

Die Anfrage der CDU Stadtratsfraktion v. 19.04.2024 bezüglich der Orts-Apps möchten wir wie folgt beantworten:

Vorab die Interpretationshinweise - nachfolgend die aktuellen Nutzungszahlen

Welche Download-Zahlen in den App-Stores zu verzeichnen sind ist kein guter Maßstab da dort keine genaue Anzahl verzeichnet ist und zudem auch wieder gelöschte bzw. doppelte Downloads gezählt werden. Deshalb beachten wir diese nicht.

Wichtig für uns ist die Reichweite - das sind plattformübergreifend die App-Installationen, die tatsächlich in Betrieb und aktiv sind. Ein Großteil davon empfängt die Push-Benachrichtigungen. Still hinzurechnen muss man stets die "Dunkelziffer" der Nutzer die nicht die App-Installation nutzen, sondern die Inhalte über die Website aufrufen. Hier können wir die Statistik erfragen, dafür ist die Anfrage zu kurzfristig.

Dargestellt sind auch die registrierten Leser - anders als in anderen sozialen Medien besteht keinerlei Druck sich zu registrieren, dies wird allenfalls zum Kommentieren oder als Autor benötigt. Insofern ist das kein Maßstab. (Auch die "Likes" an Artikeln sind das nicht, da von der Registrierung abhängig).

Stand 22.04.2024	Reichweite	Registrierte Leser	eigene Artikel
pirmasens.orts.app	1300	145	176
erlenbrunn.orts.app	164	35	23
gersbach.orts.app	456	72	44
mogugge.orts.app	368	68	77
winzeln.orts.app	345	62	30
fehrbach.orts.app	246	46	44
hengenberg.orts.app	164	30	10
niedersimten.orts.app	94	12	4
windsberg.orts.app	145	22	14

In einigen Ortsteilen arbeiten bereits sehr engagierte lokale Autoren/Administratoren, deren Gestaltungswille über die Akzeptanz und Verbreitung entscheidet. Leider reicht die zur Verfügung stehende Zeit nicht aus, um konkrete Kennzahlen auszuwerten. Im Allgemeinen liegen die Klickraten pro Artikel zwischen 10% und 20%, bei Themen wie ÖPNV, Sperrungen, Schulausfall, Feuerwehreinsatz, Abfallabholung, Ratten, kurz - bei Themen aus erster Hand sogar bis zu 40% und mehr als 300 eindeutige Leser (nur in der Stadt ohne Vororte) werden erreicht. Nicht berücksichtigt sind hier die Synergieeffekte zwischen der App und der Homepage sowie dem Veranstaltungskalender.

Insgesamt sind wir bisher recht zufrieden, insbesondere angesichts der Tatsache, dass es bisher kaum Werbemaßnahmen für die Apps gab, außer der Mitteilung zur Einführung. Wir haben bewusst zuerst eine Nutzerbasis aufbauen und die redaktionellen Möglichkeiten erkunden wollen.

Die Entwicklung der App in Kaiserslautern hatte zum Ziel, die herkömmliche print Veranstaltungsbroschüre zu ersetzen und die städtischen Informationen durch Veranstaltungen von Vereinen, Verbänden und Organisationen zu ergänzen. In Kaiserslautern ist eine Mitarbeiterin für die Pflege der App zuständig, die alle Inhalte einpflegt. Dies beinhaltet unter anderem die manuelle Übernahme von Terminen von der Website, die Recherche und Aufbereitung von Informationen zu Hotels und Freizeittipps sowie die manuelle Einpflege dieser Inhalte. Die Inhalte

werden tatsächlich doppelt gepflegt, es erfolgt keine Verlinkung auf die Website von Kaiserslautern.

Die Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel in Kaiserslautern gestaltet sich als schwierig, da die Einzelhändler nur zögerlich bereit sind, an der App mitzuwirken. Das Angebot für Coupons zu einem Preis von 99,- € für 4-6 Wochen wird kaum genutzt, sodass seit einigen Monaten keine Coupons mehr verfügbar sind. Es wurde bereits versucht, den Einzelhändlern den Aktionszeitraum kostenfrei anzubieten, jedoch bisher ebenfalls ohne Erfolg. Um die Einzelhändler von der Mitarbeit zu überzeugen, wäre ein erheblicher Personalaufwand nötig.

Im Gegensatz dazu stehen der Pirmasens-App bislang keine Ressourcen zur Verfügung, weder finanziell noch personell, es gibt keine Stellen die sich um die App und deren Fort- und Weiterentwicklung in einem größeren Umfang kümmern könnten. Die Mitarbeiterinnen Frau Schön und Frau Klug erledigen alles zusätzlich. Der Pflegeaufwand sowie die Akquise von Redakteuren und Inhalten sind nicht zu unterschätzen. Wie das Beispiel Kaiserslautern deutlich macht.

Im Bereich Tourismus, sehen wir nur geringe Übereinstimmungen mit der Zielgruppe der städtischen Apps, denn diese werden mit dem Ziel der Bürgerinformation bespielt. Dennoch werden bereits jetzt Freizeittipps und Berichte dargestellt.

Erweiterungen

Im Rahmen der Wartung finden fortlaufend Verbesserungen der Bedienbarkeit statt. Beispielsweise wird es im laufenden Jahr eine verbesserte Pinnwand geben, um den Austausch der Pirmasenserinnen und Pirmasenser untereinander zu fördern.

Möglich Erweiterungen der Pirmasens-App

Vorteile für App-Nutzer: Wie bereits bei der MoGugge-App ist es denkbar bei Veranstaltungen wie z.B. beim vergangenen Skatedate Vergünstigungen für Essen und Getränke anzubieten.

Event-Coupons: Denkbar sind hier alle städtischen Veranstaltungen mit aufzunehmen und z. B. beim Novembermarkt eine Fahrt im Riesenrad bei einem zahlenden Gast kostenfrei zu erhalten. Oder auch ein „digitales“ Stempelheft um nach x Veranstaltungen einen 50% Rabattcoupon oder freien Eintritt in ein Museum oder zu einer Veranstaltung zu erhalten.

Die Möglichkeiten sind vielfältig, wenn die zur Verfügung stehenden Ressourcen angepasst werden.