

Smart City Aalen

Die vernetzte Stadt der Zukunft





Smart City ist ein schicker Begriff. Doch was steckt dahinter? Es geht um Mobilfunk- und Internetinfrastruktur, den weiteren Glasfaserausbau, Schulentwicklung im digitalen Zeitalter, Mobilität und die Realisierung der Energiewende. Es geht um effiziente und erfolgreiche Geschäftsmodelle und um Fach- und Führungskräfte, die sich am Standort wohlfühlen sollen, um auch hierzubleiben.

Wie die Bürger der Stadt Aalen zum Thema **Smart City** stehen und was sie darüber denken, wurde im Rahmen zweier studentischer Projekte, der Hochschule Aalen, evaluiert.

In dieser Präsentation sind die Ergebnisse zweier Umfragen enthalten:

Umfrage 2017: „Smart City Aalen“, 150 Befragte, Datenerhebung: Fragebogen



Zielsetzung: Wie die Bürger der Stadt zu einer „Smart City Aalen“ stehen und was sie von dieser erwarten.

Umfrage 2018: „Smart City - GeoApp Aalen“, 90 Befragte, Datenerhebung: Fragebogen



Zielsetzung: Anforderungen an die Funktionalität der Aalener GeoApp und Wünsche für die Zukunft.

1. Executive Summary

2. Smart City

2.1 Bekanntheitsgrad

2.2 Wünsche an eine Smart City

2.3 Erwartungen

2.4 Online Angebot der Stadt Aalen

2.5 Befürchtungen

2.6 E-Mobilität

3. Demografische Daten

4. Handlungsempfehlungen



1. Executive Summary

1. Executive Summary

- Einem Drittel der Befragten ist der Begriff „Smart City“ nicht bekannt.
Hauptinformationsquelle sind die Printmedien.
- Eine gute ÖPNV-Infrastruktur, ein guter Breitbandausbau, Umweltschutz, günstiger Wohnraum und eine hohe Lebensqualität sind den Bürgern besonders wichtig.
- Die Online-Angebote der Stadt Aalen werden kaum genutzt, trotz hoher Relevanz.
- Der Datenschutz spielt eine entscheidende Rolle.
- Die E-Mobilität gewinnt an Bedeutung.

2. Smart City



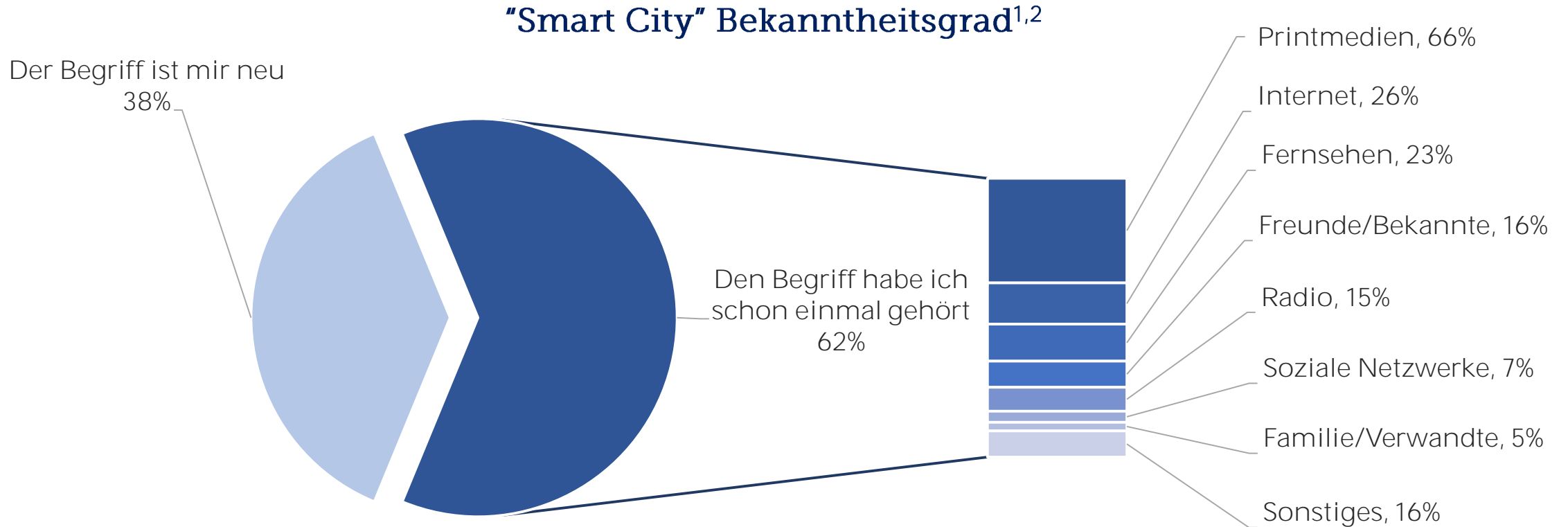
2.1 Bekanntheitsgrad

Frage 5b (2017): „Was verstehen Sie unter dem Begriff Smart City?“
(offene Frage), N = 74 Befragte;
Antworten wurden gruppiert und ähnliche Begriffe zusammengefasst.



2.1 Bekanntheitsgrad

Dem Großteil der Befragten ist der Begriff „Smart City“ bekannt. Print, Internet und Fernseher sind die Hauptinformationsquellen.

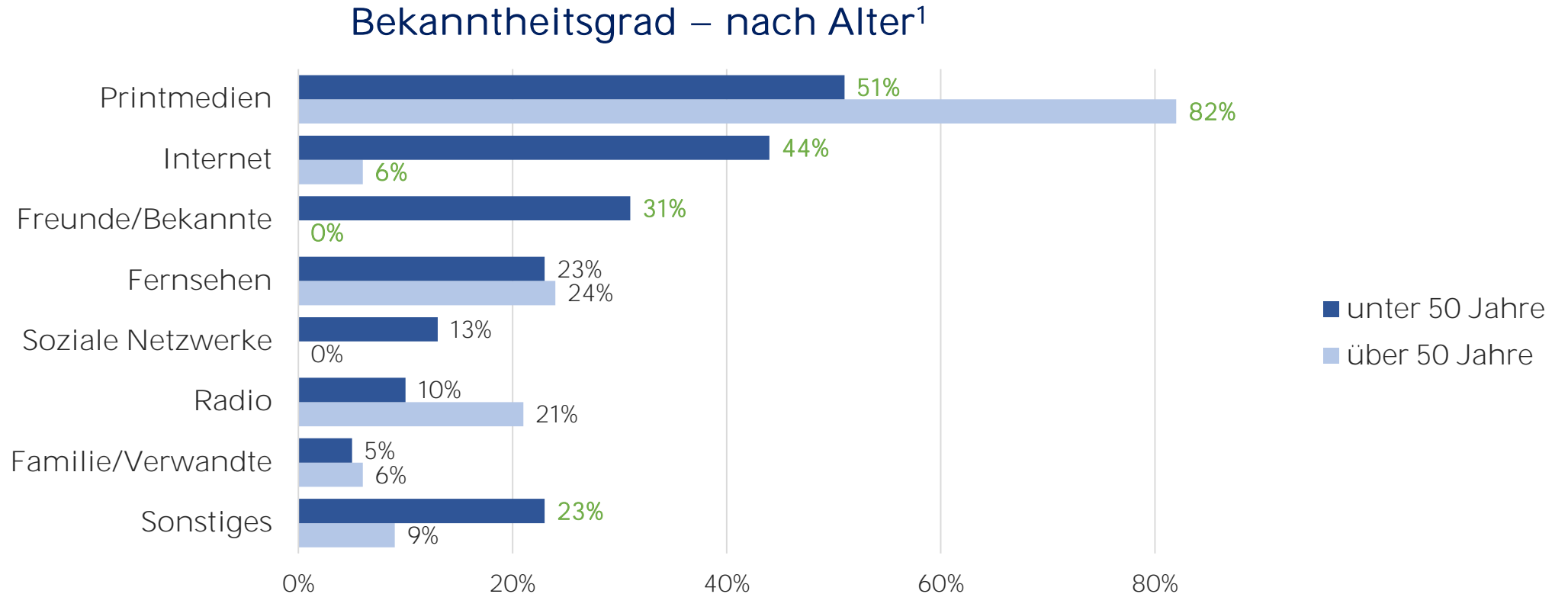


^{1,2}Frage 5a (2017): „Haben Sie schon einmal von dem Begriff Smart City gehört?“, N = 150 Befragte

Frage 6 (2017): „Wo haben Sie den Begriff Smart City schon einmal gehört, gelesen oder gesehen?“, N = 73 Befragte (Mehrfachnennung)

2.1 Bekanntheitsgrad

Die unter 50 Jährigen und über 50 Jährigen bevorzugen unterschiedliche Medien, um sich zum Thema Smart City zu informieren.

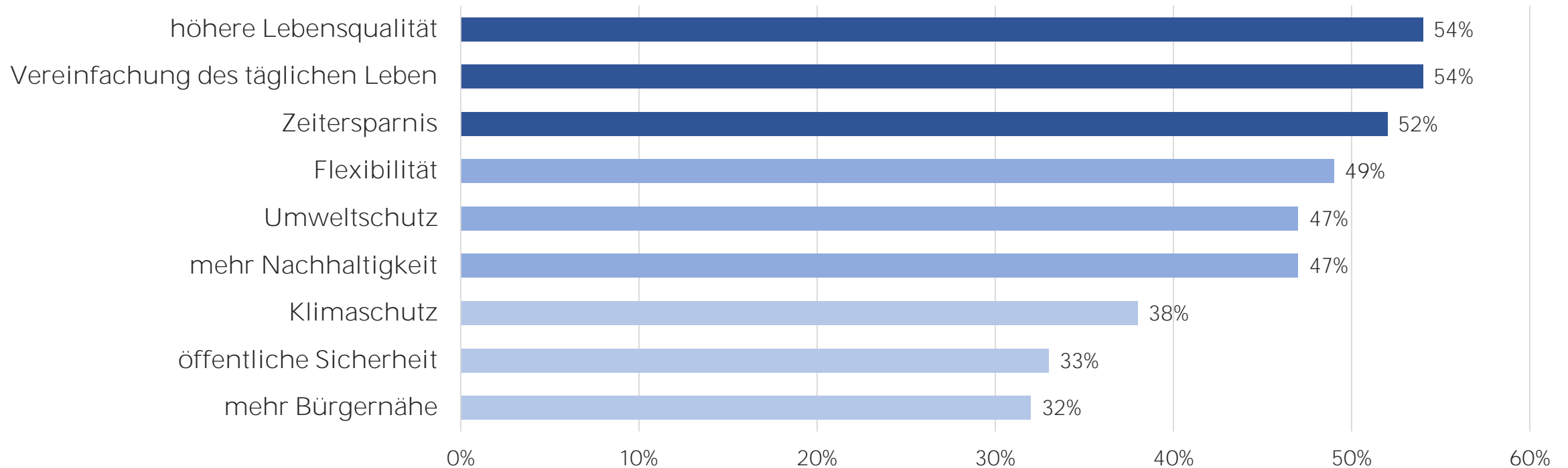


¹Frage 6 (2017): „Wo haben Sie den Begriff Smart City schon einmal gehört, gelesen oder gesehen?“, N = 73 Befragte (Mehrfachnennung)

2.2 Wünsche an eine Smart City

Die Bürger wünschen sich eine höhere Lebensqualität, Unterstützung im Alltag und eine agilere Lebensweise. Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt eine wichtige Rolle.

Wünsche an eine smarte City¹

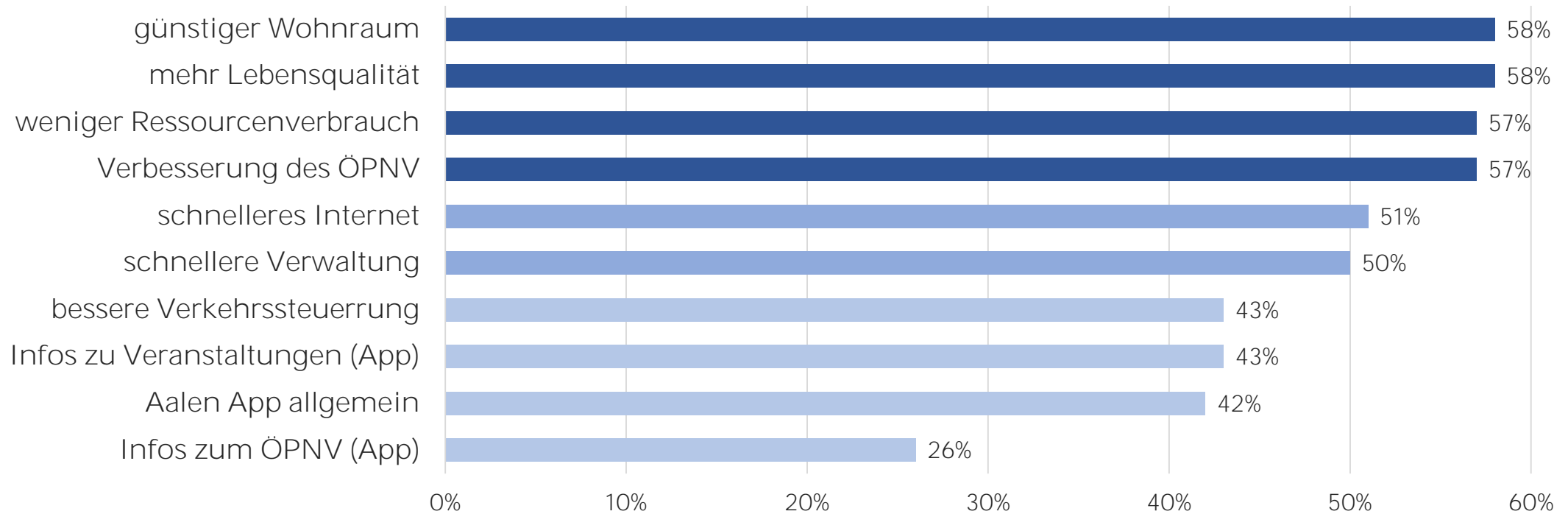


¹Frage 13 (2018): „Was wünschen Sie sich von einer Smart City Aalen?“, N = 85 Befragte

2.3 Erwartungen 2017

Günstiger Wohnraum, eine höhere Lebensqualität, Umweltschutz und die Verbesserung des ÖPNV haben für die Befragten die höchste Priorität.

Top 10 – Umfrage 2017, gesamt¹

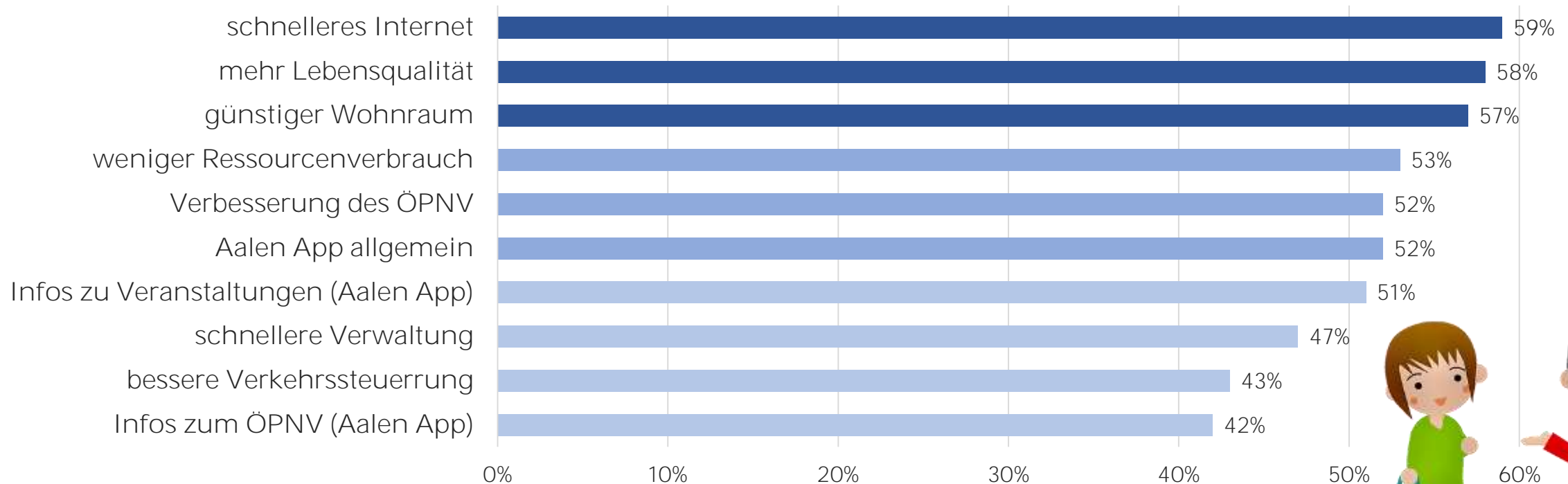


¹Frage 7a (2017): „Was erwarten Sie von einer Smart City Aalen?“, N = 150 Befragte (Mehrfachnennung)

2.3 Erwartungen 2017

Die Bürger unter 50 Jahre legen vor allem Wert auf schnelles Internet, mehr Lebensqualität und günstigen Wohnraum.

Top 10 – Umfrage 2017, unter 50 Jährige¹

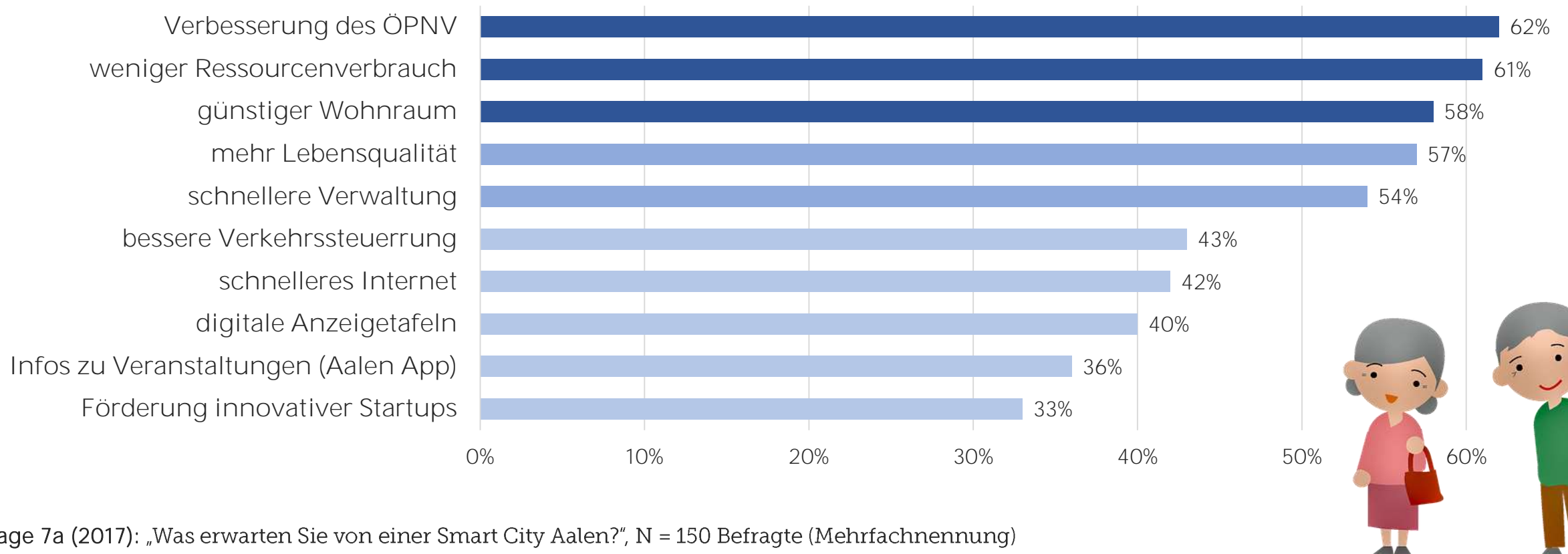


¹Frage 7a (2017): „Was erwarten Sie von einer Smart City Aalen?“, N = 150 Befragte (Mehrfachnennung)

2.3 Erwartungen 2017

Die ältere Generation legt weniger Wert auf schnelles Internet, ihnen ist die Verbesserung des ÖPNV und Umweltschutz wichtiger.

Top 10 – Umfrage 2017, über 50 Jährige¹

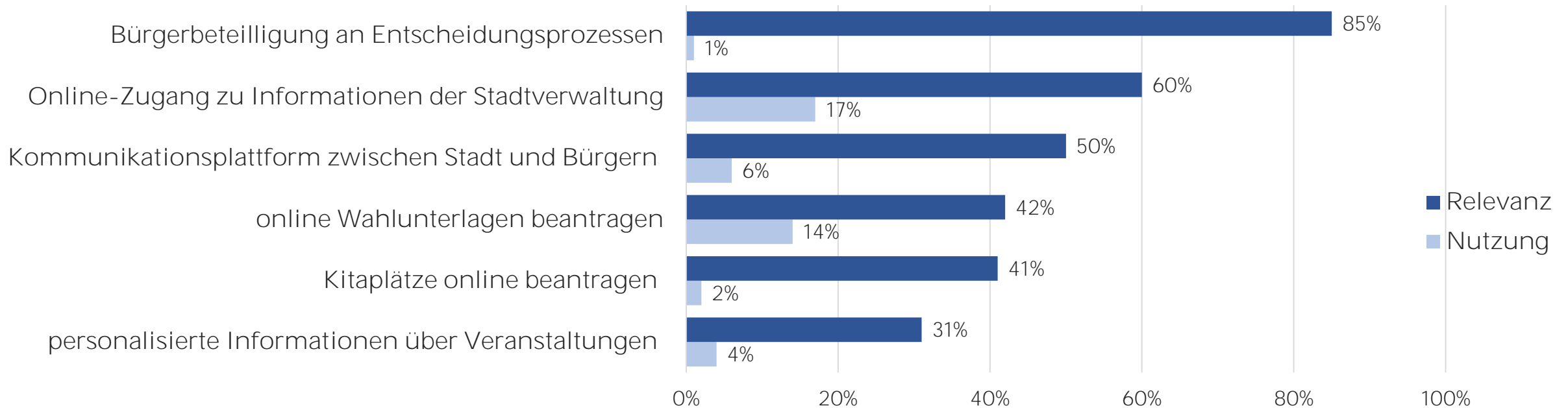


¹Frage 7a (2017): „Was erwarten Sie von einer Smart City Aalen?“, N = 150 Befragte (Mehrfachnennung)

2.4 Online-Angebot der Stadt Aalen

Die Befragten erachten die Online-Angebote der Stadt für wichtig, nutzen diese jedoch kaum.

Relevanz der Online-Angebote¹ und ihre Nutzung²



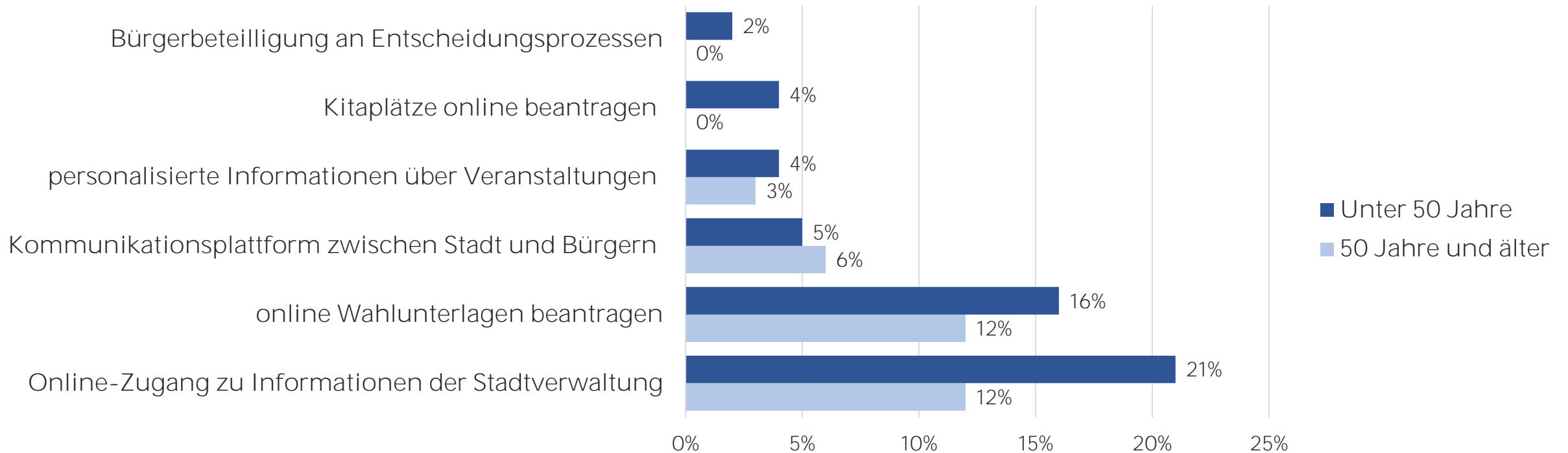
¹Frage 9a (2017): „Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Dienstleistungen in der Verwaltung der Stadt Aalen?“, N = 150 Befragte; betrachtet wurden die Antwortmöglichkeiten „wichtig“ und „sehr wichtig“, diese wurden kumuliert.

²Frage 9b (2017): „Welche dieser Dienstleistungen haben Sie schon einmal genutzt?“, N = 150 Befragte (Mehrfachnennung)

2.4 Online-Angebot der Stadt Aalen

Für die Befragten unter 50 Jahre haben die Online-Angebote der Stadt Aalen ein wichtige Bedeutung.

Nutzung der Online-Angebote – Betrachtung: Alter¹

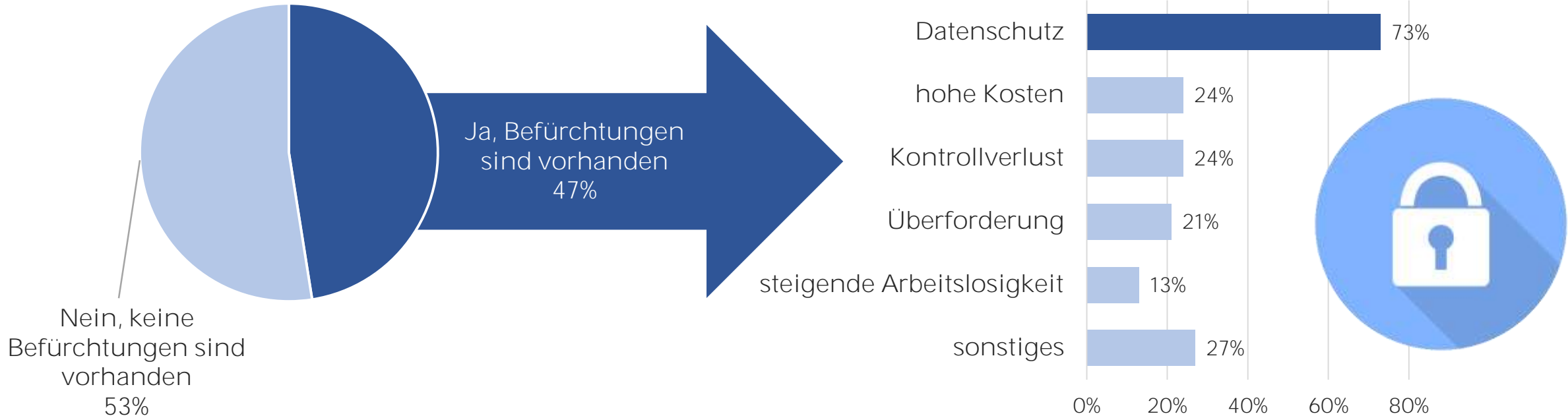


¹Frage 9b (2017): „Welche dieser Dienstleistungen haben Sie schon einmal genutzt?“, N = 150 Befragte (Mehrfachnennung)

2.5 Befürchtungen

Fast die Hälfte der Befragten haben Befürchtungen in Bezug auf das Thema Smart City. Der Datenschutz spielt hierbei die wichtigste Rolle.

Befürchtungen in Bezug auf Smart City^{1,2}



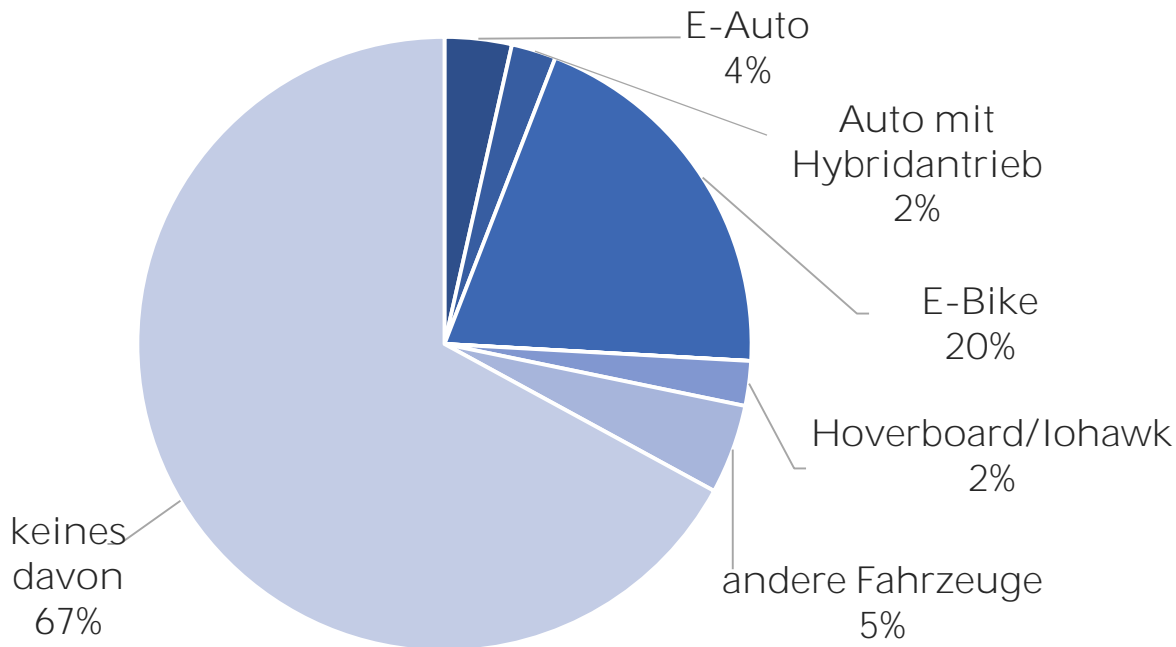
¹Frage 8a (2017): „Gibt es Befürchtungen, die Sie in Bezug auf das Thema Smart City haben?“, N = 150 Befragte

²Frage 8b (2017): „Welche Befürchtungen haben Sie in Bezug auf das Thema Smart City?“, N = 72 Befragte (Mehrfachnennung)

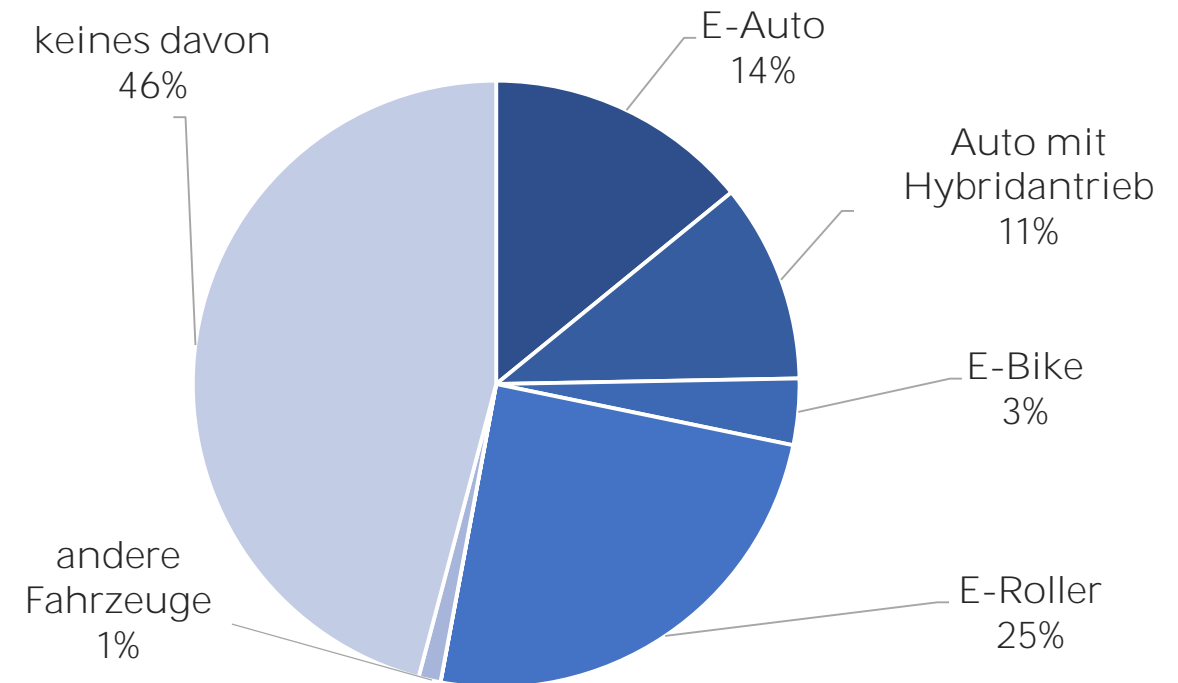
2.6 E-Mobilität

Der Großteil der Befragten besitzt kein elektronisch betriebenes Fahrzeug. Jeder Zweite plant jedoch eine Anschaffung in den nächsten fünf Jahren.

Nutzung von elektronisch betriebenen Fahrzeugen¹



Anschaffungsplanung²



¹Frage 18 (2018): „Besitzen Sie aktuell ein elektronisch betriebenes Fahrzeug?“, N = 85 Befragte

²Frage 19 (2018): „Planen Sie die Anschaffung eines elektronisch betriebenen Fahrzeugs in den nächsten 5 Jahren?“, N = 85 Befragte

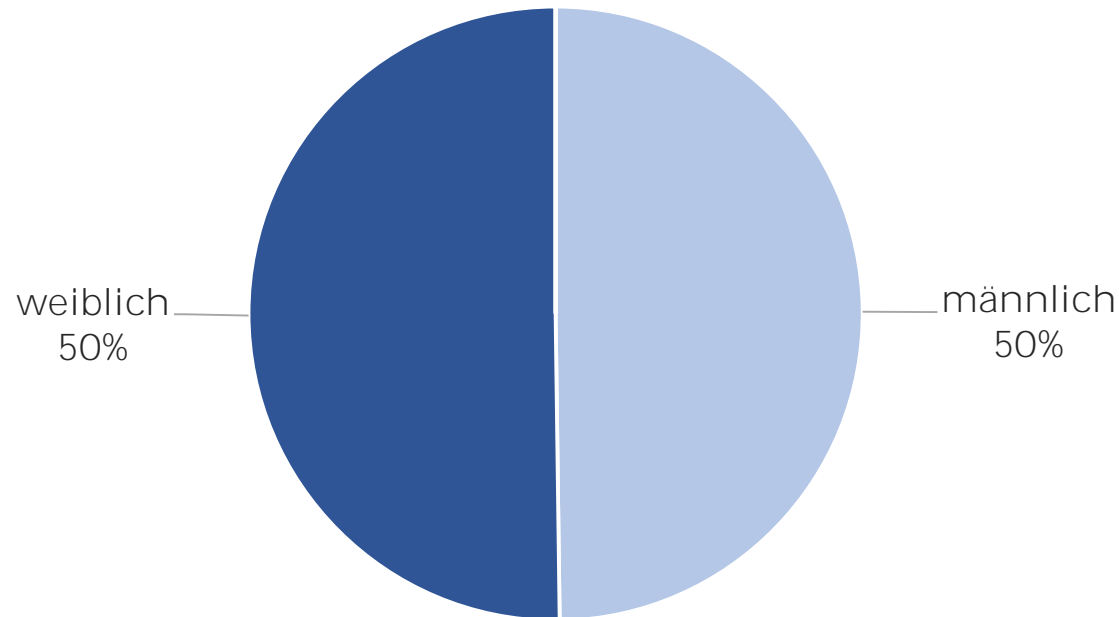
3. Demografische Daten



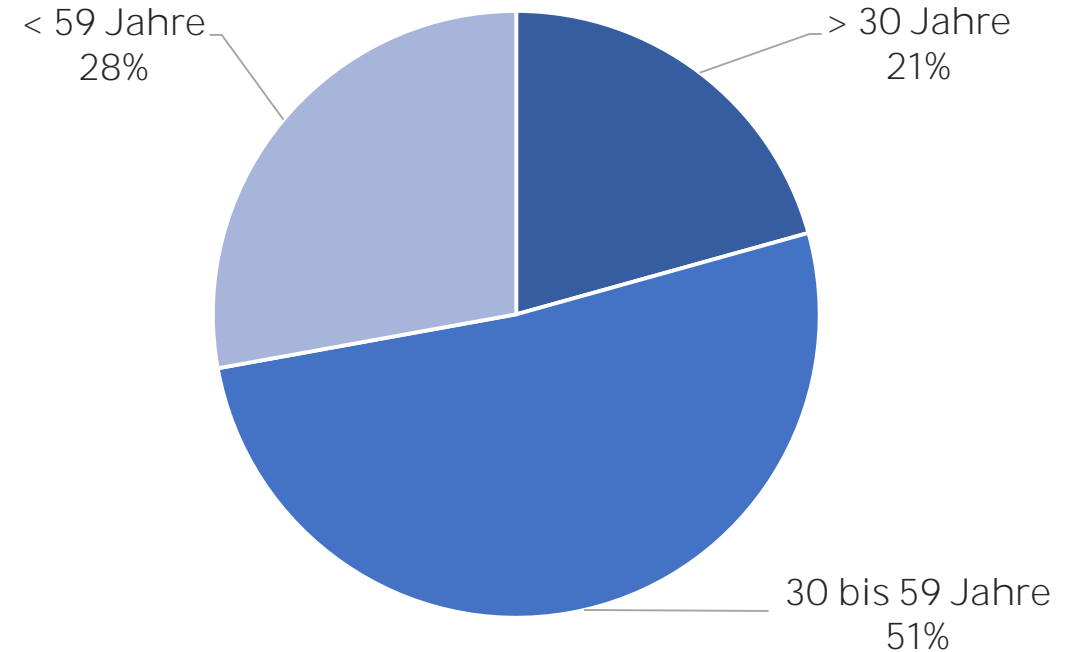
3. Demografische Daten

Befragt wurden männliche und weibliche Personen zu gleichen Teilen. Der Großteil der Befragten ist 30 bis 59 Jahre alt.

Geschlechterverteilung¹



Alter²

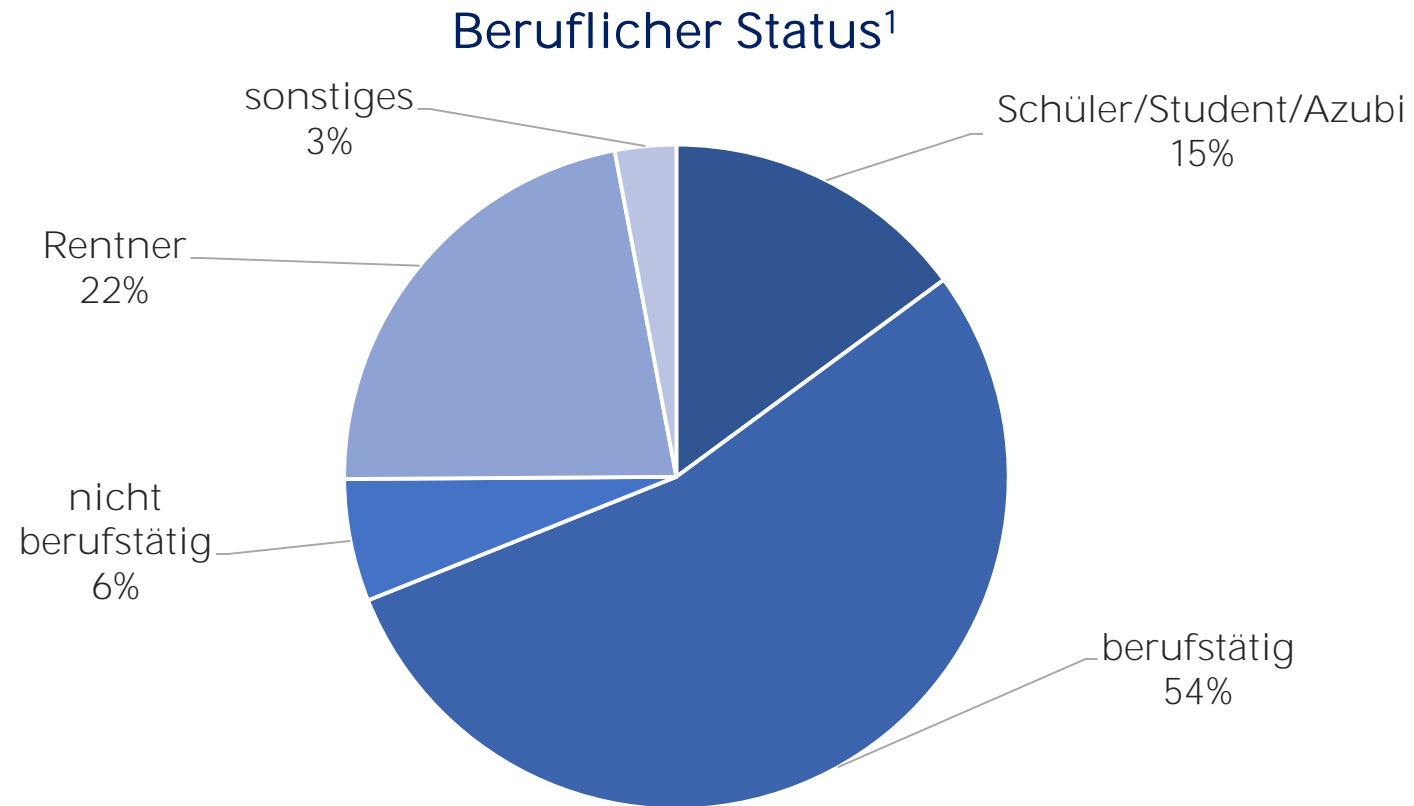


¹Frage 4 (2017) und 2 (2018): „Geschlecht?“, N = 237 Befragte (Die Ergebnisse aus beiden Umfragen wurden kumuliert)

²Frage 2 (2017) und 4 (2018): „Wie alt sind Sie?“, N = 237 Befragte (Die Ergebnisse aus beiden Umfragen wurden kumuliert)

3. Demografische Daten

Über die Hälfte der Befragten ist berufstätig, gefolgt von Rentnern (22%) und Schüler/Studenten/Azubis (15%).



¹Frage 3 (2017) und 6 (2018): „Wie ist Ihr beruflicher Status?“, N = 235 Befragte (Die Ergebnisse aus beiden Umfragen wurden kumuliert)

4. Handlungs- empfehlungen

4. Handlungsempfehlungen

- Erhöhung der Marketingaktivitäten im Internet (inklusive den sozialen Netzwerken), im regionalen Fernsehen und Radio.
- Der Fokus muss auf einen guten ÖPNV, Breitbandausbau, Umweltschutz, günstigen Wohnraum und einer hohen Lebensqualität liegen.
- Die Attraktivität der Online-Angebote muss gesteigert werden.
- Die Stadt muss für Datentransparenz und Datensicherheit sorgen.
- Die Stadt muss für ein ausreichendes Angebot und eine gute Lade-Infrastruktur für Elektromobilität sorgen.