



öffentlich

Fachbereich	Dezernent(in) / Geschäftsführer	Datum
61	StR Ludger Wilde	18.02.2020
verantwortlich	Telefon	Dringlichkeit
Winfried Sagolla Manhardt Seeger	22613	-
Beratungsfolge	Beratungstermine	Zuständigkeit
Ausschuss für Finanzen, Beteiligungen und Liegenschaften	12.03.2020	Empfehlung
Ausschuss für Umwelt, Stadtgestaltung und Wohnen	18.03.2020	Empfehlung
Hauptausschuss und Ältestenrat	26.03.2020	Empfehlung
Rat der Stadt	26.03.2020	Beschluss

Tagesordnungspunkt

Digitalisierung des Radverkehrs

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt Dortmund beschließt vorbehaltlich einer öffentlichen Förderung die Ausschreibung und Einführung einer Fahrradnavigations-App und die damit verbundenen Marketing- und Öffentlichkeitsaktionen entsprechend der Ausführungen in der Vorlage und beauftragt das Vergabe- und Beschaffungszentrum (StA 19) mit der Durchführung der Vergabeverfahren und ermächtigt die Verwaltung, den Zuschlag auf das jeweils wirtschaftlichste Angebot zu erteilen.

In der städtischen Ergebnisrechnung entstehen Gesamtaufwendungen in Höhe von 849.839 € in den Haushaltsjahren 2020 bis 2024. Eine Förderung hierfür in Höhe von 677.409 € wird erwartet.

Personelle Auswirkungen

Die Begleitung des Vorhabens wird mit vorhandenem Personal sichergestellt.

Klimatische Auswirkungen

Die Förderung des Fahrradverkehrs ist einer der zentralen Bausteine zur Reduzierung der CO₂ Emission.

Finanzielle Auswirkungen

Es wird auf die Beschlussvorlage DS-Nr. 15619-19 -Fahrradstadt Dortmund- verwiesen. Die Maßnahme „Digitalisierung des Radverkehrs“ führt in den Haushaltsjahren 2020 bis 2024 zu Gesamtaufwendungen in der Teilergebnisrechnung bei StA 61 in Höhe von 849.839 €. Durch unterschiedliche Fördertöpfe und Fördersätze ist von Erträgen aus Fördergeldern in Höhe von 677.409 € auszugehen. Es entsteht ein städtischer Eigenanteil von 172.430 €.

Die detaillierte Aufteilung der Fördermittel stellt sich wie folgt dar:

Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur fördert Maßnahmen im Förderprogramm „Digitalisierung kommunaler Verkehrssysteme“ mit 50%, lässt aber ausdrücklich eine Kumulierung von Fördermitteln zu. Teile des Maßnahmenpaketes passen auch in den Förderrahmen des Programmes „Vernetzte Mobilität und Mobilitätsmanagement“

des Landes NRW. Die Verwaltung hat daher zwei gleichlautende Förderanträge beim Bund und beim Land NRW eingereicht. Insgesamt stellt sich die Förderung durch Bund und Land zu den einzelnen Arbeitspaketen (AP) wie folgt dar: Die AP 1,4 und 5 werden vom Land zu 30% gefördert, und vom Bund zu 50 %. Das AP 3 wird nur vom Bund zu 50 % gefördert. Die AP 2 und 6 (=15% Aufwendungen der Maßnahmen 1,3,4 und 5 für Öffentlichkeitsarbeit) werden vom Bund zu 50 % gefördert, vom Land zu 30 % (aber ohne Berücksichtigung von AP 3). Damit wird auch bei weitem der vom Land vorgegebene Maximalbetrag von 100.000 € für Öffentlichkeitsarbeitsfördermittel über alle Jahre nicht überschritten.

Die finanzielle Gesamtdarstellung und Aufteilung auf einzelne Arbeitspakete stellt sich nach aktuellem Stand wie folgt dar:

Arbeitspaket	Modul	2020	2021	2022	2023	2024
AP 1 (Förderung 50% Bund, 30 % Land)	Lizenzgebühren für App/ Online Routenplaner	11.900	11.900	11.900	11.900	11.900
AP 3 (Förderung 50% Bund)	Strategie Workshop	7.140	-	-	-	-
AP 4 (Förderung 50% Bund, 30 % Land)	Anwenderaquire, Bonus- und Motivations- kampagne	54.740	149.940	101.150	101.150	101.150
AP 5 (Förderung 50% Bund, 30 % Land)	Lizenzgebühren für GPS-Datenanalyse-Tool	35.700	32.130	32.130	32.130	32.130
AP 2 + AP 6 (Förderung 50 % Bund und 30% Land ohne AP3)	zzgl. 15% Zuschlag für Öffentlichkeitsarbeit	16.422	29.096	21.777	21.777	21.777
Summe der zuwendungsfähigen Ausgaben		125.902	223.066	166.957	166.957	166.957
Landesförderung (30%, ohne AP 3)		35.307	66.920	50.087	50.087	50.087
Bundesförderung, 50%		62.951	111.533	83.479	83.479	83.479
Summe Förderung		98.258	178.453	133.566	133.566	133.566
Summe Eigenmittel		27.644	44.613	33.391	33.391	33.391

Die Maßnahme wird bei StA 61 in der Teilergebnisrechnung 2020 bis 2024 unter dem Produkt 61_0120101 („Verkehrsentwicklungsplanung“) wie folgt abgebildet:

Sachkonto	2020	2021	2022	2023	2024	Gesamt
529 900	125.902	223.066	166.957	166.957	166.957	849.839
Sach. und Dienstl. Sonstiges						
413 200	98.258	178.453	133.566	133.566	133.566	677.408
Landeszuweisungen						
Eigenanteil	27.644	44.613	33.391	33.391	33.391	172.430

Im Rahmen der Haushaltsplanung 2020/2021ff. sind bisher lediglich die Erträge und Aufwendungen im Haushaltsjahr 2020 geplant. Die Deckung der überplanmäßigen Bedarfe i.H.v. 223.066 € in 2021 kann gem. § 83 GO NRW aus den o.g. Fördermitteln erfolgen. Der Eigenanteil in Höhe von 44.613 € wird im Rahmen der Bewirtschaftung aus dem Budget von StA 61 getragen. Die in der Tabelle aufgeführten Erträge und Aufwendungen in den Haushaltsjahren 2022 bis 2024 werden im Rahmen der Haushaltsplanung 2022 ff. angemeldet. Insgesamt werden die Eigenanteile bei Nichtberücksichtigung durch das eigene Budget gedeckt. Es erfolgt daher insgesamt keine Ausweitung des Budgets im Saldo.

Die Maßnahme erfolgt vorbehaltlich der Förderzusage der Fördermittelgeber in der zuvor aufgeführten Höhe, sowie unter Beachtung der Regelungen zur vorläufigen Haushaltsführung.

Ullrich Sierau
Oberbürgermeister

Ludger Wilde
Stadtrat

Arnulf Rybicki
Stadtrat

Jörg Stüdemann
Stadtdirektor/ Stadtkämmerer

Begründung

Im Rahmen des „Masterplan Nachhaltige Mobilität“ hat die Verwaltung in dem Handlungsfeld „Digitalisierung des Verkehrs“ das Projekt „Digitalisierung des Radverkehrs“ (Maßnahme 1.5) angemeldet.

Das Projekt umfasst folgende Bausteine:

- a) Einführung einer Navigations-App für den Radverkehr
- b) Kampagne zur Gewinnung möglichst vieler Nutzender
- c) Akquise von Einzelhandel, Betrieben und Institutionen zur Etablierung eines breit gefächerten Bonussystems
- d) Erstellung eines Analysetools zur Auswertung der nachgefragten Strecken im Radverkehr

Die über die App erlangten Daten bilden eine wesentliche Grundlage für die Festlegung von Vorrangrouten für den Radverkehr.

Zu den Bausteinen (Ifd. Nr. 1 bis 6 entsprechen den unter den finanziellen Auswirkungen angegebenen Arbeitspaketen) im Einzelnen:

1. Einführung einer Navigations-App für den Radverkehr und einer Online-Routinganwendung

Für den Radverkehr liegen bislang nur rudimentäre Informationen vor (Querschnittszählungen an einigen Knoten und eine Dauerzählstelle). Das Fahrtenaufkommen im Nebennetz wird gar nicht erhoben. Kenntnisse über die Routenwahl liegen nicht vor. Solche Daten sind wichtige Grundlage für Infrastrukturmaßnahmen und Prioritätenbildungen sowie zur Evaluation von Maßnahmen.

Vor diesem Hintergrund soll mit Hilfe einer App ein Datenerfassungs- und Analysetool für den Radverkehr geschaffen werden, mit dem die realen Radverkehrsbewegungen permanent und automatisiert erfasst sowie anonymisiert aufbereitet werden. Erstmals können somit gefahrene Routen erfasst und zu sogenannten „Heatmaps“ (engl. Hitzekarten) verdichtet werden. Dabei werden diejenigen Routen, die häufig genutzt werden, grafisch stärker („heißer“) dargestellt als andere.

Die App muss von den Radfahrenden auf dem Smartphone installiert sein. Für die Nutzenden ist die App ein qualitativ hochwertiges Radverkehr-Navigationsprogramm mit einem besonderen Anreiz. Dieser Anreiz wird durch ein Bonussystem gegeben, welches ebenfalls in die App integriert ist und z. B. Rabatt-Codes und spezielle Aktionen von assoziiertem Einzelhandel, Betrieben und Institutionen zur Verfügung stellt (sog. Incentivierungs-Ansatz). Auf diese Weise soll die Bereitschaft zur Installation der App gestärkt und die Motivation zum Radfahren permanent hochgehalten werden (sog. Gamification-Ansatz). Eingesetzte Belohnungssysteme bieten einen Anreiz, anstelle des Kfz verstärkt das Fahrrad zu benutzen.

Mit der Einführung und Vermarktung einer Navigations-App speziell für den Radverkehr kann eine permanente, automatisierte Verkehrsdatenerfassung im Radverkehr stattfinden. Durch die Umsetzung der erhobenen Daten in Karten („Heatmaps“, Darstellung von Routen, Wegehäufigkeiten, Wartezeiten etc.) ist eine deutlich verbesserte Analyse, Potentialabschätzung sowie Beobachtung und Kontrolle von Radverkehrsprojekten möglich. Ein entsprechendes Analysetool der generierten Daten ist daher Bestandteil des Projektes.

2. Öffentlichkeits- und Medienarbeit

Um die App bekannt zu machen und stetig mehr Nutzer zu generieren, wird die Maßnahme umfassend mit Öffentlichkeits- und Medienarbeit begleitet. Davon unabhängig muss jede Kampagne einzeln beworben werden. Das generelle Marketing im Zusammenhang mit der App umfasst Pressearbeit ebenso wie die öffentlichkeitswirksame Auswertung der gewonnenen Daten:

- Erarbeitung einer Pressemitteilung zum Start der Kampagne
- Regelmäßiger Social Media Post (mind. 1 je Monat) über die Social Media Kanäle des Anbieters inkl. der Erarbeitung des Designs und des Textes (Facebook/ Instagram)
- Erstellung eines Magazinartikels pro Jahr
- Regelmäßige Reports (Statistiken, App-Nutzung, u.a.)
- Endbericht zum Abschluss der Kooperation
- Regelmäßige Push-Benachrichtigungen an die Nutzer der Dortmund-Karte
- Je 2 gedruckte Heatmaps im Maßstab 1:20.000 für das gesamte Stadtgebiet jeweils zum Jahresende
- 4 digitale Heatmaps (jeweils zum Quartalsende) je Jahr
- Printmaterial und Design (Poster, Sticker, Flyer), Auflage je 10.000 Stück

3. Durchführung eines Auftaktworkshops und Erstellung eines Strategiepapiers

Als Auftakt der Maßnahme ist ein Strategieworkshop mit verschiedenen Akteuren der Stadtverwaltung und der Einstieg in die Medienarbeit vorgesehen. Der Strategieworkshop umfasst eine Zielgruppenanalyse, die Auswahl des Dortmund-spezifischen Multiplikatorennetzwerkes, das Herausfiltern der potentiellen Partner für Vorteilsaktionen und ein Vertriebskonzept für die Verteilung der Giveaways wie bspw. Smartphone-Halterungen. Das Arbeitspaket enthält zudem die notwendigen Vorrecherchen, die organisatorische Vorbereitung und Durchführung des Workshops sowie die Ergebnisdokumentation und die Zuspitzung der Ergebnisse in einem Strategiepapier.

4. Durchführung einer Bonuskampagne zur Einführung der App sowie weiterer Motivationskampagnen

Um valide Daten für die Radverkehrsplanung zu erhalten bedarf es einer breiten Nutzung der App durch die Radfahrenden. Zum Aufbau der Teilnehmergemeinschaft und zur Steigerung der Nutzerzahl wird zur Einführung der App in 2020 eine Bonuskampagne durchgeführt. An diese Kampagne werden folgende Anforderungen gestellt:

- Fertigen von Pressemitteilungen
- Einstellen eines Ratgebers/ einer Anleitung für die Nutzer in die App
- 8 Social Media Posts pro Jahr
- Bereitstellung und Pflege einer Info-Seite für die Dortmund-Kampagne auf der Plattform des Anbieters (vergleichbar der Kampagnen in Berlin, Hamburg, Bremen)
- Entwicklung eines Designs für Flyer in Abstimmung mit dem Corporate-Design der Stadt Dortmund

5. Nutzergruppenspezifische Kampagnen

Um die Nutzerzahlen stetig zu erhöhen, die bereits Teilnehmenden ständig weiter zu motivieren und um Zugang zu potentiell interessierten Nutzergruppen zu bekommen, sollen in den vier Folgejahren (2021-2024) pro Jahr 2 Motivationskampagnen durchgeführt werden, im Startjahr soll - neben der einführenden Bonuskampagne - eine weitere Kampagne durchgeführt werden („Mit dem Rad zur Arbeit“). Die Kampagnen sollen mit Spielelementen und durch Förderung des Teamgeistes die Nutzergemeinde vergrößern und permanent motivieren dabei zu bleiben um möglichst viele Alltagswege mit dem Rad zu erledigen. Der Kampagnenzeitraum geht jeweils über mehrere Monate. Eine Abstimmung mit der bereits in diesem Jahr startenden Kampagne UmsteiGERN des Projektes Emissionsfreie Innenstadt wird angestrebt.

6. Analyse der erhobenen Daten

Ergänzend zur App wird ein GPD-Datenanalyse-Tool für den Radverkehr ausgeschrieben mit dem die generierten Daten ausgewertet werden können wie z.B. Verkehrsdichten, geradelte Strecken, Geschwindigkeiten, Wartezeiten, bevorzugte Wege u.a.m.

7. Give-Aways zum Bewerten der App

Zur Bewerbung der App und zur Onlineanwendung sollen Give-Aways, insbesondere eine Smartphonehalterung angeboten werden. Sie sollen für verschiedene Smartphone-Modelle und -größen beschafft, hochwertig und wetterbeständig und an jedem Fahrradlenker einsetzbar sein. Sie sind Voraussetzung für die Nutzung der App im Alltagsverkehr und - hergestellt im Corporate Design der Stadt Dortmund - wichtiger Werbeträger für die Förderung des Radverkehrs.

8. Umsetzung

Nach Vorliegen der Förderbescheide werden die Ausschreibungsunterlagen erstellt. Sobald die Genehmigung des städtischen Haushaltes vorliegt, soll die Maßnahme ausgeschrieben

werden. Die Vergabe wird für Juni/ Juli 2020 angestrebt. Die Auftaktkampagne soll im III. Quartal 2020 stattfinden.

7. Vergaberechtliche Betrachtung

Bei dieser Maßnahme handelt es sich um einen öffentlichen Auftrag oberhalb des maßgeblichen EU-Schwellenwerts von zurzeit 214.000 € netto über Leistungen, der nach den Bestimmungen der Vergabeverordnung (VgV) zu vergeben ist.

Der Auftrag umfasst konzeptionelle oder innovative Lösungen, so dass nach § 14 Abs. 3 Nr. 2 i. V. m. § 17 VgV ein Verhandlungsverfahren mit Teilnahmewettbewerb in Betracht kommt.

Zunächst wird im Rahmen eines Teilnahmewettbewerbs (Stufe 1) eine unbeschränkte Anzahl von Unternehmen öffentlich zur Abgabe eines Teilnahmeantrags aufgefordert. Jedes interessierte Unternehmen kann einen Teilnahmeantrag abgeben. Mit dem Teilnahmeantrag übermitteln die Unternehmen dann die geforderten Informationen für die Prüfung ihrer Eignung.

Die von den Unternehmen einzureichenden Erklärungen und Nachweise beziehen sich nach den §§ 42 ff VgV im Wesentlichen auf die wirtschaftliche und finanzielle sowie technische und berufliche Leistungsfähigkeit sowie dem Nichtvorliegen von Ausschlussgründen. Gefordert werden insbesondere Angaben zum Gesamtumsatz und Mindestumsatz in dem Tätigkeitsbereich des zu vergebenden Auftrags, Nachweis einer ausreichenden Berufs- oder Betriebshaftpflichtversicherung sowie Angabe von geeigneten Referenzen.

Im Weiteren werden die Unternehmen zur Angebotsabgabe aufgefordert (Stufe 2), die ihre Eignung nachgewiesen haben und nicht ausgeschlossen worden sind.

Es wird mit den Unternehmen nach § 17 Abs. 12 VgV über die von ihnen eingereichten Erstangebote und alle Folgeangebote verhandelt, mit dem Ziel, diese Angebote inhaltlich zu verbessern. Allerdings wird in den Vergabeunterlagen die Möglichkeit vorbehalten, den Auftrag auch auf der Grundlage der Erstangebote zu vergeben, ohne in Verhandlungen einzutreten.

Der Zuschlag wird nach § 58 Abs. 1 VgV auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt. Die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots erfolgt auf der Grundlage des Preises (Honorar) und qualitativen Zuschlagskriterien, wie z.B. konzeptionelle Vorgehensweise, Organisation sowie Qualifikation und Erfahrung des mit der Ausführung des Auftrags betrauten Personals.

Die Give-Aways zum Bewerten der App werden in Abhängigkeit des Marketingkonzeptes durch das Vergabe- und Beschaffungszentrum gesondert ausgeschrieben.

8. Zuständigkeit

Die Zuständigkeit des Rates ergibt sich aus § 41 Abs. 1 GO NRW in Verbindung mit § 4 Abs. 1 der Neufassung der Hauptsatzung der Stadt Dortmund vom 12.06.2017.