

Mitteilung zur Kenntnis

Geschäftszeichen:
VI/61

Verantwortliche/r:
Amt für Stadtplanung und Mobilität

Vorlagennummer:
613/328/2025

Neubürgermarketing: Zwischenbericht

Beratungsfolge	Termin	N/Ö	Vorlagenart	Abstimmung
Umwelt-, Verkehrs- und Planungsbeirat	13.05.2025	Ö	Kenntnisnahme	
Umwelt-, Verkehrs- und Planungsausschuss / Werkausschuss EB77	13.05.2025	Ö	Kenntnisnahme	

Beteiligte Dienststellen

33

Bisherige Behandlung in den Gremien	Nummer	Termin	Vorlagenart	Abstimmung
Haushalt 2020, Antrag 208/2019 der SPD-Fraktion, Arbeitsprogramm Amt 61 hier: ÖPNV-Schnuppertickets für die Begrüßungsmappen für Neubürgerinnen und Neubürger	613/277/2019	19.11.2019 UVPA / UVPA	Beschluss	einstimmig angenommen
Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen: Vergabebeschluss Durchführung eines Neubürgermarketings inklusive eines Dialogmarketings für die Jahre 2022 bis 2026	613/159/2022	26.04.2022 UVPA / UVPB	Vergabeabschluss	einstimmig angenommen
Einführung eines Schnuppertickets für Neubürger*innen im Rahmen des Mobilitätsmanagements	613/160/2022	26.07.2022 UVPA / UVPB	Beschluss	Mehrfachbeschlüsse; einstimmig angenommen
Neubürgermarketing: Start des Mappenversand	613/218/2023	14.03.2023 UVPA / UVPA	Mitteilung zur Kenntnis	zur Kenntnis genommen
Neubürgermarketing: Zwischenbericht	613/284/2024	07.05.2024	Mitteilung zur Kenntnis	Zur Kenntnis genommen

I. Kenntnisnahme

Der Bericht der Verwaltung dient zur Kenntnis.

II. Sachbericht

Mit Beschlussvorlage 613/277/2019 wurde die Verwaltung beauftragt, ein Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in Form einer Mobilitätsmappe in Verbindung mit einem Dialogmarketing einzuführen. Zusätzlich wurde mit der Beschlussvorlage 613/160/2022 die Einführung eines Schnuppertickets für Neubürger*innen im Rahmen dieses Projektes beauftragt.

Ziel ist, dass Neuzugezogene das gesamte Mobilitätsangebot kennenlernen und sich nicht aus Informationsmangel für den motorisierten Individualverkehr entscheiden. Neben Informationen werden Gutscheine ausgegeben, die auf bestimmte Angebote neugierig machen und die Hemmschwelle einer Erstnutzung senken sollen, sodass sich die Menschen für umweltfreundliche Mobilitätsformen interessieren.

Die Zugezogenen sind nicht nur eine große Zielgruppe (Erlangen: 10.494 Zugezogene im Jahr 2024), sondern müssen durch den Umzug nach Erlangen auch ihre Mobilitätsabläufe umstellen. Wie Beispiele aus anderen Städten zeigen, kann insbesondere während dieser Phase einer persönlichen Veränderung durch gezielte Information und Beratung zum Mobilitätsangebot das individuelle Mobilitätsverhalten nachhaltig beeinflusst werden und die Neubürger*innen dazu motiviert werden, klimafreundlich unterwegs zu sein.

Die größte Empfängergruppe in Erlangen sind junge Erwachsene, hauptsächlich in Einpersonnen- und Paarhaushalten ohne Kinder sowie in Wohnheimen. Naheliegender ist, dass es sich zum großen Teil um Studierende handelt (vgl. Anlage 1). Diese Zielgruppe weist ein großes Potenzial für die Nutzung des Umweltverbunds auf. Im Zuge der Überarbeitung wurde die Broschüre v.a. an die Bedürfnisse dieser Zielgruppe angepasst - dies betrifft beispielsweise graphische und inhaltliche Anpassungen sowie die Integration von QR-Codes (vgl. Anlage 2). Zusätzlich wurde die Bestellung der Zusatzmaterialien angepasst. Statt wie bisher Einzelmaterialien zu bestellen, stehen zukünftig verschiedene Kategorien zu Themenfeldern (z.B. mit Kind unterwegs) zur Auswahl, um sich vertieft zu informieren. Dies zielt insbesondere darauf ab, weiteren Zielgruppen passende Zusatzinformationen zur Verfügung zu stellen, wie beispielsweise für Haushalte mit Kind oder ältere Personen.

Die beauftragte Agentur O.Phon hat in Zusammenarbeit mit der Verwaltung eine Mobilitätsmappe erstellt, die über die vielfältigen Möglichkeiten der Mobilität im Stadtgebiet informiert. Alle Berechtigten erhalten das Angebot automatisch. Mit Beschlussvorlage 613/284/2024 wurde eine erste Zusammenfassung für das Jahr 2023 gegeben. Für das Jahr 2024 liegen nun ebenfalls die Auswertungen vor. Zudem wurde ein Kurzfeedback abgefragt, das überwiegend positiv ausfällt. Details sind der Anlage 1 zu entnehmen.

Mit der zweiten Auflage wurden 2024 6.895 Haushalte kontaktiert, mit ca. 16 % quotenneutralen Ausfällen (nicht zustellbar). Demnach haben 5.773 Haushalte das Informationspaket erhalten. Vier Prozent der Haushalte haben weitere Informationen angefordert oder Schnupperangebote in Anspruch genommen. Der Anteil der Haushalte die sich zurückmelden ist relativ gering. Eine Ursache hierfür liegt in dem Umfang der im Erstkontakt zur Verfügung gestellten Informationen, die das Informationsbedürfnis umfassend abdecken. Trotzdem wurde sich für dieses Vorgehen entschieden, damit möglichst umfangreiche Informationen ohne zusätzliche Interaktionen zur Verfügung gestellt werden können, da dies für einige Personen eine Hemmschwelle darstellt. Erfahrungsberichte zeigen, dass sich einige Personen im Anschluss eigenständig weiter informieren. Für die 93 berechtigten Personen, die ein ÖPNV Schnupperticket bestellt haben, wurden 186 Gutscheincodes ausgegeben (pro Person 2x 14Tage-Schnupperticket), davon wurden 70 Gutscheine eingelöst. Ob jeweils der zweite Gutschein nicht eingelöst wurde oder die Gutscheine überhaupt nicht beansprucht wurden, lässt sich nicht nachvollziehen. Personen, die bereits ein in Erlangen gültiges Abo abgeschlossen haben (z.B. Deutschlandticket), sind nicht schnupperberechtigt. Von der Agentur wurden mehr als 200 telefonische Beratungsgespräche zu Mobilitätsangeboten in Erlangen und über 60 Vertiefungsgespräche geführt.

Es wurden ca. 130 Carsharing-Schnupperangebote und knapp 160 E-Scooter-Sharing-Angebote ausgegeben.

Aufgrund der Haushaltssituation soll entsprechend des Stadtratsbeschlusses vom 27.03.2025 die externe Durchführung eingestellt werden und geprüft werden, inwiefern von der Verwaltung die Organisation des Neubürgermarketings ab 2026 selbst übernommen werden kann.

Anlagen:

Anlage 1 – Auswertung Neubürgermarketing

Anlage 2 – Informationsbroschüre Neubürgermarketing, Auflage 2025

III. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

IV. Zum Vorgang