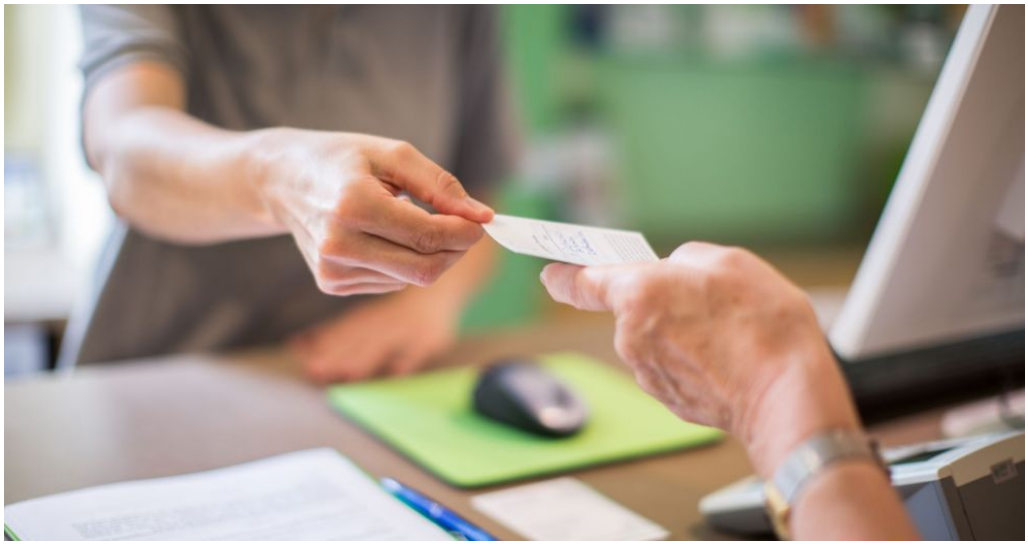
Mobilitätsgutscheine

Kategorie
- Marketing

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger

Projektphase
- Umsetzung
- Fortsetzung



Quelle: Luis Alvarez / Getty Images

Welche Vorteile bieten Mobilitätsgutscheine?

Mobilitätsgutscheine ermöglichen ein kostenloses bzw. rabattiertes und unverbindliches Ausprobieren eines bisher unbekannten Angebots, wodurch Hemmschwellen für die Nutzung abgebaut und neue Kundinnen und Kunden gewonnen werden können. Darüber hinaus können Gutscheine auch zur Kundenbindung oder anlassbezogen (z. B. nach Beschwerden) eingesetzt werden. Mobilitätsgutscheine können als physische Tickets ausgegeben oder in Mobilitätsplattformen als Guthaben digital hinterlegt werden. Häufig werden entsprechende Guthaben bei der Erstregistrierung und der Erstnutzung eines Angebotes zur Verfügung gestellt.

Grundsätzlich sind Mobilitätsgutscheine nicht auf eine bestimmte Zielgruppe beschränkt. Je nachdem, welches Mobilitätsangebot mit dem Gutschein beworben werden soll, kann das Verteilen der Gutscheine an bestimmte Zielgruppen jedoch von Vorteil sein. Bei der Einführung eines Carsharing-Angebots können beispielsweise gezielt Gutscheine an Studierende oder junge Erwachsene ausgegeben werden. Um die Wirksamkeit der Mobilitätsgutscheine zu ermitteln, bietet es sich an, begleitende Befragungen der Nutzerinnen und Nutzer durchzuführen und deren Rückmeldungen aufzugreifen.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Im Voraus einer Mobilitätsgutscheinaktion müssen mehrere Entscheidungen getroffen werden. Auf der einen Seite muss entschieden werden, wann ein sinnvoller Zeitpunkt für den Start und das Ende der Aktion ist. Geeignete Zeitpunkte ergeben sich unter anderem bei Einführung eines neuen Mobilitätsangebots oder als Gegenmaßnahme bei sinkenden Nutzerzahlen. Dazu muss entschieden werden, auf welche Art und Weise die Gutscheine verteilt werden und welchen Umfang die Rabattierung (kostenlos oder prozentualer Nachlass sowie Anzahl der Gutscheine) hat.

Die Kosten einer Gutscheinaktion sind abhängig von deren Ausgestaltung und Dauer. Unmittelbare Kosten entstehen für die Produktion und Verteilung der Gutscheine bei einer physischen Verteilung. Durch die kostenlose bzw. rabattierte Nutzung der Angebote ergeben sich für den Aktionszeitraum Einnahmenverluste, die zu berücksichtigen sind. Die Einführung einer

Gutscheinaktion ist sowohl während des laufenden Betriebs zur Neukundengewinnung als auch bei der Einführung neuer Angebote sinnvoll.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die Ausgestaltung der Mobilitätsgutscheine, die Identifikation der Zielgruppen sowie die Distribution der Gutscheine müssen aufeinander abgestimmt sein, um eine hohe Wirksamkeit sicherzustellen. Es besteht die Gefahr, dass die entsprechenden Mobilitätsangebote nur temporär im Rahmen der Gutscheinaktion genutzt werden. Das Nutzungsverhalten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollte daher aufmerksam beobachtet werden, um gegebenenfalls Änderungen vornehmen zu können. Dies kann die Gutscheinaktion, aber auch das Angebot selbst betreffen.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Jugendtaxi Waldeck-Frankenberg (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/jugendtaxi-waldeck-frankenberg)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Empfehlungsmarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/empfehlungsmarketing)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Neubürgermarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/neubuergermarketing)
Schnupperangebote (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/schnupperangebote)
Werbegeschenke (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/werbegeschenke)

Quellen

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), 2023.