

STELLUNGNAHME zu Antrag

DHH/2025/1704

HHS4_V107 - Karlsruhe.App Marketingaufwendungen
Antrag: AfD

Seite HH-Plan	Produktgruppe	Kontierungsobjekt	Plankonto/FiPo	
105	1120-170	17006210	42*/44*	
Aufwand (in Euro)				
2026	2027	2028	2029	2030
-70.000	-20.000	-20.000	-20.000	-20.000
Wählen Sie ein Element aus				
2026	2027	2028	2029	2030

Anteile des Marketingbudget der Karlsruhe.App wurden bereits als Einsparvorschlag (HHS4_V107) in die Haushaltskonsolidierung eingebracht (80.000 € 2026, 130.000 € 2027).

Die Ergebnisse resultieren aus aktuellen Umfragen sowie Appstoreauswertungen und belegen ein neutrales Bild zur Nutzung der Karlsruhe.App. Im Zeitraum von August 2025 bis September 2025 wurden zwei Umfragen vom Karlsruhe.App Team in Auftrag gegeben, die folgende Erkenntnisse unterbreiten.

1. Civey Studie (Markenwerterhebung)

- Nutzung: Über 50 % der Nutzenden verwendet die App mind. 1x die Woche
- Wahrnehmung: App gilt als ansprechend, informativ, attraktiv, nützlich und vertrauenswürdig.
- Wichtigkeit & Empfehlung: Rund 70% halten sie für wichtig; NPS sehr positiv (~89% Promotoren).
- Interesse: ~68% der Nicht-Kennenden, finden die App interessant und möchten sich diese anschauen
- Bekanntheit: Nur ca. 30% kennen die App, rund 26% davon haben die App installiert. Aber es besteht mit 70% noch großes Wachstumspotenzial.

2. Nutzerumfrage

- Ein überwiegender Großteil der Teilnehmenden nutzt die App min. einmal pro Woche.
- Die meisten Befragten finden sich gut zurecht und verstehen die Funktionen.
 - Ranking zum Nutzungszweck: 1: Mich informieren, 2: Veranstaltungen finden, 3: Digitale Services nutzen.
- Das Interesse an den angebotenen Themenbereichen ist relativ ausgewogen. Spitzenreiter sind folgende Bereiche: Stadt & Rathaus, Kultur & Freizeit, Nachrichten
- Junge Menschen weiterhin unterrepräsentiert
- Auch Frauenanteil ist ausbaufähig

3. Bürgerumfrage 2025

Das Amt für Stadtentwicklung hat zudem eine allgemeine Bürgerumfrage zu allen städtischen Kommunikationskanälen durchgeführt. Bisher liegen dem Karlsruhe.App Team nur Vorauswertungen vor, welche nicht veröffentlicht werden dürfen. Auch diese Umfrage lässt sehr deutlich erkennen, dass die Karlsruhe.App mittlerweile als ein etablierter Kommunikationskanal der Stadtverwaltung wahrgenommen wird und sich im Kontext Nutzungshäufigkeit und Relevanz stabil im Mittelfeld aller abgefragten städtischen Kommunikationskanäle bewegt. Auffällig an dieser Stelle ist, dass es sich hierbei um den einzigen etablierten Kommunikationskanal handelt, welcher vom Amt für Informationstechnik und Digitalisierung, sowohl technisch als auch kommunikationsstrategisch (unter anderem redaktionell) betreut wird.

4. Entwicklung Nutzerzahlen:

- iOS zeigt eindeutig steigende Downloadzahlen mit deutlichen Peaks im Juli und August der jeweiligen Jahre, was direkt mit konkreten Marketingmaßnahmen (Sommerkampagnen) in Korrelation steht.
- Alleine im Jahr 2025 gab es im Kampagnenzeitraum 7% mehr Downloads als im Vorjahr.
- Im Jahresverlauf erkennt man zudem steigende Zugriffe über iOS seit Anfang 2024, mit einem Peak in den Monaten Juli und August (Sommerkampagne).
- Downloads Google PlayStore: 10.000+
- Downloads App Store 17.000+
- Channel „Aktuelles aus dem Rathaus“ Abonnenten 28.000+
- Channel „Community-Channel“ Abonnenten 27.000+
- Anzahl Channels 54+
- Anzahl Add-Ins 40+

- Seit kurzem sind MoWaS-Warmmeldungen für den Stadtkreis Karlsruhe integriert. Dort werden über den Info-Channel „Aktuelles aus dem Rathaus“ ausgespielt und warnen die Nutzenden umgehend im Gefahrenfall. Diese Informationen können zudem von der Stadtverwaltung noch zusätzlich ergänzt werden. Somit werden technische und kommunikative Redundanzen sichergestellt, um über mehrere Kanäle in einem Ernstfall informieren zu können.

Es muss jedoch transparent und eindeutig darauf hingewiesen werden, dass die Erkenntnisse aus den Umfragen, Studien und Appstoreanalysen sehr stark darauf hindeuten, dass ohne Marketingmaßnahmen die Reichweite der Karlsruhe.App mindestens stagnieren, wenn nicht sogar sich wahrscheinlich rückläufig verhalten wird. Weiterhin wird die Fortführung der Erschließung sinnvoller Zielgruppen, wie junge Familien, nicht mehr gewährleistet werden können.

Die Verwaltung empfiehlt, den Antrag abzulehnen.