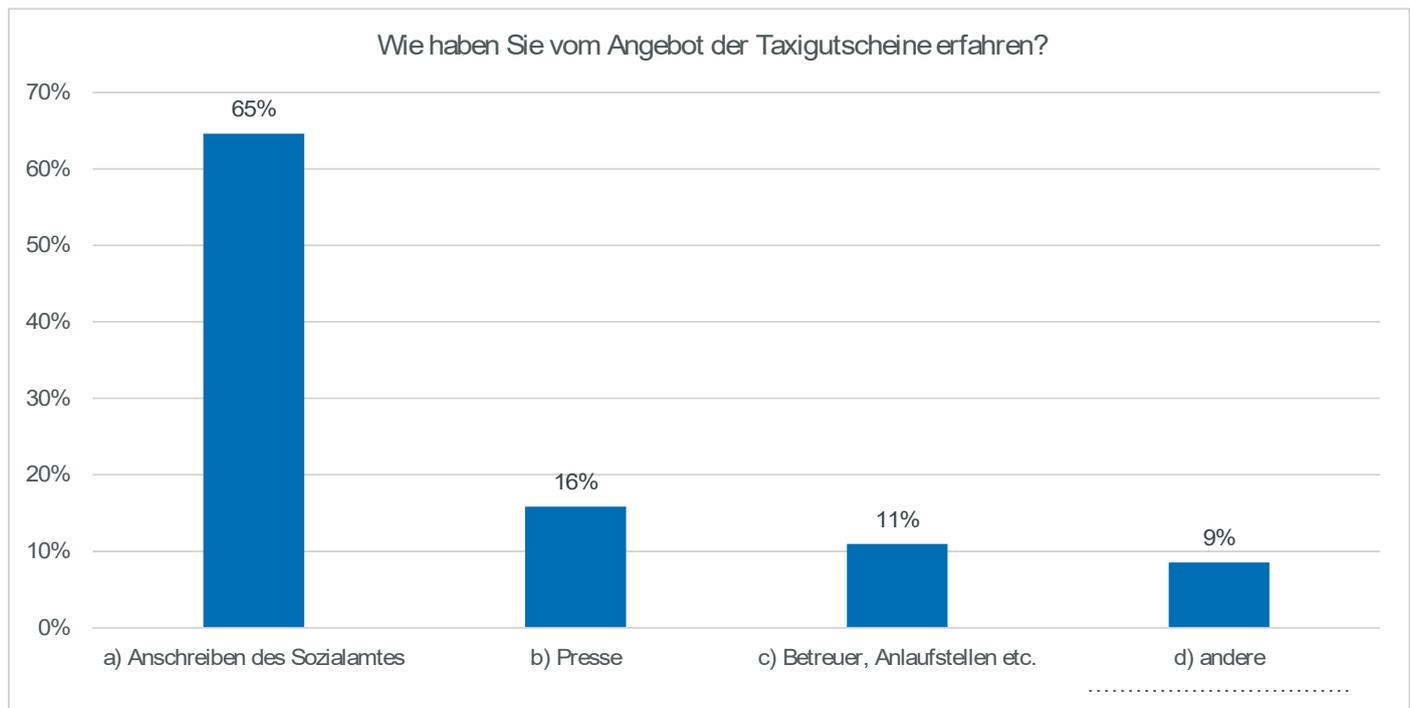


Abb. 1

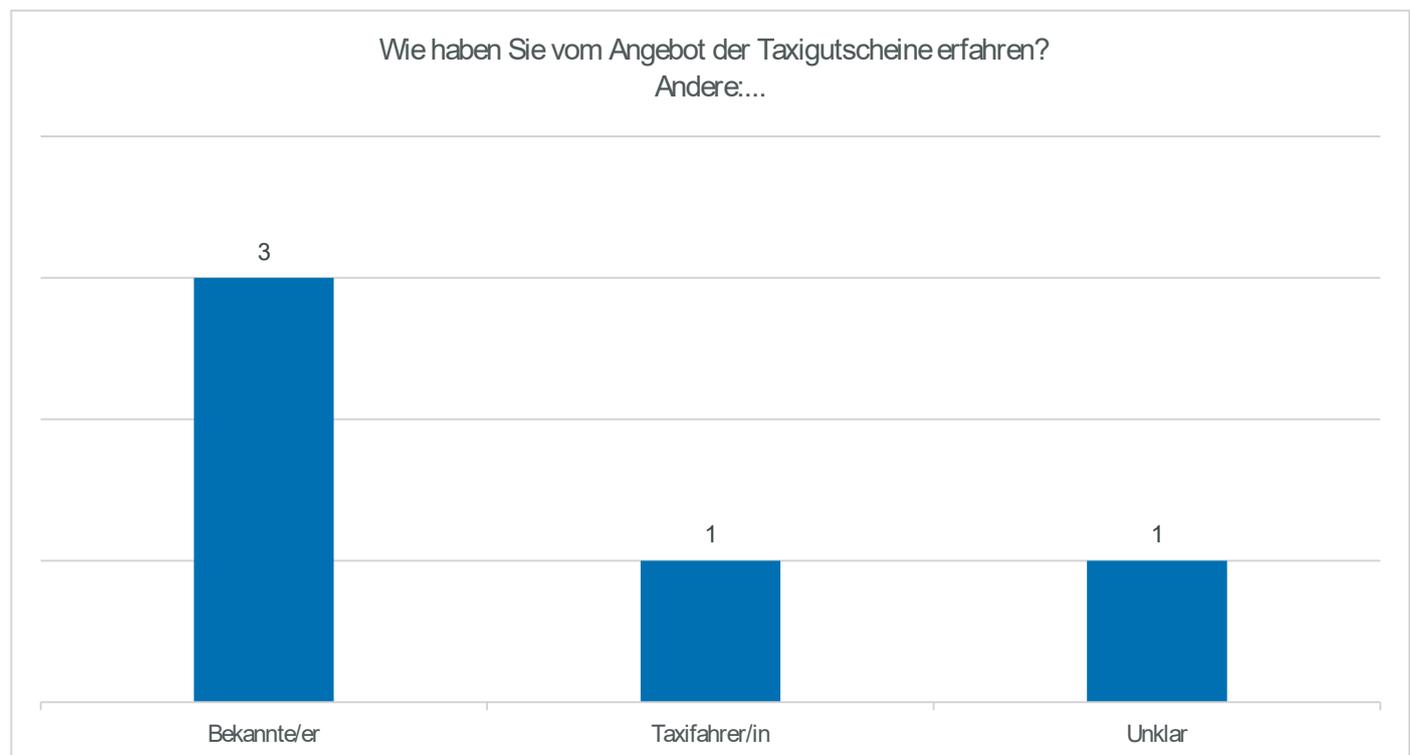


Abb. 2

Bestellt wurden die Gutscheine vorrangig über Telefon und deutlich weniger oft über Dritte oder per Briefpost.

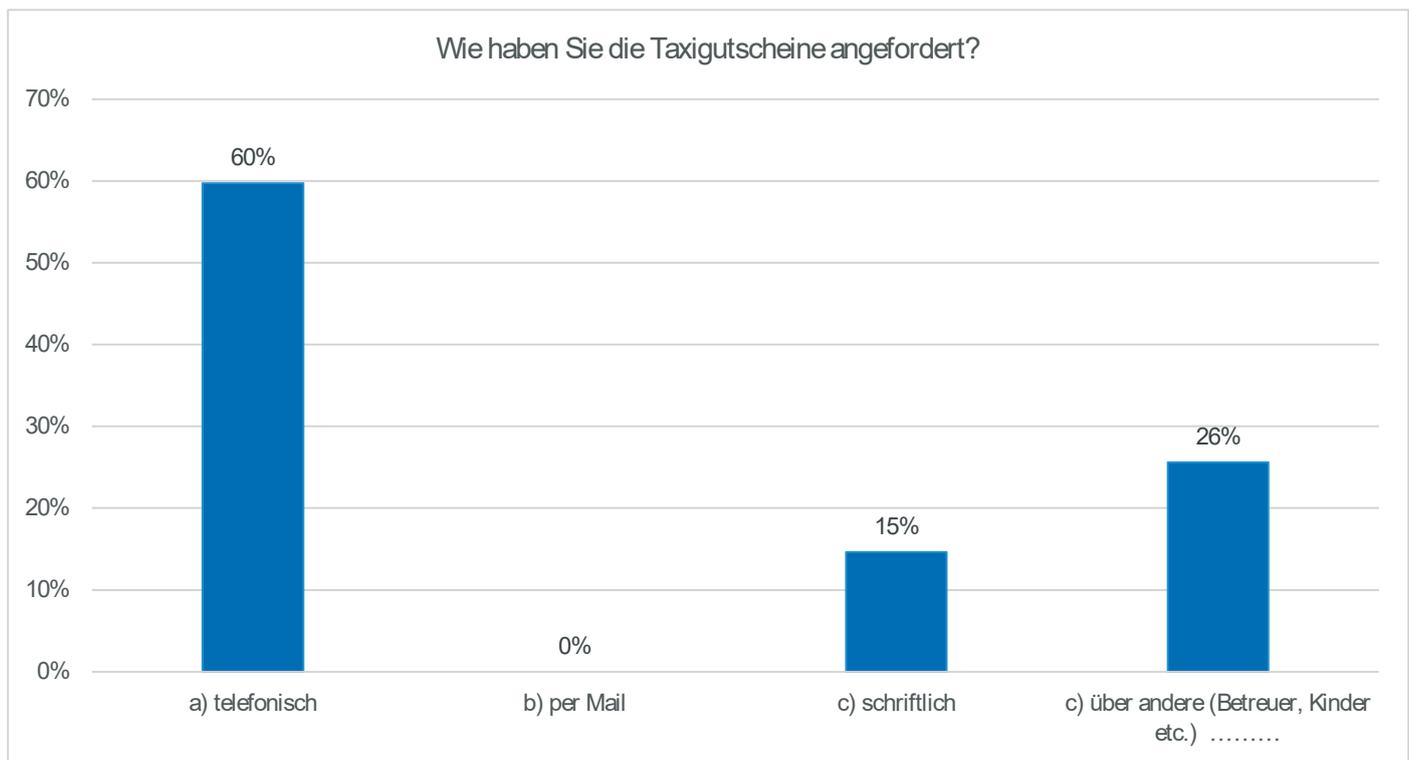


Abb. 3

Bestellte Gutscheine kamen, zur großen Freude des Großteils der Befragten, immer zügig an und ließen selten länger als drei Werktage auf sich warten. Eine/r der Befragten gab in einem Fall an, etwa eine Woche gewartet haben zu müssen, was aber nach seiner/ihrer eigenen Aussage zu keinen Problemen führte, womit die Wartezeit als akzeptabel eingestuft werden konnte. 15 Prozent der Befragten bekamen die Gutscheine ohne eigene Anforderung per Post, oftmals mit dem Informationsschreiben zu dem Projekt. Dies geschah in den Fällen, in denen Betreuer oder andere Bezugspersonen die Gutscheine für die jeweiligen Befragten bestellt hatten.

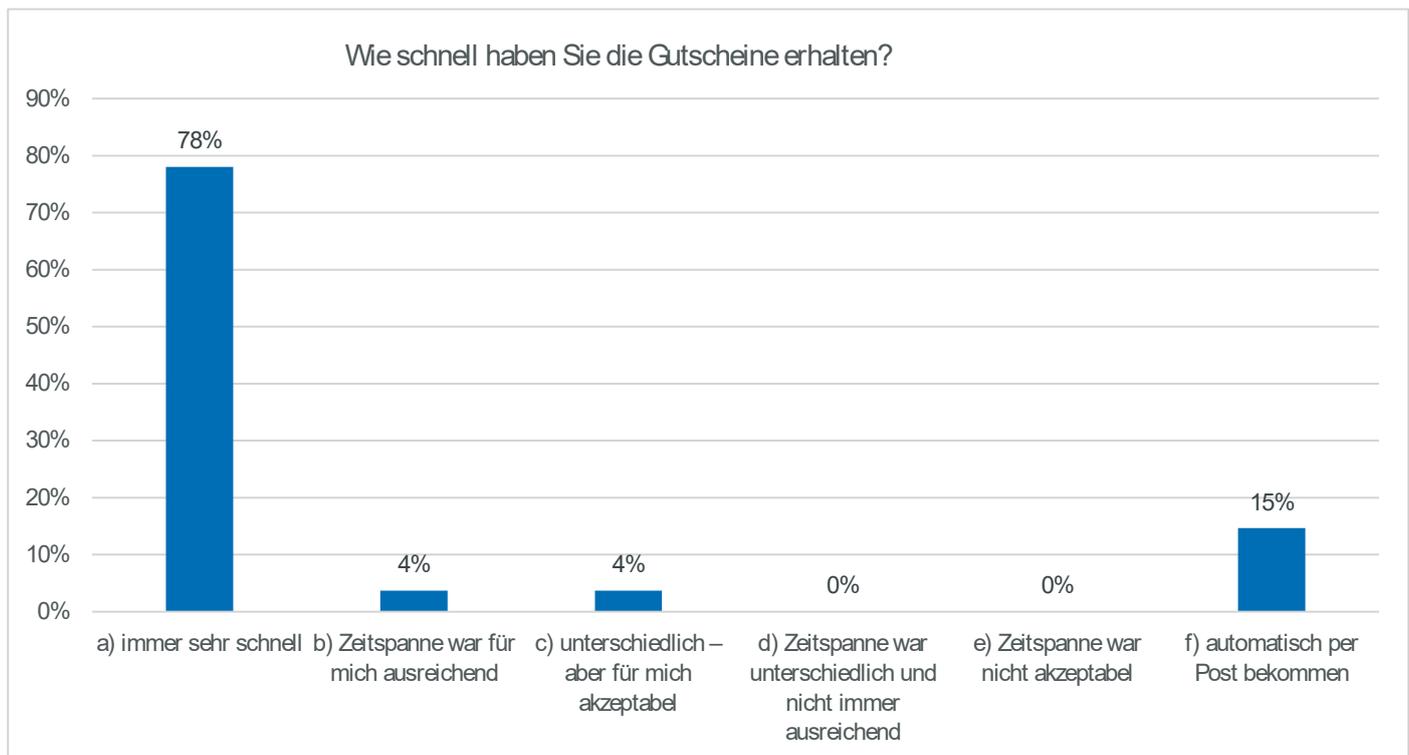


Abb. 4

3. Nutzung der Gutscheine

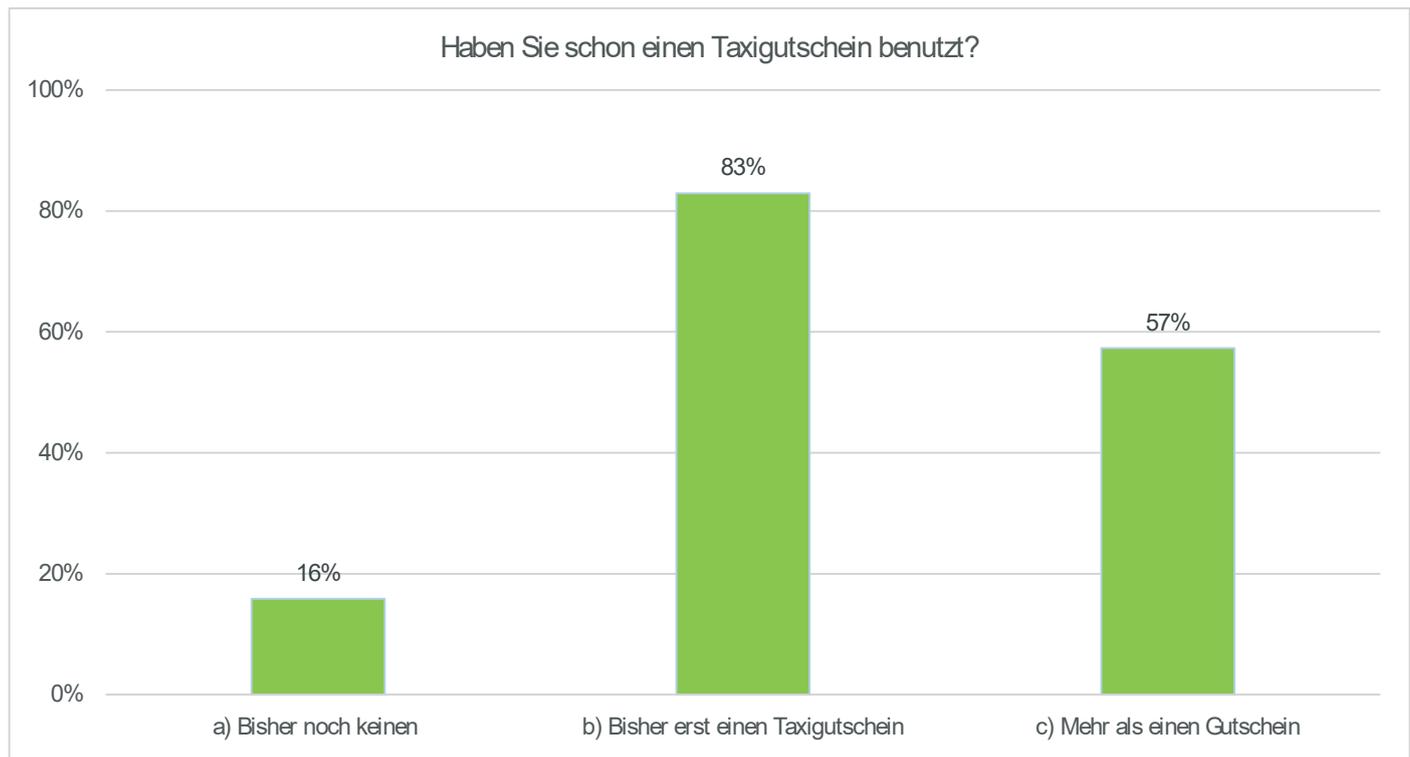


Abb. 5

Der Großteil der Befragten gab an, bisher erst einen Gutschein benutzt zu haben. Knapp über die Hälfte benutzten schon zwei Gutscheine oder mehr. Zum Zeitpunkt der Interviews gab es auch einige Befragte, die einen zweiten Gutschein entweder schon bestellt hatten oder sogar vorliegen und lediglich noch nicht benutzt hatten, dies aber fest beabsichtigten.

Eines der Ziele dieser Befragung war die Erörterung der nicht-Nutzung bestellter Gutscheine. Bei der Befragung ergaben sich folgende Ergebnisse:

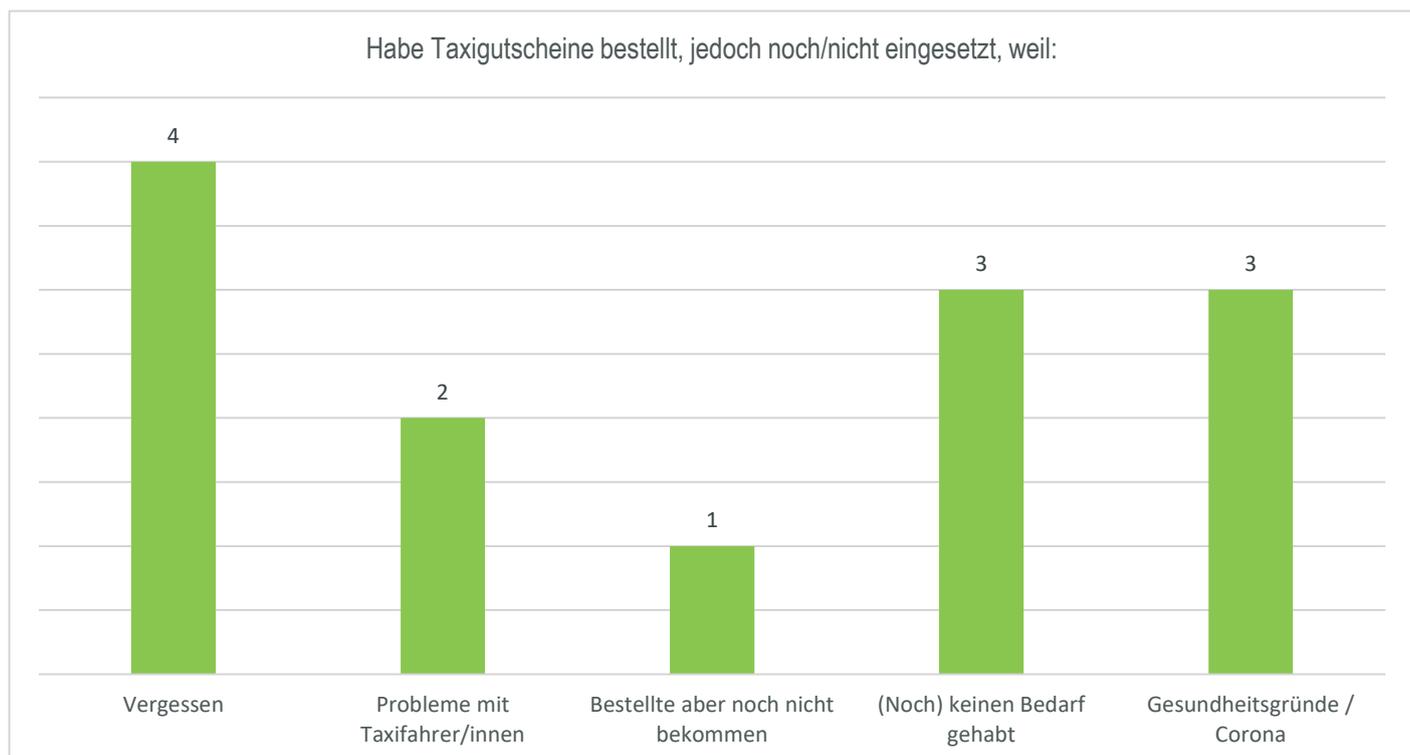


Abb. 6

Von den 13 Befragten, welche ihre Gutscheine nicht genutzt hatten, gaben etwa ein Drittel an diese schlichtweg vergessen zu haben.

Bei den zwei Befragten, welche Probleme mit den Taxifahrern anführten, ließ sich nur in einem Fall verlässlich feststellen, dass dies noch zu Anfang des Projektes geschehen war. Zu diesem Zeitpunkt war das Wissen um die Gutscheine anscheinend noch nicht ausreichend unter den Taxifahrern diffundiert.

In einem Fall war der Gutschein zum Zeitpunkt des Interviews lediglich noch nicht angekommen, der/die Befragte gab jedoch an, den Gutschein benutzen zu wollen.

Fast die Hälfte der Befragten absolvierte zwei Fahrten mit dem ersten 25€ Gutschein, nur wenige Befragte verteilten die Coupons auf vier Fahrten:

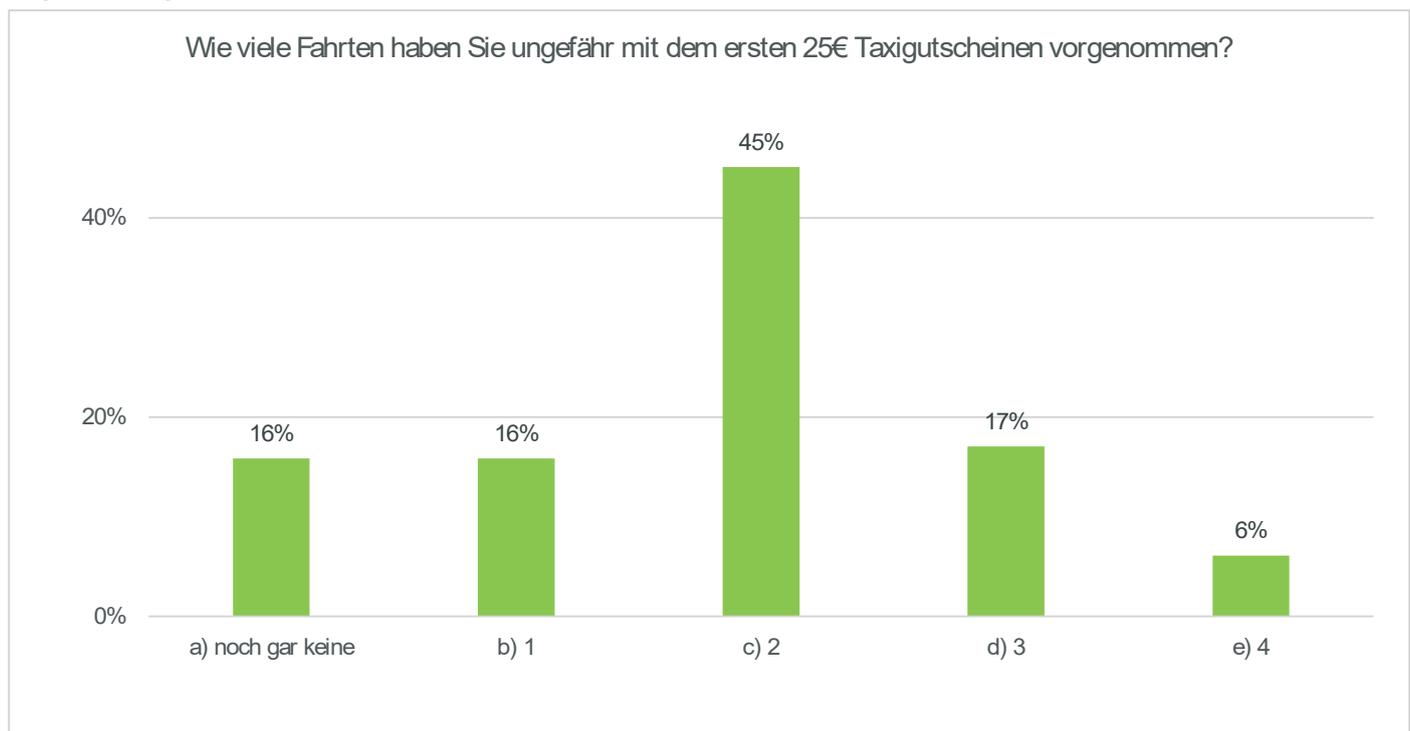


Abb. 7

Das Nutzungsverhalten für alle Folgegutscheine verhielt sich ähnlich, da in vielen Fällen ähnliche Strecken entweder für den Einkauf oder Arztgänge zurückgelegt wurden:

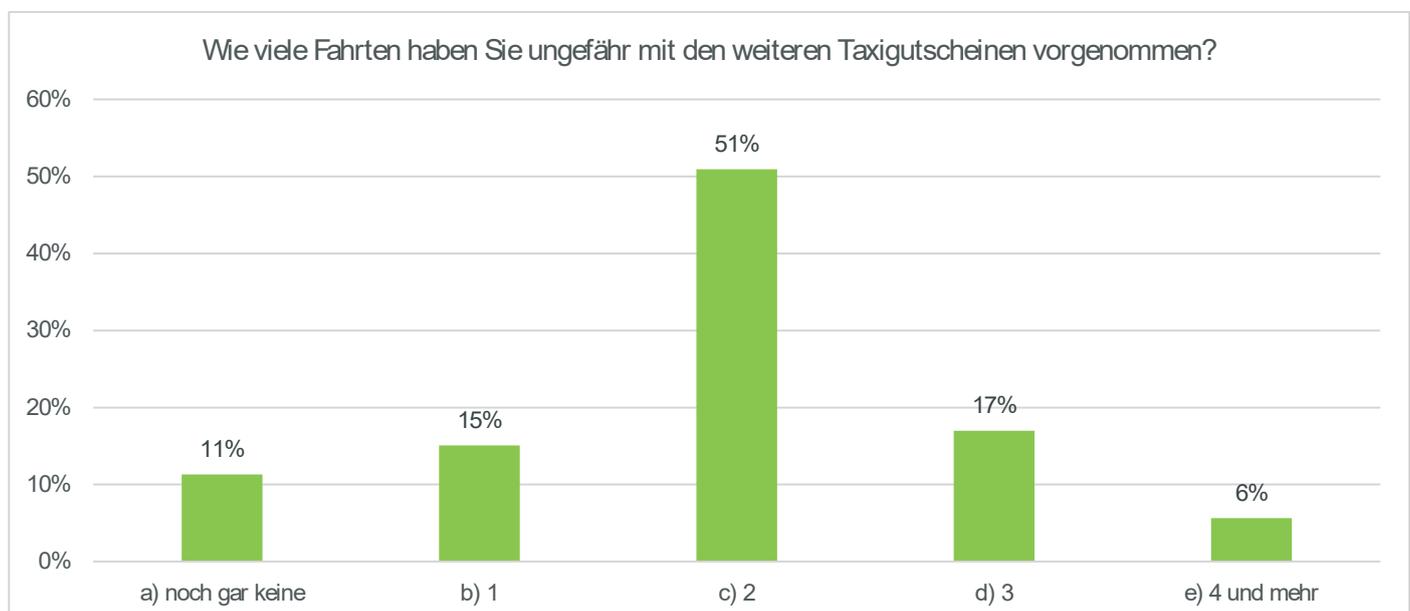


Abb. 8

Dementsprechend wurden Gutscheine nur recht selten in Gänze für eine einzelne Fahrt ausgegeben:

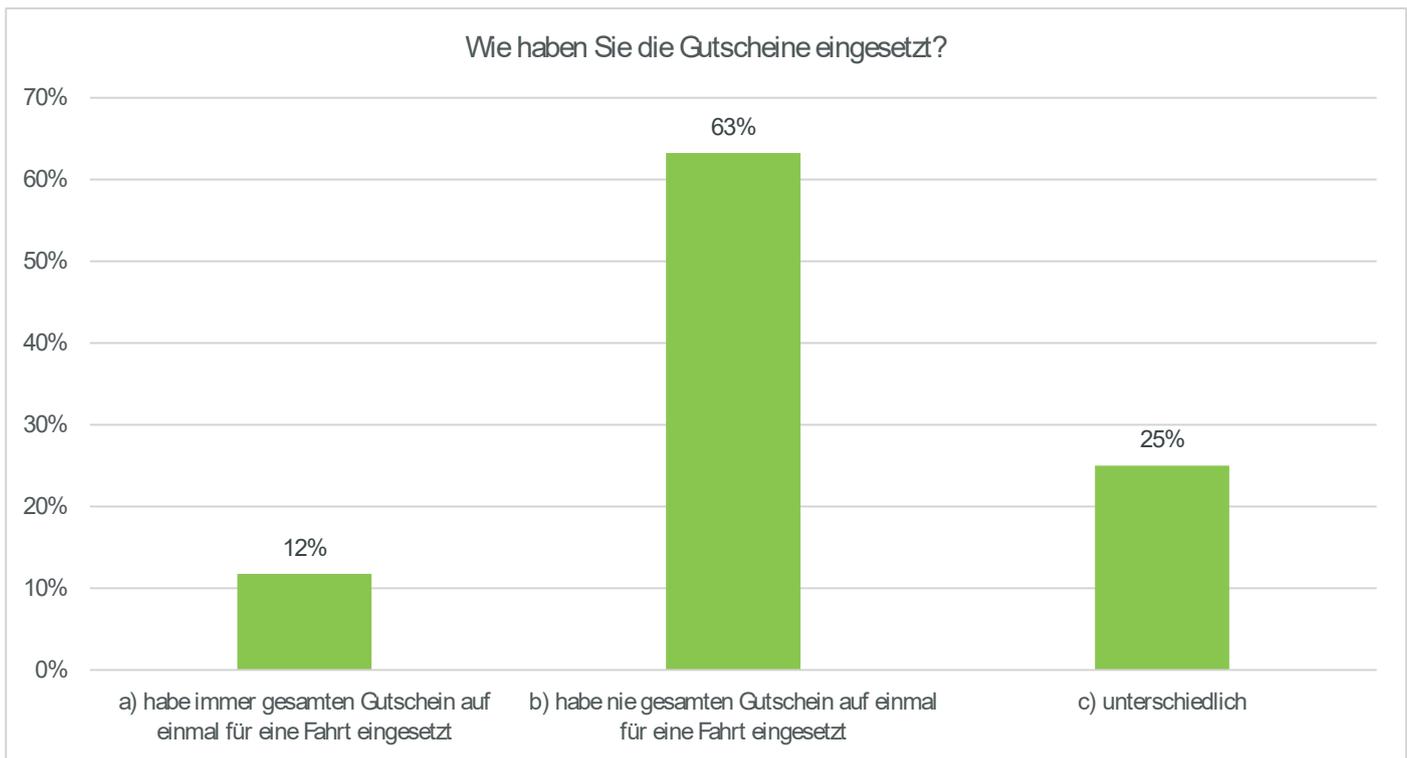


Abb. 9

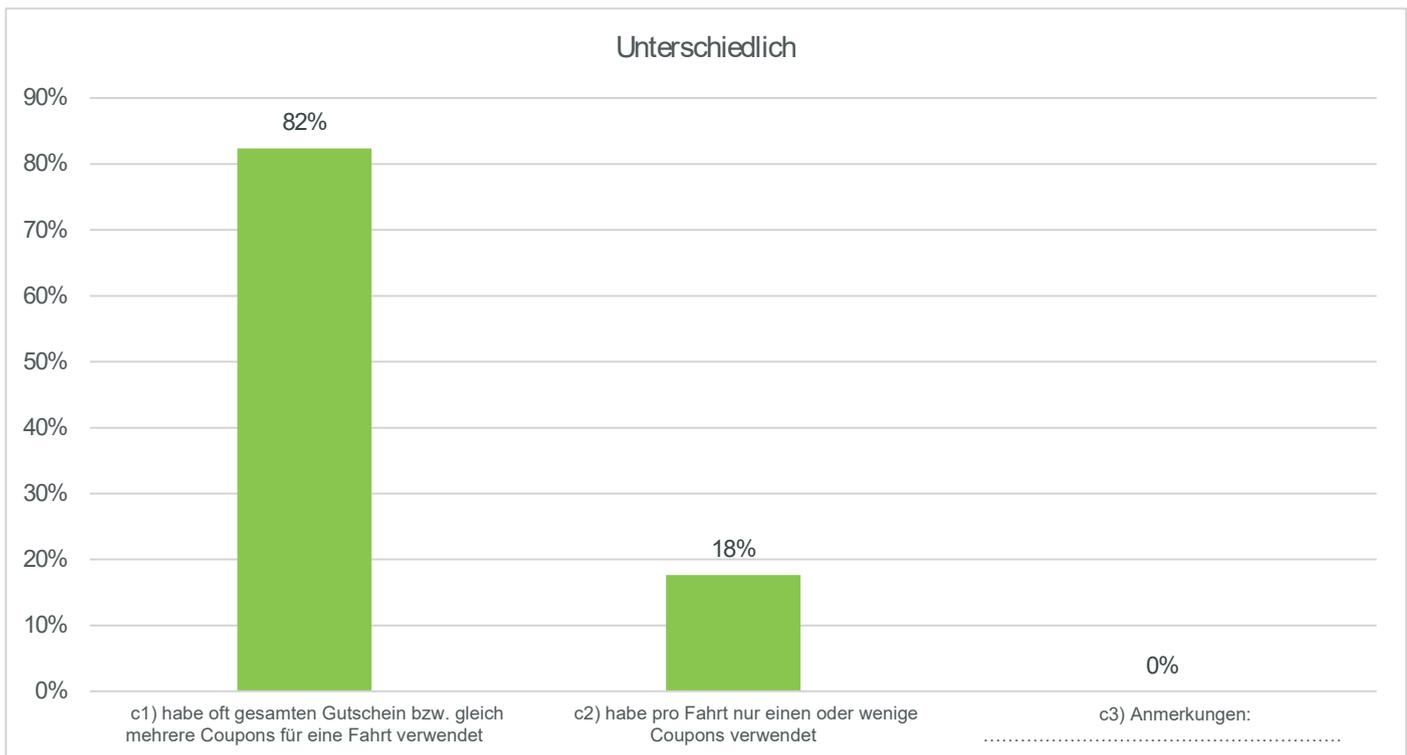


Abb. 10

Rückgeld wurde den Gutscheinnutzern nicht erstattet, wenn der Wert eines einzelnen Coupons die Fahrtkosten überschritt. Mit der Taxizentrale wurden nur die tatsächlichen Taxigebühren abgerechnet.

Die Bezahlmodalität wurde von den Befragten recht unterschiedlich gehandhabt:

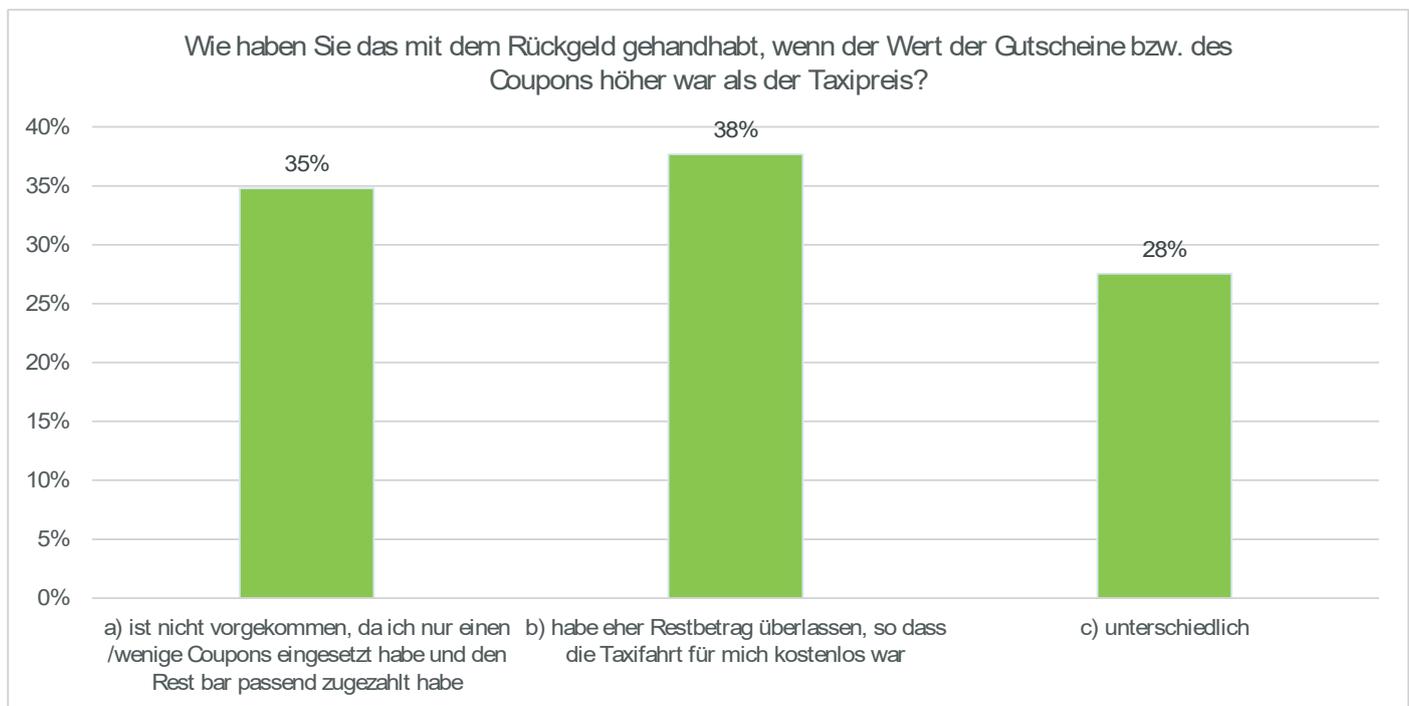


Abb. 11

Die Fahrtziele wiederum waren hauptsächlich auf zwei Orte konzentriert:

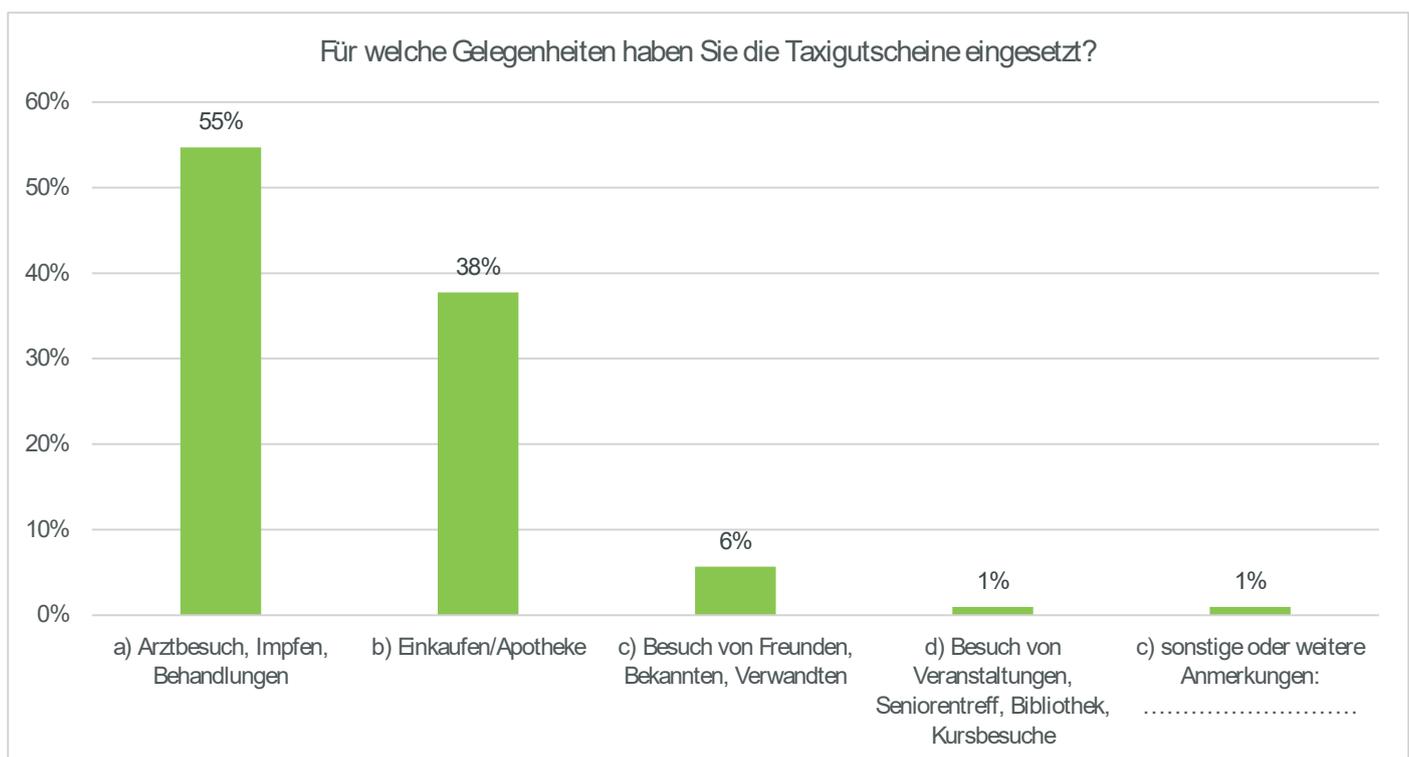


Abb. 12

38 Prozent der Befragten gaben Einkaufen und Apotheke zusammen als ihre einzigen Ziele an, in einem Fall waren es Einkäufe, Arztgänge und Familienbesuche. Über die Hälfte der Befragten benutzten die Gutscheine um Arztbesuche zu tätigen, die nach Auskunft der Kund*innen nicht von der Krankenkasse erstattet würden.

Insgesamt gaben nur sehr wenige der Befragten an, die Gutscheine für Besuche von Freunden, Familie oder kulturellen Veranstaltungen genutzt zu haben, was in Hinsicht auf die COVID-19 Pandemie sicherlich wenig verwundert.

Den Gesamtbetrag der Gutscheine schätzten insgesamt 64% der Befragten als angemessen ein. Wobei im Subtext der Interviews sich oftmals angedeutet hat, dass viele Befragte eher genügsam mit dem Betrag waren, sich evtl. einen höheren Wert des Gutscheines zwar gewünscht, aber nicht haben verbal ausdrücken wollen. Wirklich quantifizieren ließen sich daher nur 36 Prozent der Befragten die sich explizit einen höheren Gutscheinwert wünschen:

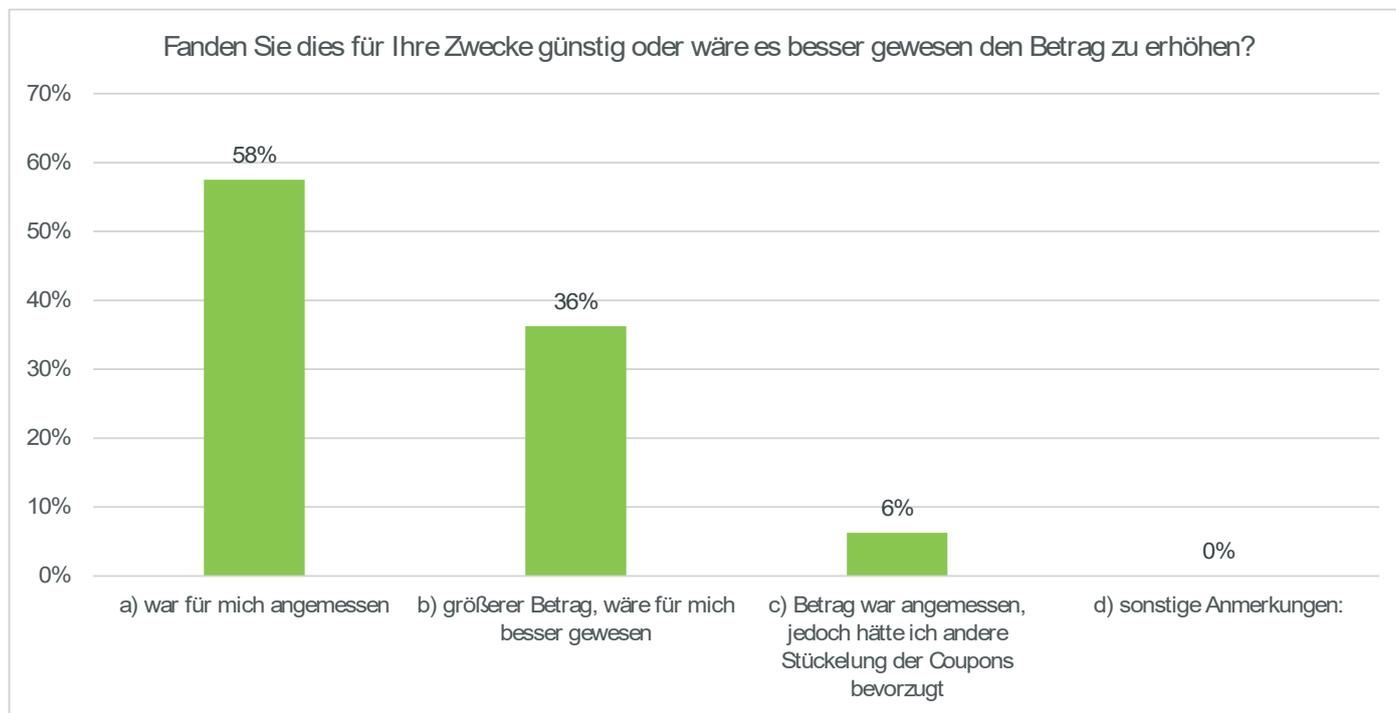


Abb. 13

Die zwei meist angeführten Gründe für eine Erhöhung der Gutscheine waren nötige Arztgänge und dass Taxifahrten grundsätzlich recht teuer sind und die Gutscheine deswegen nur recht begrenzt nutzbar waren.

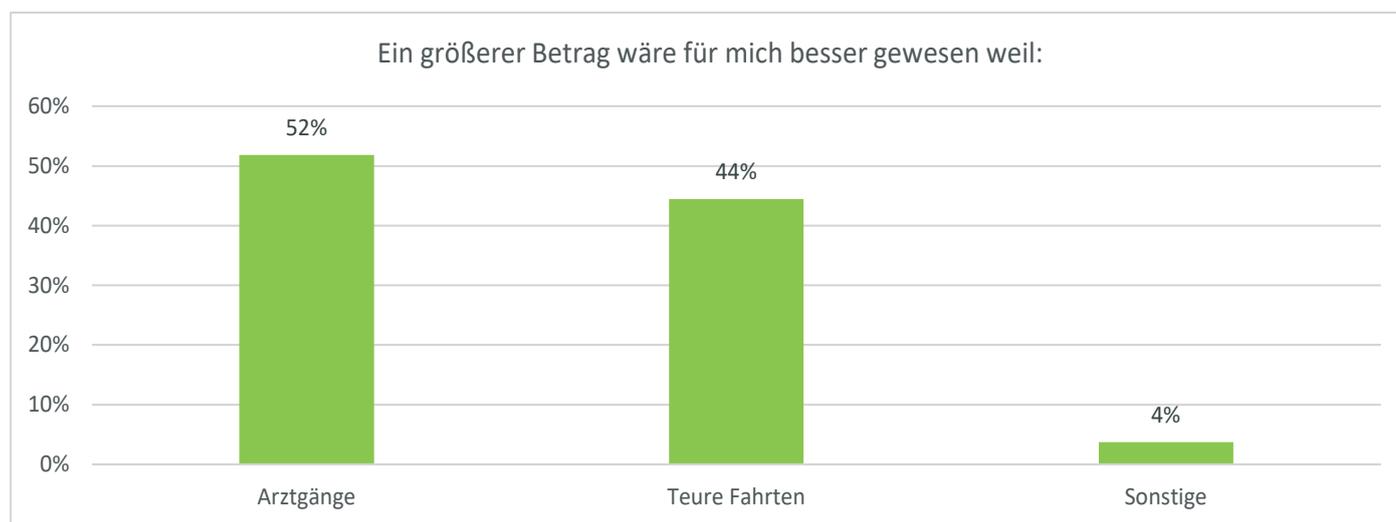


Abb. 14

Bei der Frage nach der Stückelung der Coupons wünschten sich nur insgesamt fünf der Befragten eine Änderung.

4. Erfahrungen bei Taxinutzung

Der Großteil der Befragten hatte keinerlei Probleme mit der Nutzung ihrer Gutscheine. Dennoch gab fast ein Viertel der Befragten an, dass nicht immer alles reibungslos verlief:

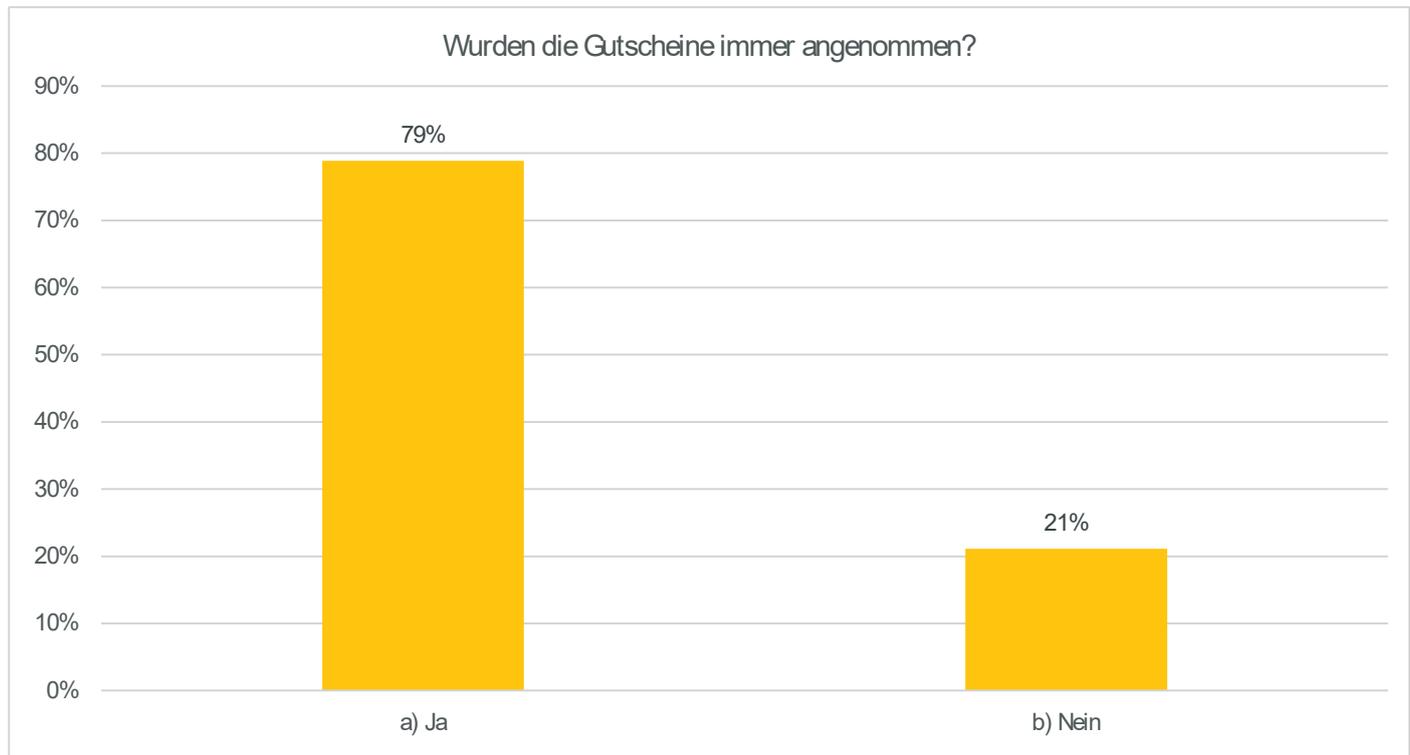


Abb. 15

Von den 21 Prozent der Befragten, die Probleme mit einzelnen Taxifahrer*innen vermeldeten, erfuhren die meisten keine folgenschweren Probleme; in einem Fall etwa, als der Taxifahrer darauf hinwies unabhängig zu fahren und der/die Befragte sich schlichtweg ein anderes Taxi suchte. Lediglich in zwei Fällen kam es zu ernsthaften verbalen Auseinandersetzungen, wobei nach Aussage der Befragten Sprachbarrieren eine große Rolle spielten. Insgesamt ließen sich die meisten Probleme auf die Anfangszeit des Projektes zurückführen. Bei auftretenden Problemen wurde unmittelbar eine Klärung mit der Taxizentrale gesucht. Unter denjenigen, welche keine Probleme mit dem Einlösen der Gutscheine hatten, gab es auch einige die ihre Gutscheine verwenden konnten, ohne dass die Fahrten über die Taxizentrale angemeldet waren.

Des Weiteren wurde betrachtet, unter welchen Umständen Taxigutscheine abgelehnt wurden: Immerhin 5 Fahrten bei denen ein Gutschein abgelehnt wurde, waren über die Zentrale angemeldet. Dies geschah meist vor der Fahrt. Lediglich in einem Fall wurde der Gutschein nach Ende der Fahrt abgelehnt, womit die Rechnung mit Bargeld beglichen werden musste.

5. Bedeutung der Gutscheine für die Empfänger

Alle Befragten äußerten sich positiv über das Projekt, dementsprechend verwundert es wenig, dass 98 Prozent von ihnen eine Fortführung guthießen und oftmals auch forderten:

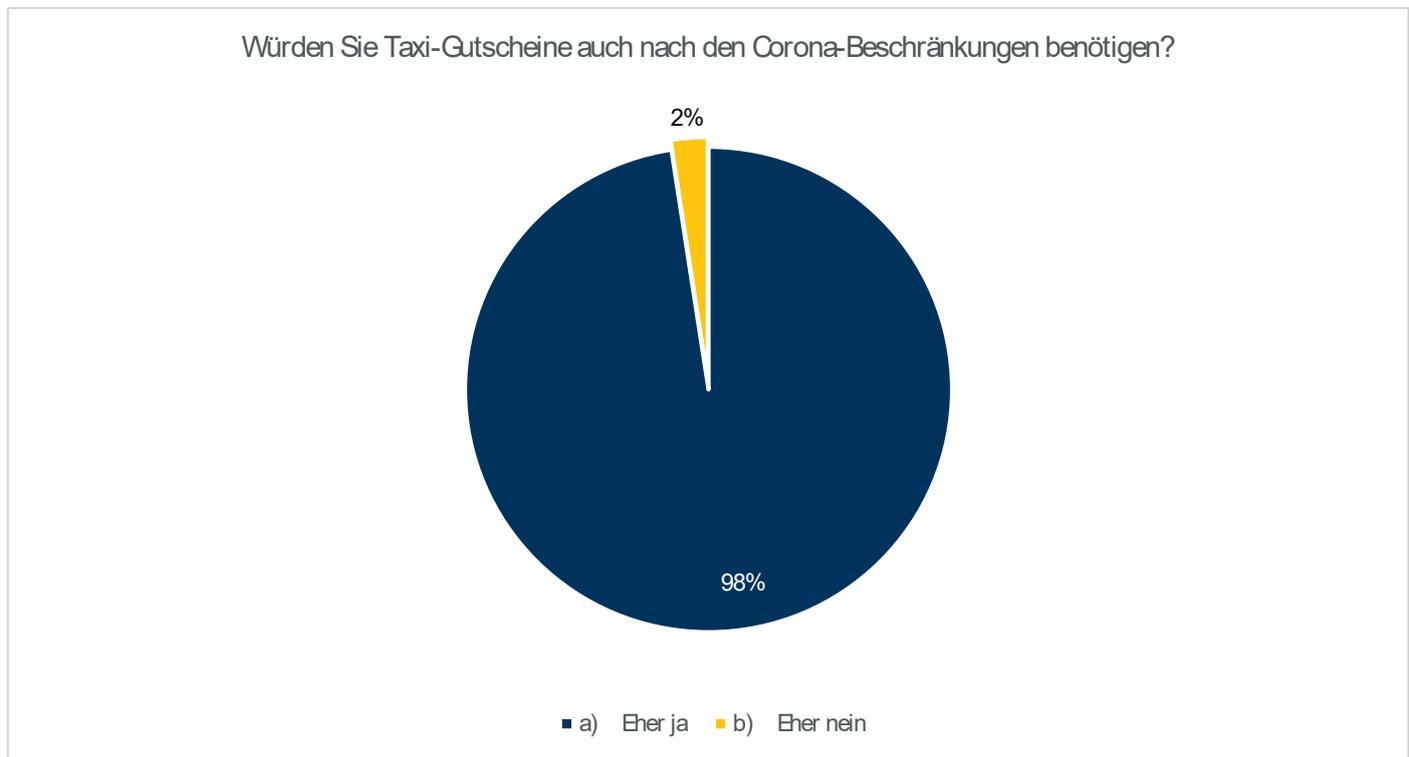


Abb. 16

Der Großteil der Befragten sprachen sich für eine bedingungslose Weiterführung des Projektes aus.

Lediglich 10 Prozent der Befragten verbalisierten Voraussetzungen für eine Weiterführung:

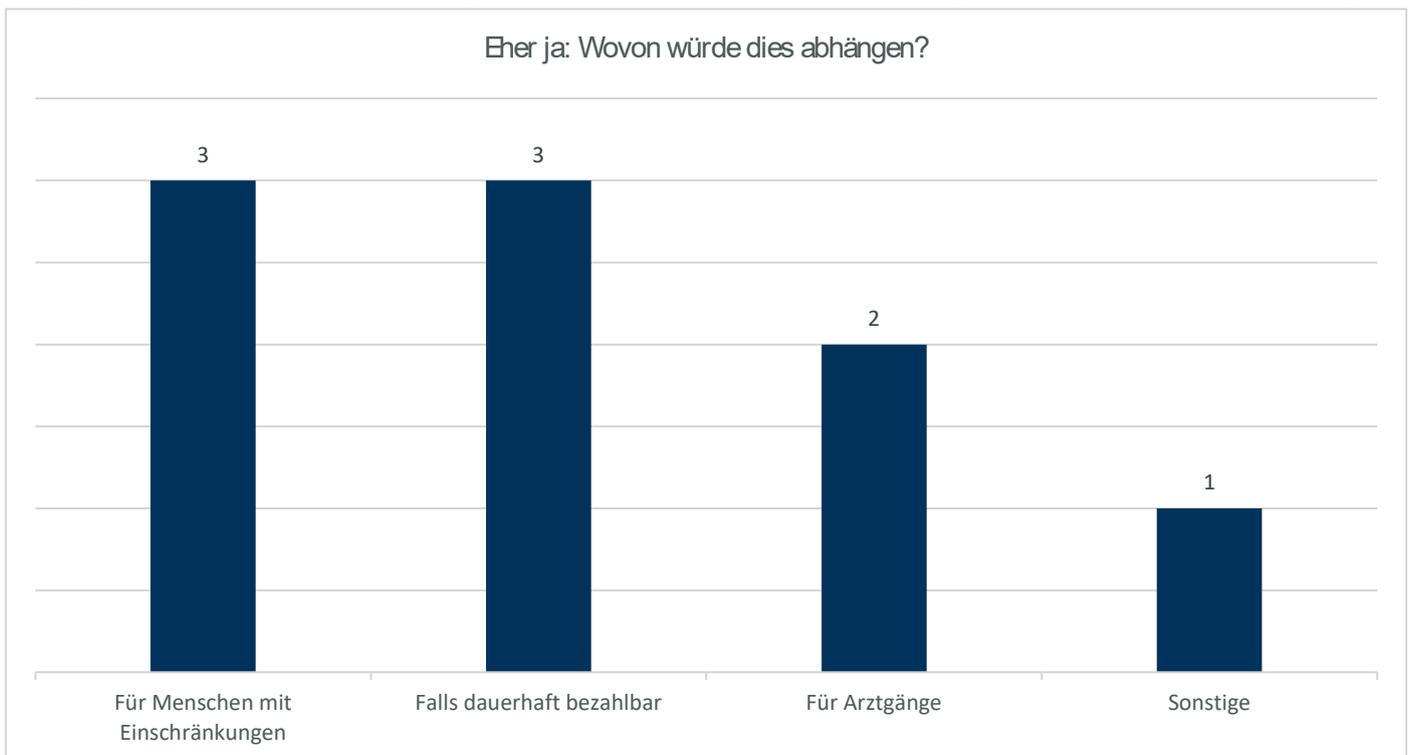


Abb. 17

69 Prozent der Befragten gaben an, dass ein Einstellen des Projekts ihre Mobilität einschränken würde:

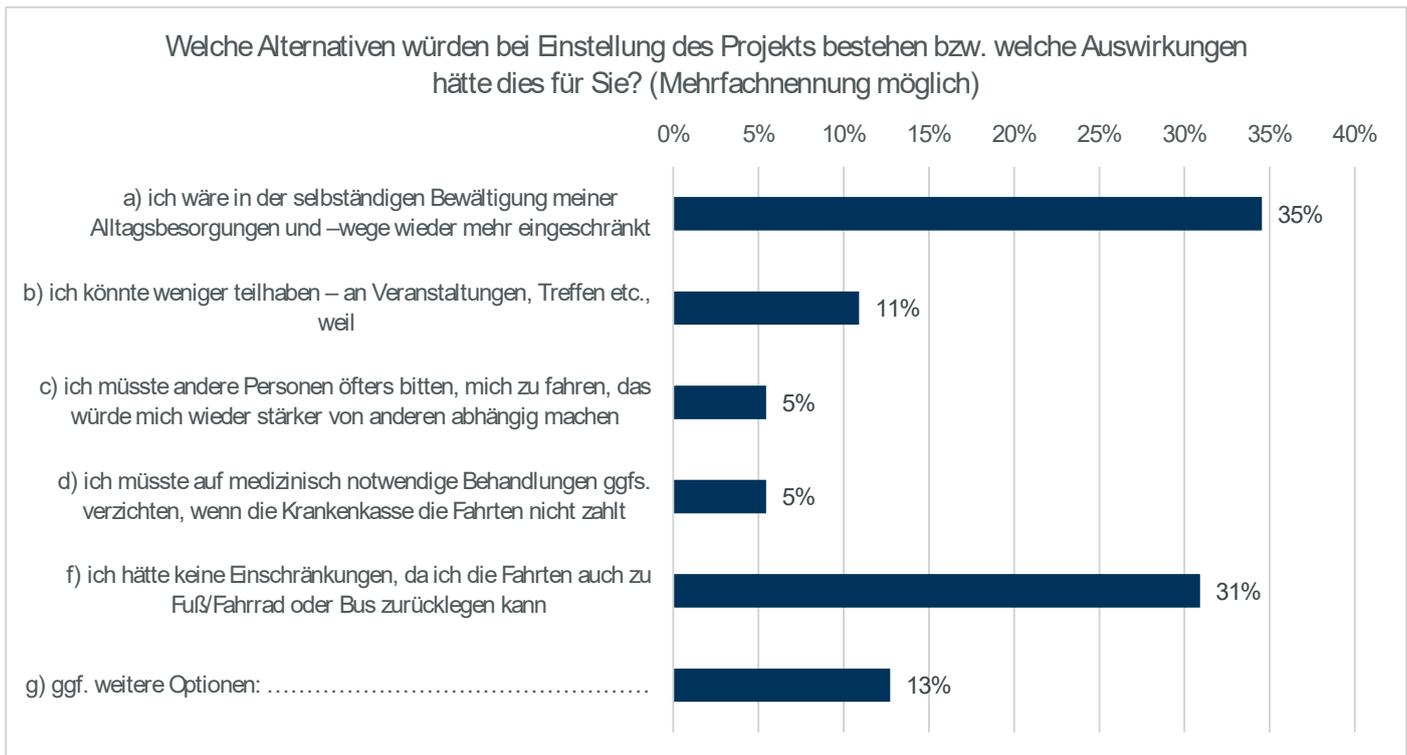


Abb. 18

Immerhin noch 31 Prozent der Befragten hätten Ausweichmöglichkeiten und empfanden die Gutscheine als große, aber nicht zwingend notwendige Hilfe.

An dieser Stelle bleibt noch zu erwähnen, dass soziale Kontakte ohnehin pandemiebedingt eingeschränkt waren. Nach dem Ende der Pandemie ist davon auszugehen, dass wieder mehr soziale Kontakte gesucht werden.

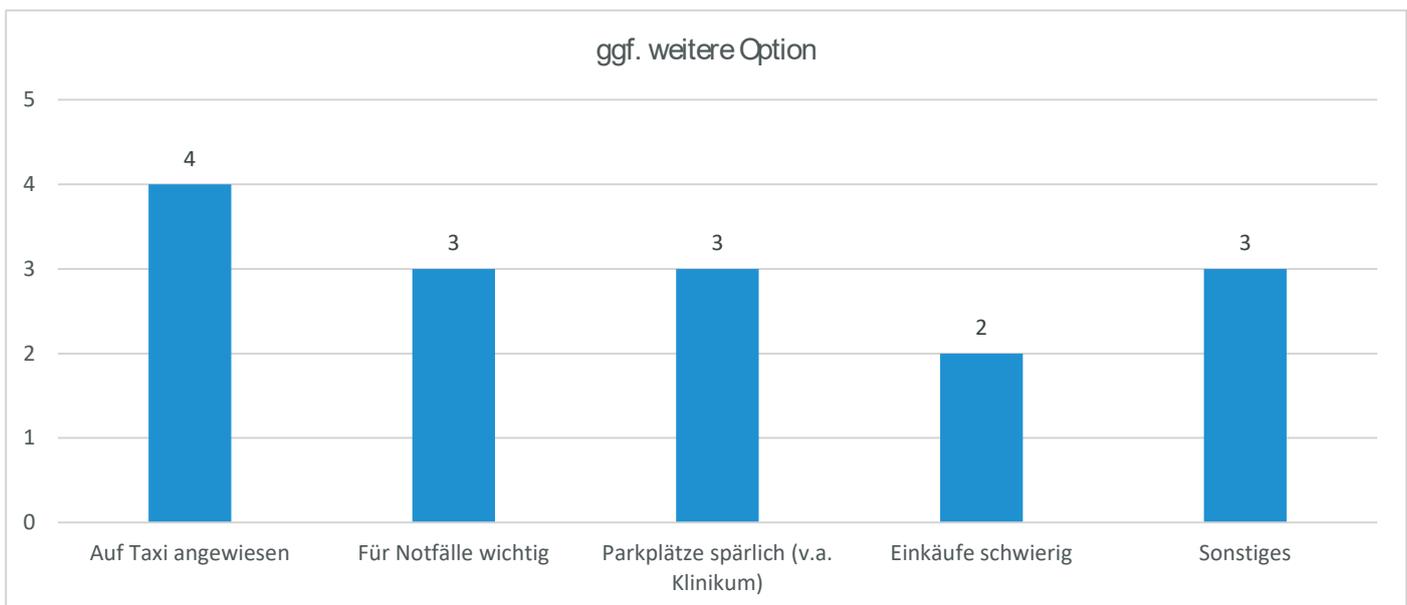


Abb. 19

Weitere 14 Teilnehmer spezifizierten ihren Mangel an Alternativen. Immerhin 4 von ihnen sind grundsätzlich auf Taxifahrten angewiesen, und selbst Befragte mit der Möglichkeit ein Auto zu benutzen, bevorzugten Taxifahrten zum Klinikum, da die Parkplatzlage dort zu als zu ungünstig beschrieben wurde.

6. Fazit

Insgesamt äußerten sich alle Befragten positiv über die Taxigutscheine, selbst wenn sie eine Fortsetzung nach Corona nicht als nötig betrachteten oder (noch) nicht auf Taxifahrten angewiesen waren bzw. vorhandene Gutscheine nicht genutzt hatten.

Die Informationslage bezüglich der Dauer des Projekts und vor allen Dingen der einzelnen Gutscheine war punktuell etwas unklar, aber problematischer für einen Teil der Befragten war die Informationslage bei den Taxifahrern. Es deutete sich in den Gesprächen jedoch an, dass dies eher zur Anfangszeit des Projektes der Fall war. Immerhin konnten einige Teilnehmer die Gutscheine auch ohne vorherige Anmeldung der Fahrt über die Taxizentrale benutzen.

Die Erörterung der Gründe für die Nichtnutzung bestellter Gutscheine war von Beginn an erschwert, da ein gewisses Bias bezüglich der willigen Interviewteilnehmer angenommen werden konnte: Gutscheinempfänger, welche ihre Gutscheine erfolgreich nutzen konnten, hatten natürlich einen viel größeren Anreiz dafür sich zu beteiligen als die nicht-Nutzer, etwa um die etwaige Fortsetzung des Projektes zu unterstützen oder schlichtweg um sich zu bedanken. Unterdessen waren die Gründe für die Nichtnutzung recht unterschiedlich und nur zum Teil durch Maßnahmen behebbar.

Die Möglichkeit, einen letzten Kommentar abzugeben, nutzte die große Mehrheit dazu sich für das Projekt zu bedanken und die eigene Freude über die Gutscheine auszudrücken.

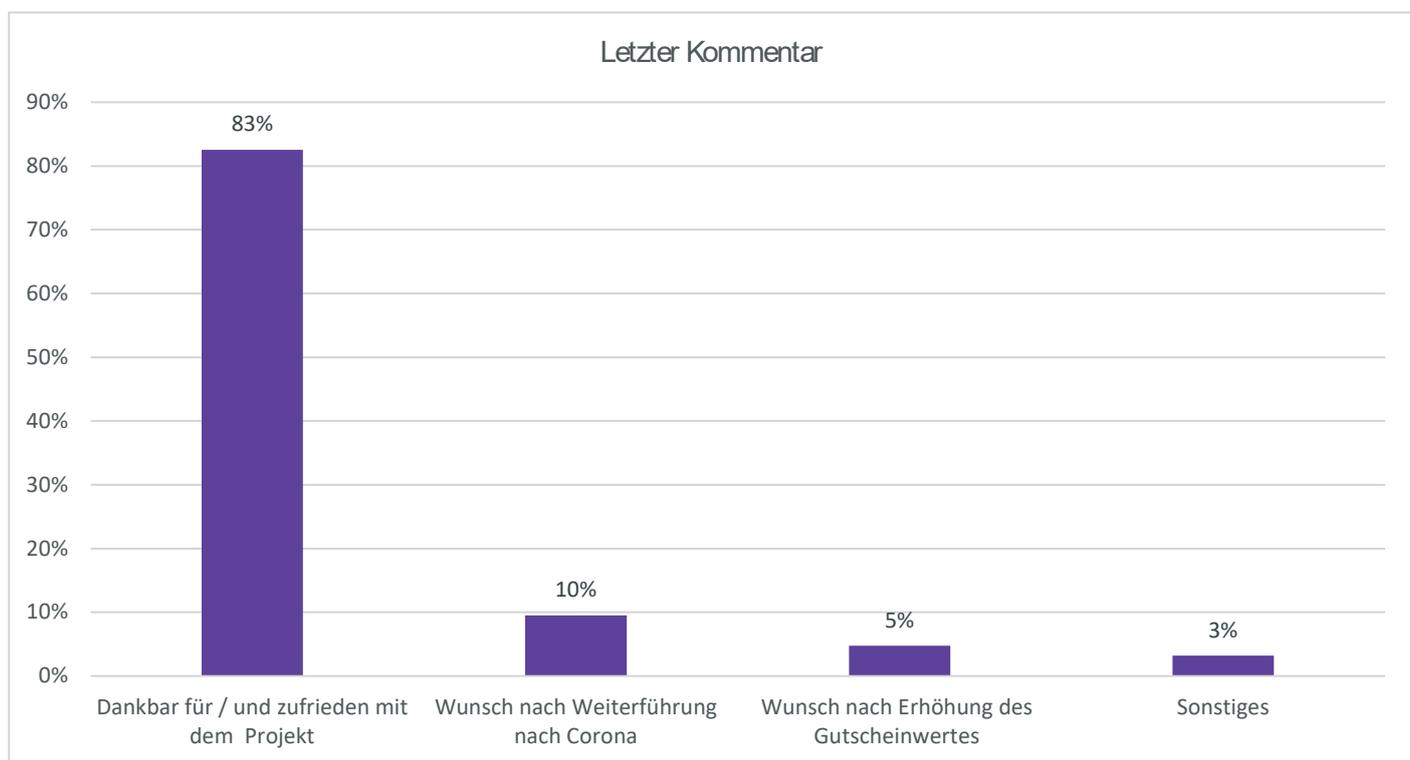


Abb. 20