



STADT MANNHEIM²

Der Oberbürgermeister

Dezernat OB.. ..

Az.

Datum: 30.06.2017

**INFORMATIONSVORLAGE
ZUM VERSAND**

Nr. V333/2017

Betreff

Auswertung Ideenplattform 2016/2017

Betrifft Antrag / Anfrage: Nr. A381/2011, A334/2013
Nr. A071/2017

Antragsteller/in: DIE GRÜNEN
CDU

Versand an

Mitglieder des Gemeinderates und alle
Bezirksbeiräte

Öffentlichkeitsstatus

öffentlich

Stadtteilbezug:

Vorgeschlagene Maßnahme zur Bürgerbeteiligung:

Ja/ Nein

INFORMATIONSVORLAGE ZUM VERSAND

Nr. V333/2017

Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt:

a.) Ergebnishaushalt

1) Einmalige Erträge / Aufwendungen

Aufwendungen der Maßnahme		€
Erträge der Maßnahme (Zuschüsse usw.)	./.	€
Einmalige Aufwendungen zu Lasten der Stadt		€

2) Laufende Erträge / Aufwendungen

Laufender Betriebs- und Unterhaltungsaufwand nach Fertigstellung der Baumaßnahme, Inbetriebnahme der Einrichtung bzw. Durchführung der Maßnahme (einschl. Finanzierungskosten)		€
zu erwartende laufende Erträge	./.	€
jährliche Belastung		€

b.) Finanzhaushalt

Auszahlungen aus Investitionstätigkeit (Gesamtkosten der Maßnahme)		€
Einzahlungen aus Investitionstätigkeit	./.	€
Finanzierungsmittelbedarf aus Investitionstätigkeit		€

Dr. Kurz

Kurzfassung des Sachverhaltes

Mit dem Beschluss V443/2015 „Beteiligungshaushalt 2015 – Auswertung und weiteres Verfahren“ wurde eine auf Dauer angelegte „Ideenplattform“ als Fortführung des „Mannheimer Beteiligungshaushaltes“, der 2015 durchgeführt und im Februar 2016 mit der Rechenschaftslegung abgeschlossen wurde, beschlossen.

Die Informationsvorlage V198/2016 „Fortführung des Beteiligungshaushaltes durch eine Ideenplattform“ beschreibt das Konzept und die Durchführung der Ideenplattform: „Ab 2016 wird die Implementierung einer ganzjährigen „Ideenplattform“ erfolgen, dieses Modellprojekt wird 2017 evaluiert“.

Die Auswertung der Ideenplattform bezieht sich auf den Zeitraum 1.6.2016 – 1.6.2017.

Alle angegebenen Zahlen zum Nutzer/innenverhalten wurden von der Polidia GmbH, die die Plattform www.ideenplattform-mannheim.de hostet, erhoben und bereitgestellt. Auf Grund des Datenschutzes wurden die IP-Adressen nur anonymisiert ausgewertet, wodurch keine geographischen und personenbezogenen Zuordnungen möglich sind.

Ausgewertet wurden u. A. Daten zu

- Zugriffszahlen (S. 7)
- Registrierungen auf der Plattform (S. 8)
- Registrierungen nach Geschlecht, Alter und Schulabschluss (S. 8, S. 9)
- Ideeneingabe nach Geschlecht (S. 8)
- Veröffentlichte Ideen, Kommentare (S. 9)
- Bearbeitungsstand (S. 9)
- Registrierungen nach Postleitzahlen (S. 10)
- Ideen nach Stadtteilen und Aufgabenbereichen (S. 10, S. 11)
- Nutzer/innenverhalten während der zielgruppenorientierten Marketing-Kampagne auf Facebook (S. 13)

In der Anlage befindet sich die Beschlussvorlage V443/2015 „Beteiligungshaushalt 2015 – Auswertung und weiteres Verfahren“. Hier sind die Ergebnisse des Beteiligungshaushaltes dargestellt. Im Verfahren des Beteiligungshaushaltes wurde auf der Plattform zur Einordnung der Nutzer/innen lediglich das Geschlecht abgefragt.

Vor den Etatberatungen im Dezember 2017 wird eine Beschlussvorlage zum weiteren Verfahren vorgelegt.

Hierin findet auch ein Abgleich mit den zwischenzeitlichen Erfahrungen des „Regelwerks Bürgerbeteiligung“ statt.

Gliederung des Sachverhaltes und Übersicht der Anlagen

1. Sachverhalt
2. Rahmenbedingungen, Konzept und Ablauf der Ideenplattform 2016/2017
3. Auswertung der Ideenplattform
 - Zugriffszahlen
 - Beteiligte
 - Ideen
 - Kommunikation und Marketing
4. Einordnung

Anlage:

Beschlussvorlage V443/2015 „Beteiligungshaushalt 2015 – Auswertung und weiteres Verfahren“

1. Sachverhalt

Im Anschluss an den ersten „Mannheimer Beteiligungshaushalt 2015“ (V443/2015) ist die „Mannheimer Ideenplattform“ als konzeptionelle Fortentwicklung seit 1. Juni 2016 online (Informationsvorlage 198/2016).

Auf Grundlage des Beschlusses V112/2015 „Umsetzung eines Beteiligungshaushaltes“ wird die Ideenplattform zur Jahresmitte 2017 ausgewertet, so dass in den Haushaltsberatungen entschieden werden kann, ob und wie in Mannheim das Beteiligungsinstrument Ideenplattform/Beteiligungshaushalt weitergeführt werden wird.

Basis für eine Entscheidung sind Zahlen und Beobachtungen, die während des Beteiligungshaushaltes 2015 und der Durchführung der Ideenplattform 2016/2017 erhoben, bzw. gemacht werden konnten.

Seit 1.6.2016 bietet die internetbasierte „Ideenplattform“ den Bürgerinnen und Bürgern Mannheims die Möglichkeit, ganzjährig ihre Ideen für Mannheim auf die Plattform einzustellen. Ebenso wie beim 2015 durchgeführten „Beteiligungshaushalt“ werden Ideen ab einer Unterstützungszahl von 100 weiter bearbeitet und von der Verwaltung entweder abschließend bearbeitet (umgesetzt), oder dem Gemeinderat zur Beratung vorgelegt. Darüber hinaus werden Wege aufgezeigt, wie außerhalb der Stadtverwaltung Mannheim Ideen umgesetzt werden könnten, z. Bsp. durch bürgerschaftliches Engagement und Unterstützung der Idee durch Vereine, Verbände und Einzelpersonen.

Um die Ideenplattform – auch im Abgleich mit dem Beteiligungshaushalt – evaluieren zu können, wurden durch die Betreiberfirma Polidia Nutzer/innendaten erhoben und statistisch ausgewertet.

2. Rahmenbedingungen, Konzept, Ziele und Ablauf

Rahmenbedingungen der Mannheimer Ideenplattform 2016/2017

Etat: **30.000 €/Jahr**

Plattform/Technische Umsetzung, Moderation 23.401,35 €/Jahr

Begleitende Kommunikation 2016/2017: 23.872,50 €, finanziert aus Rest „Umsetzung/Plattform“ und Mitteln aus Etat des FB 15 (Rat, Beteiligung und Wahlen)

Personal: ½ Stelle

Konzeptionelle Grundlagen

Nach Abschluss des Beteiligungshaushaltes (mit der Veröffentlichung der Ergebnisse im Februar 2016) ist seit Juni 2016 die auf Dauer angelegte, internetbasierte Ideenplattform online. Alle Mannheimer/innen haben hier ganzjährig die Möglichkeit, mit ihren Ideen und Vorschlägen aktiv an der Weiterentwicklung Mannheims als solidarische, nachhaltige Stadt beizutragen (V198/2016).

Auf der Plattform werden Möglichkeiten aufgezeigt und gefördert, Ideen abseits des Haushaltsvollzuges der Stadt Mannheim zu verwirklichen. Die Plattform ermöglicht es den Bürger/innen, sowohl Ideen zur Stadtentwicklung einzubringen, als auch mit ihren Unterstützungsangeboten dazu beizutragen, Ideen zu realisieren. Neben Vernetzungsangeboten zu Einrichtungen, die das eingestellte Anliegen bereits auf ihrer Agenda haben, wurde die „Mannheimer Freiwilligenbörse“ mit der Platt-

form verlinkt, um so die Kultur des Ehrenamtes, bzw. des bürgerschaftlichem Engagements zu fördern.

Gemeinwohlorientierung und Vernetzung von Ideengebern und aktiv Unterstützenden:

- Persönliche und institutionelle Unterstützung, „Türen öffnen“, Wege aufzeigen.
- Gemeinwohlorientierung in jeder Idee Grundbedingung.
- Förderung von bürgerschaftlichem Engagement.
- Einbindung der Bezirksbeirat/innen bei stadtteilbezogenen Ideen.

Ziele der Ideenplattform

Es werden themenbezogene Vorschläge gesucht, die Politik und Verwaltung darin unterstützen, die kommunalen Finanzmittel bedarfsgerecht und zukunftsorientiert einzusetzen.

Beteiligungsziele

Erreichen der Aktiven aus dem „Beteiligungshaushalt 2015“, da diese bereits am Thema interessiert und „beteiligungsaffin“ sind. Ziel: Wiederherstellen von Begeisterung und hohe Beteiligung aus allen gesellschaftlichen Gruppen.

- Erreichen von bisher im Beteiligungshaushalt nicht aktiven, an ihrer Stadt interessierten Mannheimer/innen.
- Erreichen und Aktivierung von Gruppen, die bisher in Beteiligungsverfahren nur sehr schwer oder nicht erreicht werden konnten, auch nicht über Beteiligungshaushalte/Ideenplattformen (Zielgruppenansprache).

Marketingziele

Aus den Erfahrungen mit der emotionalen Besetzung der Beteiligungsangebote „Bürgerhaushalte/Ideenplattformen“ und der Einordnung der Online-Beteiligung als Ausdruck von moderner, transparenter Beteiligungskultur einer Stadtverwaltung bietet es sich an, den Beteiligungshaushalt, bzw. die Ideenplattform als weiteren Kommunikations- und Marketingkanal für die Stadt Mannheim zu nutzen, d.h. als Möglichkeit, die Stadt Mannheim zu präsentieren.

Ablauf der Ideenplattform

Die Ideenplattform gibt allen Mannheimerinnen und Mannheimern ganzjährig die Möglichkeit, mit ihren Ideen und Vorschlägen zur Gestaltung Mannheims beizutragen. Damit eine Idee weiter bearbeitet werden kann, müssen in der „Votingphase“ von sechs Wochen 100 Personen die Idee unterstützen.

Eine Idee kann nur einstellen, wer mit einer Mannheimer Postleitzahl registriert ist.

Der „klassische“ Beteiligungshaushalt wird mit der „Ideenplattform“ verzahnt:
(Voraussetzung: 100 Unterstützende pro Idee)

- Ideen ohne finanzielle Auswirkungen werden ganzjährig bearbeitet und beantwortet.
- Ideen mit finanziellen Auswirkungen werden ganzjährig vom Gemeinderat beraten und entschieden.

Ideen mit finanziellen Auswirkungen, die bis zum 31.12.2016 das Votum erreicht haben, werden in den Haushaltsberatungen im Dezember 2017 entschieden. Alle anderen erfolgreich gevoteten Ideen mit Finanzbezug werden ganzjährig in den zuständigen Ausschüssen, bzw. im Gemeinderat beraten und entschieden.

3. Statistische Auswertung der Ideenplattform

Mittels des Webanalysetools Piwik werden die Zugriffszahlen auf der Ideenplattform protokolliert und ausgewertet, um Rückschlüsse auf die Plattformaktivitäten der Nutzerinnen und Nutzer ziehen zu können. Darunter fallen z. Bsp. Registrierungszahlen, Angaben zu Alter, Geschlecht, Schulabschluss, oder die Nutzung von Endgeräten. Aufgrund des Datenschutzes werden die IP-Adressen anonymisiert ausgewertet, somit sind keine geografischen und personenbezogenen Zuordnungen möglich. Mit der Datenerhebung und -auswertung ist die Plattformbetreiberin polidia GmbH beauftragt.

Alle folgenden Angaben beziehen sich, soweit nicht anders benannt, auf die Ideenplattform im Zeitraum 1.6.2016 – 1.6.2017

Zugriffszahlen

	Besuche auf Seite*	Besuchte Seiten (davon eindeutig**)	Durchschnittl. Besuchszeit	Durchschnittl. Aktionen/Besuch
Zeitraum Juni 2016 – Juni 2017	23.539	94.274 (davon 75.602 *eindeutig)	Ø 4 Minuten	Ø 4 Aktionen

* Ein Besuch bedeutet, dass ein Besucher oder eine Besucherin die Webseite aufgerufen und ggf. Aktionen darauf ausgeführt hat. Ein neuer Besuch wird gezählt, wenn die Webseite nach 30 Minuten initial neu besucht wurde. D.h. ein Besucher oder eine Besucherin kann mehrere Besuche durchführen.

** Bei einmaligen Seitenansichten wird berücksichtigt, ob ein/e Besucher oder Besucherin innerhalb eines Besuchs der Webseite eine bestimmte Seite mehrfach aufruft. Diese wird hierbei nicht mitgezählt.

Zugriffe auf die Unterseite „Bürgerschaftliches Engagement“

	Seitenansichten	Ausstiegsrate ¹
Zeitraum 1.6.2016-1.6.2017	249	43%

Mobilnutzung (Smartphone, Tablet)

	Mobilnutzung in %
Zeitraum 01.06.2016 – 01.06.2017	48,9%

¹ Der Anteil der Besuche, welche die Website nach dieser Seite verlassen haben. Bspw. durch das Anklicken eines Links.

Registrierungen auf der Plattform

Zum Einstellen einer Idee muss man sich auf der Plattform mit Name, Anschrift und Anrede registrieren (Pflichtangaben). Registrieren können sich Menschen unabhängig ihres Wohnortes. Aktiv Ideen einstellen können nur mit einer Mannheimer Postleitzahl registrierte Personen. Es können freiwillige Angaben zu Alter und Schulabschluss angegeben werden.

Registrierungen auf der Ideenplattform (zuvor Beteiligungshaushalt)

- Auf der Plattform sind insg. 6.333 Personen registriert.
- Hiervon haben sich über 5.700 während des Beteiligungshaushaltes 8.6. – 19.7.2015 registriert.
- Neuregistrierungen auf der Ideenplattform 1.6.2016 – 1.6.2017: 162 Personen.
- Von den aktiven Ideengeberinnen und -gebern hatten sich bereits 38% während des Beteiligungshaushaltes 2015 auf der Plattform registriert.

Registrierung nach Geschlecht, Ideeneingabe nach Geschlecht

Die Angabe zum Geschlecht ist eine Pflichtangabe und liegt von allen 6.300 Personen der auf der Plattform registrierten Personen vor. Über den gesamten Zeitraum der Plattform (Juni 2015 – Juni 2017) betrachtet, sind 52,6% der registrierten Personen weiblich, 47,4% männlich.

Zeitraum: Ideenplattform Juni 2016 – Juni 2017	Registrierung nach Geschlecht	Ideeneingabe nach Geschlecht
männlich	55,9%	54,4%
weiblich	38,3%	41%
Keine Angabe*	5,8%	4,4%

**seit 2016 sind die Antwortmöglichkeiten auf die Frage nach dem Geschlecht erweitert worden. Zu den bisherigen Auswahloptionen „Herr“ und „Frau“ wurde „Keine Angabe“ ergänzt.*

Registrierungen nach Alter

„Alter“ wird bei der Registrierung als freiwillige Angabe abgefragt

Alter	<20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	>79
Anzahl	1	22	16	18	35	18	15	2

- 55,2% der Registrierten auf der Ideenplattform sind älter als 50 Jahre*
- 27,6% sind älter als 60 Jahre*

** Diese Zahlen beziehen sich auf alle Registrierten auf der Plattform, d.h. auch „Altregistrierte“ aus dem Beteiligungshaushalt haben nach dem Beteiligungshaushalt freiwillige Angaben zum Alter hinterlegt.*

Registrierungen nach Schulabschluss

„Schulabschluss“ wird bei der Registrierung als freiwillige Angabe abgefragt

Schulabschluss	
Allg. Hochschulreife	48,3 %
Fachhochschulreife	22 %
Berufsfachschule	5,9 %
Realschule	15,3 %
Hauptschule	8,5 %
Kein Abschluss	0,0 %

Ideen auf der Plattform - quantitative Angaben

- Auf der Plattform veröffentlichte Ideen: **109**
- „Erfolgreich“ unterstützte Ideen (mind. 100 „Votes“) **17**
- Nicht veröffentlichte Ideen: **9**
davon 6 Ideen: „Verletzung der Netiquette“, 1 Idee: Stadt nicht zuständig, 2 doppelt
- Anzahl der Unterstützungen der Ideen insgesamt : **3.336**
- Anzahl der Kommentare: **30**

Ideen auf der Plattform – Bearbeitungsstand durch Verwaltung und Dritte

- Erstellte Beschlussvorlagen: **1**
- Erstellte Informationsvorlagen: **6**
- Direkt auf der Plattform beantwortet (Vernetzungsangebote durch Stadt Mannheim und Unterstützungsangebote von dritter Seite): **3**

Registrierungen nach PLZ – Erstellte Ideen nach PLZ

Zum Einstellen einer Idee muss man sich auf der Plattform mit Name, Anschrift und Anrede registrieren (Pflichtangaben). Registrieren können sich Menschen unabhängig ihres Wohnortes. Aktiv Ideen einstellen können nur mit einer Mannheimer Postleitzahl registrierte Personen.

PLZ	Stadtteil	Registrierungen der Teilnehmenden in %	Ideen, die inhaltlich einer PLZ zugeordnet wurden in %
68159	Innenstadt/Jungbusch	6,2%	9,3%
68161	Innenstadt	3,7%	4,2%
68163	Lindenhof, Neuostheim/Neuhermsheim	6,8%	7,6%
68165	Schwetzingenstadt/Oststadt	8,6%	11,9%
68167	Neckarstadt-Ost	9,3%	8,5%
68169	Neckarstadt-West	4,9%	6,8%
68199	Neckarau	8%	9,3%
68219	Rheinau	4,3%	3,4%
68229	Friedrichsfeld	4,9%	5,1%
68239	Seckenheim	3,7%	5,1%
68259	Feudenheim/Wallstadt	9,3%	9,3%
68305	Waldhof/Gartenstadt	2,5%	8,5%
68307	Sandhofen/Schönau	6,2%	2,5%
68309	Vogelstang	9,3%	8,5%
			Ideengeber nicht aus MA - Idee erscheint nicht auf der Plattform -
68535	Edingen-Neckarhausen	1,2%	
68623	Lampertheim	0,6%	„
68782	Brühl	0,6%	„
„Andere“	Mehrheitlich LU	9,9%	„

Zuordnung der Ideen nach Aufgabenbereich und geschlechterdifferenziert

Jede Idee muss beim Anlegen einem Aufgabenbereich zugeordnet werden, Mehrfachzuordnungen sind nicht möglich.

Die Themen „Verkehr“ und „Radverkehr“ bilden sich in über 44% der eingegangenen Ideen ab, das Thema „Verkehr“ betrifft 33,9 %, das Thema „Radverkehr“ 10,2 %“ aller Ideen.

Aufgabenbereich	Anteilig zu allen Ideen	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil keine Geschlechtsangabe
Abfall und Sauberkeit	10,2%	1,9%	7,4%	0,9%
Energie und Umwelt	0,9%	0,9%	0%	0%
Finanzen und Steuern	-	-	-	-
Gesundheit	-	-	-	-
Grünflächen, Wald und Friedhöfe	10,2%	5,6%	3,7%	0,9%
Integration	0,9%	0%	0,9%	0%
Kinder, Jugend und Familie	0,9%	0,9%	0%	0%
Kultur	4,6%	3,7%	0,9%	0%
Radverkehr	10,2%	3,7%	6,5%	0%
Schulen und Bildung	-	-	-	-
Senioren	-	-	-	-
Sicherheit und Ordnung	5,6%	4,6%	0,9%	0%
Soziales	1,9%	1,9%	0%	0%
Sport und Bäder	4,6%	1,9%	2,8%	0%
Stadtplanung	11,1%	3,7%	6,5%	0,9%
Verkehr	36,1%	7,4%	24,1%	5,6%
Verwaltung	-	-	-	-
Wirtschaft und Tourismus	0,9%	0%	0,9%	0%
Wohnungsbau	-	-	-	-
Öffentlicher Nahverkehr	1,9%	0,9%	0,9%	0%

Kommunikation und Marketing

In Zusammenarbeit und Absprache mit der Stabsstelle Kommunikation wurde eine Marketingkampagne entwickelt, die auf einen Marketing-Mix setzt, der verschiedene Zielgruppen anspricht. Ziel war, eine möglichst große Öffentlichkeit zu erreichen und definierte Zielgruppen zu motivieren, sich an der Ideenplattform zu beteiligen. Außerdem sollten Aufgaben und Zukunftsfragen der Stadt Mannheim transportiert werden.

Marketingkampagnen 2016 und 2017

Die Ideenplattform wurde schwerpunktmäßig in zwei Kampagnen beworben, zunächst zum Start der Plattform, die zweite Kampagne erfolgte etwa ein halbes Jahr später.

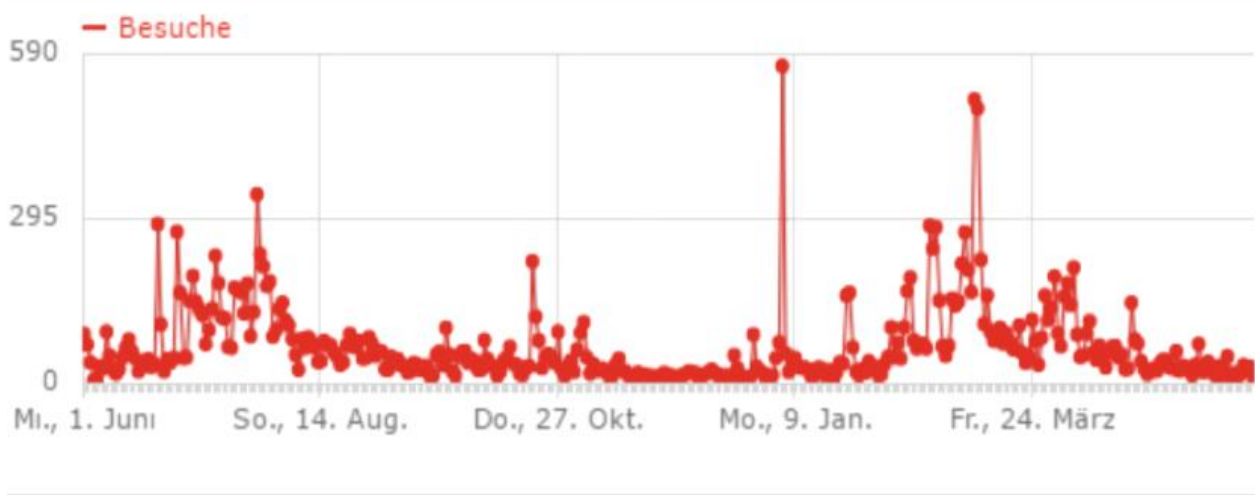
Mit dem Start der Ideenplattform am 1. Juni 2016 wurde mit einem cross-medialen Ansatz alle relevanten Kommunikationskanäle in Mannheim erreicht.

Das „Erklärvideo“ zur Mannheimer Ideenplattform wurde darüber hinaus auch bundesweit wahrgenommen (u. A.: www.buergerhaushalt.org, „Vernetzungstreffen Bürgerhaushalt“, Okt. 2016“ in Stuttgart)

Im Februar/März 2017 erreichte die Marketing-Kampagne über Facebook mit eigens dafür produzierten Video-Clips über 104.000 Menschen.

Marketingmittel	Kommunikation	Vertriebsweg	Zeitraum	Reichweite
Kampagne 2016			2016	
Bannerwerbung	verlinkt	mamo.de	6.6.-6.7.	User: 615.000/Monat.
Bannerwerbung	verlinkt	Rheinneckarblog.de	15.7.-15.8.	42.000
Erklärvideo Ideenplattform	Digitalmarketing	Facebook	8.7.-5.8.16	Reichweite: 77.584 Videoaufrufe: 44.335
Presseartikel	Pressegespräch	MM Amtsblatt MM	30.6. 30.6. 27.12.	40.000 Abos Stadtweit
Internetartikel	Pressegespräch Interview	mannheim.de mamo.de Rheinneckarblog.de www.buergerhaushalt.org	1.6. 30.6. 28.7. 19.7. 13.09.2016	
Newsletter	Ansprache der registrierten Ideengeber/innen aus dem BHH 15 und IP 16	polidia	1.6. 22.9. 21.12.	Jeweils 350
Kampagne 2017			2017	
Bannerwerbung	verlinkt	Rheinneckarblog.de	1.3.-31.3.17	42.000 61 Link-Klicks
4 Videoclips („Storytelling“)	Digitalmarketing	Facebook	12.2.– 12.3.17	<u>erreichte Personen:</u> 104.000 <u>Videoaufrufe:</u> 44.100 <u>Link-Klicks:</u> 1.119
		Mannheim.de	20.2.2017	
Newsletter	Ansprache der aktiven Nutzer/innen	polidia	14.2.2017 18.5.2017	Jeweils 350

Besuchsverlauf auf der Ideenplattform 1. Juni 2016 – 1. Juni 2017 Abhängigkeiten von Marketing und Aktivitäten auf der Plattform



Während der beiden Marketing-Kampagnen (Juni/Juli 2016 und Februar/März 2017) stiegen die Besuche auf der Plattform an, um danach wieder abzufallen. Kleinere Peaks, z. Bsp. im Oktober 2016, sind Aktionen wie z. Bsp. dem versenden von Newslettern zuzuschreiben. Ein „Peak“ im Oktober ist mit einem vermehrten „unterstützen/voten“ einer bestimmten Idee auf der Plattform zu erklären. Für den Anstieg am 5. Januar gibt es keine belastbare Erklärung.

Im Zeitraum der Facebook-Kampagne steigen die Besucherzahlen deutlich an, um anschließend wieder auf vergleichbar niedrige Werte zu fallen.

Auswertung Kampagne „Videoclips – Zielgruppenorientiert“, Werbekanal Facebook

Beworbene Zielgruppe

Alle Auswertungen von Beteiligungshaushalten und Ideenplattformen in bundesdeutschen Großstädten kommen zu dem Ergebnis, dass Frauen in diesen Beteiligungsverfahren unterrepräsentiert sind (vgl. B-Vorlage 433/2015 „Auswertung des Beteiligungshaushaltes 2015“, Seite 11.) Dies führt zu einer geschlechterspezifischen Gewichtung in den Themen der Ideenplattformen/Beteiligungshaushalten.

Deshalb wurde für die Mannheimer Ideenplattform eine zielgruppengerechte Kampagne konzipiert und umgesetzt, in der gut gebildete junge Frauen aus Mannheim und Umgebung (+20 KM), 16 – 39 Jahre alt, mit und ohne Migrationshintergrund erreicht werden sollten. Zwischen dem 12.02. und dem 12.03.2017 fand die Kampagne auf Facebook statt, innerhalb von 4 Wochen wurden an diese Zielgruppe 4 Videoclips versendet. Die folgenden Zahlen zeigen zum einen, wie viele Frauen durch die Kampagne erreicht wurden und zum zweiten das Nutzer/innenverhalten auf der Ideenplattform vor und während der Kampagne.

Ablauf der Kampagne

Im Zeitraum von 4 Wochen wurde im wöchentlichen Rhythmus jeweils ein Video-Clip in Facebook ausschließlich an die zuvor definierte Zielgruppe versendet. Beginnend mit zwei kurzen Clips mit jeweils einer jungen Frau (Studentin, kaufm. Angestellte) wurde in der dritten Woche das eigentliche „inhaltliche“ Video eingestellt, abgeschlossen wurde die Kampagne in der vierten Woche mit dem „Making-of“.

Ein Berater stellte die Clips ein, definierte zuvor nach einem Briefing durch den FB 15 die „Schlüsselworte“, die ihrerseits wieder miteinander verlinkt wurden und steuerte bei Bedarf nach (Abfall der Zahlen der erreichten/aktiven Frauen).

Ergebnisse der zielgruppenorientierten Facebook-Kampagne

Erreicht wurden insg. 104.500 Personen, d.h. die Werbeanzeige wurde mind. 1 Mal, max. 2 Mal gesehen.

Videoaufrufe ab 25% Sehdauer gemessen: 29.518 (Sehdauer, bezogen auf die Gesamtlauzeit des Clips), d.h. jede Dritte hat das Video über 25% der Gesamtlänge gesehen

Direkte Link-Klicks von Facebook aus auf www.ideenplattform-mannheim.de: 1.119

Die Besuche auf der Plattform stiegen auf bis zu 1.645 Besuche/Woche (6.3. – 12.3.), dem höchsten gemessenen Wert der gesamten Laufzeit der Ideenplattform. Gesamtbesuchszahlen der Ideenplattform in diesen vier Wochen: 4.737 Besuche.

Zum Vergleich: Während der Marketing-Aktivitäten im Juni/Juli 2016 stiegen die Besuchszahlen /Woche auf den höchsten Wert der Gesamtlauzeit der Ideenplattform (außerhalb der Facebook-Kampagne) von bis zu 1.306 Besuche/Woche (Gesamtbesuchszahlen 4.105) bei einem deutlich höheren finanziellen Ressourceneinsatz.

Auswertung – „Reporting“:

Reporting: Ergebnis in Summe

Erreichte Personen (Werbeanzeige mindestens 1x gesehen)	104.500
Videoaufrufe ab 25% und mehr	29.518
Kosten pro Videoaufruf	0,01 Cent
Gefällt mir Angaben	284
Geteilt	13x
Kommentare	26
Link-Klicks	1119
Budget	600 Euro



1 Berater für Digitalmarketing | Tim Schmidt | Kopernikusstraße 60 | 68165 Mannheim | www.tim-schmidt.digital

Auswertung „Ideeneingabe nach Geschlecht“ – vor und während der Facebook-Kampagne

Ideeneingabe - Geschlecht:	Zeitraum: vor der Kampagne- (01.06.2016 – 11.02.2017)	Zeitraum: während der Kampagne (12.02.2017 – 12.03.2017)
Anzahl der eingestellten Ideen	73	14
Männer	59,42% (41)	35,71% (5)
Frauen	39,13% (27)	64,29% (9)
Keine Angabe zum Geschlecht	1,45% (1)	0 (0)

Mit dem Verlauf der Facebook-Kampagne ist die aktive Beteiligung (Einstellen von Ideen) von Frauen nachweisbar um 25% angestiegen.

4. Einordnung des Verfahrens in das Mannheimer Beteiligungsangebot

In Mannheim werden seit vielen Jahren zahlreiche Erfahrungen mit Bürgerbeteiligungsprozessen gemacht. Bürgerbeteiligung ist Teil der kommunalen Strategie (www.mannheim.de/buergerbeteiligung).

Im Rahmen der Haushaltsberatungen 2012/2013 wurde die Einführung eines Beteiligungshaushaltes beschlossen (V121/2015) und mit der Auswertung des Beteiligungshaushaltes die Fortsetzung dieses Beteiligungsangebotes durch eine „Ideenplattform“ (V443/2015).

Mit der Ideenplattform bietet die Stadt Mannheim der Bevölkerung ganzjährig die Möglichkeit, mit ihren Ideen an der Gestaltung ihrer Stadt beteiligt zu sein und ist so ein niederschwelliger Kanal für „Agenda-Setting“ durch die Bürgerschaft.

Folgende Ziele wurden definiert:

„Eine auf Dauer angelegte Ideenplattform entzerrt das Verfahren zeitlich für Bürgerschaft und Verwaltung und kann so auch zur Qualitätssteigerung beitragen ... Ein verstärktes Ziel der Plattform ist, Ideen, Ideengeber und von der Idee begeisterte Menschen zusammenzubringen.“ (I-Vorlage V198,2016) „Fortführung des Beteiligungshaushaltes durch eine Ideenplattform 2016/2017“).

Tatsächlich wird das Verfahren entzerrt, was letztlich die Verwaltung entlastet. Eine „Qualitätssteigerung“ konnte nicht festgestellt werden, wobei „Qualität“ schwer zu messen ist. Hierfür müsste „Qualität“ genauer definiert werden und auch, worauf sich diese bezieht: auf die Ideen, die Beteiligung an und für sich, die Kreativität einer Idee, auf die aktive Unterstützung aus der Bürgerschaft, die Dauer der Antworten aus der Verwaltung, das Verwaltungshandeln an und für sich oder auf die Umsetzung der Ideen?

Die finanzielle Ausstattung für Marketingmaßnahmen (Zielgruppenansprache, präsent in Internet und Printpresse) wurden für die Ideenplattform nicht erhöht, so dass sie nun für die Dauer eines ganzen Jahres auskömmlich sein mussten und nicht nur für eine begrenzte Zeit eines Beteiligungshaushaltes. Es konnte nachgewiesen werden, dass die Beteiligung (registrieren, Ideen einstellen, voten, kommentieren) in dem Moment rückläufig wird, in dem keine Marketingmaßnahmen durchgeführt werden.

Dahingehend können in der begrenzten Zeit eines Beteiligungshaushaltes alle Marketingmittel gebündelt eingesetzt werden. Während des „BHH 2015“ haben sich über 5.700 Menschen auf der Plattform registriert, die Aufmerksamkeit in der Stadtgesellschaft war wahrnehmbar, die Kommunikation in den sozialen Netzwerken hoch.

Während des Beteiligungsprozesses der Ideenplattform konnte nachgewiesen werden, dass sich Zielgruppen, die sich in vergleichbaren Beteiligungsverfahren unterdurchschnittlich beteiligen mit einer zielgruppengerechter Ansprache erreichen lassen und sich ihr Beteiligungsverhalten ändert. Hierfür bedarf es der Kommunikation in den entsprechenden Kanälen mit Werbemitteln und Botchaften, die der beworbenen Zielgruppe entsprechen.

Die vorliegenden Zahlen zeigen allerdings auch, dass die Ideengeber weiterhin überdurchschnittlich häufig ältere Männer ab 50 Jahre mit Hochschulabschluss sind, deren überdurchschnittliches Interesse im Bereich Verkehr sich in der Ideeneingabe in diesem Bereich dann entsprechend abbildet.

Mit der Ideenplattform bietet die Stadt Mannheim neben dem Mängelmelder, der Kontaktaufnahme

für Anliegen über www.mannheim.de oder den Bürgersprechstunden des Oberbürgermeisters und den Angeboten des Kinder- und Jugendbüros „68DEINS“ eine weitere Möglichkeiten an, Anregungen, Ideen, Wünsche und Kritik aus der Bevölkerung an die Stadtverwaltung zu adressieren, die diese zur Qualitätskontrolle interner Abläufe und für eine optimierte Stadtentwicklung nutzen kann.

Das Beteiligungsportal, eine der neuen Maßnahmen, die im Mannheimer Regelwerk zur Bürgerbeteiligung beschrieben sind (B-Vorlage: V59/2017), geht Ende 2017 online. Auf dem Beteiligungsportal werden die verschiedenen Beteiligungsprozesse und Informationen für die Bürgerschaft abgebildet und gebündelt. Mittelfristig werden die verschiedenen Kommunikationskanäle stärker miteinander verzahnt und Angebotsüberschneidungen vermieden.

Anlage 1

Beschlussvorlage V443/2015 „Beteiligungshaushalt 2015 – Auswertung und weiteres Verfahren“