



Antwort zur Anfrage Nr. 1015/2021 der Stadtratsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN betreffend Wirtschaftsförderung durch kostenloses Parken? (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Aus welchem Budget wurden diese zusätzlichen 10.000 Parktickets finanziert?

Die Parktickets wurden mit einem Rabatt von 50% von Seiten der PMG aus dem städtischen Haushalt finanziert.

2. Wie plant die Stadt den Erfolg dieser Aktion zu messen, auch im Hinblick auf „Mitnahmeeffekte“? (Menschen, die auch ohne dieses Angebot mit dem Auto nach Mainz gefahren wären und lediglich das kostenlose Parkticket nutzen)

Die Maßnahme ist Teil des Maßnahmenpakets „Mainz startet durch“. Sie wird auf Grund der sehr hohen Anzahl der erreichten gewerblichen Akteur:innen (153 Einzelhändler:innen und Gastronom:innen nehmen an der Aktion teil) und der damit erzielten Breite erreichter Kund:innen als erfolgreich bewertet. Mitnahmeeffekte lassen sich bei notwendigerweise generalisierenden Voraussetzungen nie gänzlich vermeiden - ebenso wie sich das Ausmaß der Mitnahmeeffekte nie empirisch exakt ermitteln lässt. Ein Mitnahmeeffekt ist mit Blick auf die aktuelle Aktion sogar als gewinnbringend zu bewerten - auf Grund des auch für den beschriebenen Personenkreis hervorgerufenen Imagegewinns der Innenstadt-Gastronomie und des Innenstadt-Handels.

3. Das Programm „Parken aufs Haus“ existiert seit mehreren Jahren. Wie oft wurde dies in der Vergangenheit von Kund:innen genutzt? Bitte für die Jahre 2018-2020 aufschlüsseln.

Das Rabatt-Programm „Parken auf's Haus“ wird von Seiten des Vereins Werbegemeinschaft Mainz e.V. in Kooperation mit der PMG Parken in Mainz GmbH angeboten.

Hierzu teilte die PMG der Verwaltung mit, dass die Geldwertkarten für das Angebot „Parken auf's Haus“ von der Werbegemeinschaft bei der PMG bestellt werden. Im Jahr 2018 wurden insgesamt 18.040 Geldwertkarten erstellt, im Jahr 2019 35.112 Geldwertkarten und im Jahr 2020 19.976 Geldwertkarten. Wenn die Werbegemeinschaft die Geldwertkarten an die Einzelhändler:innen ausgehändigt hat und diese verbraucht sind, bestellt die Werbegemeinschaft bei der PMG neue Geldwertkarten.

4. Wie sollen Menschen, die statt mit dem Auto, umweltfreundlich per ÖPNV oder Rad in die Stadt fahren möchten, motiviert werden?

Die Landeshauptstadt Mainz hat in den vergangenen Monaten mit diversen Maßnahmen breite Zielgruppen zur Unterstützung der Mainzer Innenstadt angesprochen. Hier kann u.a. auf Maßnahmen aus dem „Mainz hilft sofort“-Paket und dem „Mainz startet durch“-Paket verwiesen werden. Aus dem städtischen Hilfspaket "Mainz hilft sofort" wurde beispielsweise die Aktion „Kaffee auf's Haus“ des Mainz Citymanagement e.V. (MCM) und der Werbegemeinschaft Mainz e.V. gefördert.

5. Gab es Überlegungen ÖPNV-Tickets (z.B. als Einzeltickets oder auch als Gruppen-Tages-Tickets) zur Verfügung zu stellen? Falls nein, wieso nicht?

Ja, selbstverständlich hat die Stadtverwaltung auch eine Motivation zur Nutzung des ÖPNVs eruiert. Auf Grund der pandemischen Lage und der noch bis vor Kurzem sehr hohen Inzidenzwerte in Mainz wurde dies jedoch als Maßnahme zum Start der schrittweisen Lockerungen in Handel und Gastronomie nicht weiter verfolgt, um Personen durch die Animation zur Nutzung des ÖPNVs nicht in ein Infektionsrisiko zu bringen.

Mainz, 25. Juni 2021

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete