



MITTEILUNGSVORLAGE

Federführung:
FB Bürgerdienste

VORL.NR. 129/12

Sachbearbeitung:
Winfried Albrecht

Datum:
10.05.2012

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Ausschuss für Bildung, Sport und Soziales	23.05.2012	ÖFFENTLICH

Betreff: Möglichkeiten zur Umsetzung und Durchführung eines Anreizsystems für Studierende zur Steigerung der Attraktivität des Studienorts, Stärkung der Identität mit dem Studienort und Gewinnung zur Anmeldung mit der Hauptwohnung in Ludwigsburg

Bezug SEK: Masterplan 1 - Attraktives Wohnen

Bezug: Antrag der Fraktion Grüne Bündnis 90 vom 09.07.2010, Vorl.-Nr. 341/10 „Attraktiver Erstwohnsitz für Studenten“, Vorlage vom 22.09.2011, Vorl.-Nr. 350/11 sowie Protokollauszug zum Ausschuss für Bildung, Sport und Soziales vom 12.10.2011 zu TOP 2 öffentlich

Mitteilung:

In der Sitzung des BSS am 12.10.2012 wurde mit Vorlage Nr. 350/11 bereits ein mögliches Konzept für die Gewinnung von Studierenden zur Anmeldung ihres Erstwohnsitzes in Ludwigsburg vorgestellt. Das Gremium war sich mehrheitlich einig, das Ziel einer Steigerung der Attraktivität des Studienorts Ludwigsburg und der Einführung eines Anreizsystems für die Anmeldung der Hauptwohnung in Ludwigsburg weiterverfolgen zu wollen. Nachdem die Angelegenheit jedoch am 12.10.2011 nicht entscheidungsreif war, wurde von der Verwaltung zugesagt, die Anregungen des Gremiums mitzunehmen und die offenen Fragen aufzuarbeiten.

Sinn einer Wohnsitzkampagne soll sein, die Studierenden in Ludwigsburg zur Erstwohnsitznahme in der Stadt, in der sie studieren, zu ermutigen. Sie sollen die Alleinstellungsmerkmale und örtliche Besonderheiten Ludwigsburgs kennen und schätzen lernen. Die Attraktivität des Studienorts Ludwigsburg soll erhöht werden und gleichzeitig soll eine bessere und stärkere Bindung der Studierenden an die Stadt Ludwigsburg geschaffen werden. Wichtig ist uns auch der Aspekt, dass das Selbstverständnis Ludwigsburgs als Hochschulstandort im öffentlichen Raum stärker ausgearbeitet wird. Momentan spielen Studierende nur eine Rolle am Rande in den Köpfen der Ludwigsburgerinnen und Ludwigsburger. Es soll daher die Innenwahrnehmung der Stadt als Hochschulstandort gesteigert werden. Die Kampagne stellt eine Initiative der Stadt und der Hochschulen dar. Um erfolgreich zu sein, sind wir auf die Zusammenarbeit mit den Hochschulen angewiesen. Die Hochschulen sind hierzu gerne bereit, wie sie uns im Vorfeld in mehreren Gesprächen zugesagt haben. Ein Anreizsystem soll auch die städtischen Händler und Leistungsanbieter mit einbeziehen und diesen auch zusätzliche Absatzchancen schaffen, so dass

Möglichkeiten zur Umsetzung und Durchführung eines Anreizsystems für Studierende zur Steigerung der Attraktivität des Studienorts, Stärkung der Identität mit dem Studienort und Gewinnung zur Anmeldung mit der Hauptwohnung in Ludwigsburg

beide Seiten – Anreizgeber und Anreiznehmer – Vorteile erfahren.

Zu den noch offenen Fragen nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung:

1. Welche alternativen Anreizsysteme neben dem AMARETIS-Konzept bestehen mit anderen Städten, insbesondere mit vergleichbaren Städten in Baden-Württemberg?

Es gibt im Wesentlichen drei verschiedene Konzepte, um Studierende zur Anmeldung ihrer Hauptwohnung am Studienort zu bewegen.

Variante 1:

Es gibt einen **einmaligen Vorteil**, der unmittelbar mit der Wohnsitzanmeldung von der Stadtverwaltung herausgegeben wird (z.B. Fahrrad, monetäre Belohnung, etc.). Wird dieses Konzept neu eingeführt, belohnt man nach Einführung lediglich die Studierenden, die sich neu anmelden bzw. ummelden. Studierende, die sich vor Einführung des Konzepts bereits richtig verhalten haben, werden hier benachteiligt. Die hohen Kosten für die Erbringung der Belohnung müssen von der Stadtverwaltung getragen werden, und die einmalige Ausschüttung der Belohnung schafft keine langfristige Sicherheit, dass der Studierende seinen Hauptwohnsitz in der jeweiligen Stadt beibehält. Einige Städte verteilen die Belohnung erst nach einem gewissen Zeitraum, zum Beispiel erst ein Jahr nach erfolgter Hauptwohnsitzmeldung. Nach erfolgter Belohnung besteht kein weiterer Anreiz Hauptwohnsitzstatus zu halten. Ein Wechsel des Wohnsitzstatus kann somit selbst nach dieser Zeit nicht verhindert werden. Der Verwaltungsaufwand der Vorteilsvergabe ist hierbei grundsätzlich sehr hoch. Eine Bindung an die Stadt und ein Kennenlernen der Stadt außerhalb der Universität wird durch diese Maßnahme nicht gefördert.

Variante 2:

Die **Ausgabe eines Bonusheftes**. In den meisten Fällen sind die Vorteile des Bonusheftes zeitlich begrenzt. Nach einmaliger Nutzung der Vorteile aus dem Heft können diese kein weiteres Mal in Anspruch genommen werden. Die gewünschte Bindung zu den Vorteilsgebern, die die Vorteile für das Heft zur Verfügung stellen, ergibt sich über so eine Maßnahme nicht. Der Aufwand zur Generierung der Vorteile und der Erstellung der Printmedien ist hoch und bietet nur eine geringe Flexibilität im Hinblick auf die Anpassung der Angebote und die Hinzunahme neuer Vorteilsgeber.

Variante 3:

Eine **Bonuskarte** nach Göttinger Modell. Die Ausgabe erfolgt grundsätzlich an alle mit Hauptwohnsitz gemeldeten Studierenden – auch an die Studierenden, die sich bereits vor Start der Kampagne angemeldet haben. Hierdurch wird eine Ungleichbehandlung ausgeschlossen. Die Vorteile sind langfristig nutzbar, so dass eine Bindung zum Vorteilsgeber erfolgen kann. Der Anreiz, diese Bonuskarte ein Studienleben lang zu nutzen, ist sehr hoch, und die geldwerten Vorteile können immer wieder neu abgerufen werden. Das System ist flexibel, da die Bewerbung der Vorteile über einfach zu erstellende Medien erfolgt (überwiegend online). Im Vergleich zu einem Bonusheft ist die Karte aufgrund ihres Scheckkartenformats ständiger Begleiter.

Alternativen zur Wohnsitzkampagne

Anfang Januar 2012 wurde eine Umfrage bei den Städten Tübingen, Stuttgart, Freiburg, Karlsruhe, Mannheim, Heilbronn und Pforzheim durchgeführt. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass keine Stadt ein mit der Kampagne der Firma AMARETIS vergleichbares Konzept hat. Noch am ähnlichsten ist das Anreizsystem der Stadt Karlsruhe. Dort bekommen Studenten, die sich mit dem Erstwohnsitz in Karlsruhe anmelden, einen einmaligen Gutschein für eine Studentenkarte des Karlsruher Verkehrsverbundes mit einem Gegenwert von ca. 120 € sowie fünf Einkaufsgutscheine à 10 €, die im Karlsruher Einzelhandel und der Gastronomie wie Bargeld verwendet werden können. Abgerundet wird das Angebot durch ein 12 €-Guthaben für Leihfahrräder der Deutschen Bahn.

Den Weg der Erhebung einer Zweitwohnungssteuer gehen die Städte Stuttgart, Heilbronn und

Freiburg. 120 € Begrüßungsgeld in bar gibt es bei der Anmeldung von Studenten mit Hauptwohnsitz in der Stadt Pforzheim. Mannheim bietet als einmaligen Anreiz ein kostenloses Semesterticket an.

Erstwohnsitzkampagnen werden mit gutem Erfolg von der Firma AMARETIS in Hannover und in Göttingen durchgeführt. In Paderborn wird die Bonuskarte als Anreizsystem ebenfalls von der Firma AMARETIS im Mai 2012 zum neuen Sommersemester eingeführt.

Die Suche nach einem alternativen Anbieter, der ähnliche oder gleiche Leistungen für ein Anreizsystem wie die Agentur AMARETIS anbietet, war erfolglos.

2. Gibt es wettbewerbsrechtliche Probleme bei Vorteilsgewährungen Einzelner oder Verbandsangehöriger an Studierende?

Nein, die Teilnahme als Vorteilsgeber ist grundsätzlich für alle Ludwigsburger Unternehmen möglich. Es gibt keine Gefahr, dass Vorteilsgeber der Wettbewerbsverzehrung beschuldigt werden. Auf Grund der heute geltenden gesetzlichen Bestimmungen ist es jedem Handeltreibenden möglich, Rabatte und Vergünstigungen anzubieten. Wichtig bei der Teilnahme als Vorteilsgeber ist lediglich, dass der Vorteil eine gewisse Wertigkeit hat, um ausreichend attraktiv für die Studierenden zu sein.

3. Gibt es bereits konkrete Interessenbekundungen von LUIS, Gastronomen, Hochschulen, Kultureinrichtungen, Verkehrsunternehmen, Vermietern etc.?

Bisher wurden durch die Agentur AMARETIS noch keine potenziellen Vorteilsgeber angesprochen, da diesbezüglich kein Auftrag vorlag. Da die Angebote der Vorteilsgeber und damit die Vorteilsgeber selbst über verschiedenste Kanäle beworben werden, liegt der Nutzen für die Vorteilsgeber jedoch auf der Hand. Sie erhalten Zugang zur studentischen Zielgruppe – ohne jedes Semester erneut die Neuankommlinge auf sich aufmerksam zu machen. Durch die angestrebte Kooperation mit dem Studentenwerk, den Hochschul- bzw. Bildungseinrichtungen und den Studierendenvertretungen können Kommunikationskanäle genutzt werden, die in ihrer Fülle und Qualität gar nicht bzw. nur schwer von den einzelnen Vorteilsgebern erschlossen werden könnten. Dieser Werbevorteil kann bei der Akquise bestens aufgezeigt werden. In den Städten, wo die Kampagne zum Einsatz kam, konnten aus den Bereichen „Shopping & Service“, „Fit & Mobil“, „Gastronomie & Nightlife“ und „Kunst & Kultur“ stets zum Start der Kampagne so viele Vorteilsgeber generiert werden, dass die Fülle der Vorteile als höchst attraktiv von Studierenden wahrgenommen wurde. Im Vorfeld der BSS-Sitzung wurden die Hochschulleitungen über die Inhalte der Kampagne informiert, die Interesse an der Unterstützung der Kampagnenziele signalisiert haben. Auch von LUIS wurde im Vorfeld großes Interesse an der Kampagne gezeigt und uns die Unterstützung in Aussicht gestellt. Nach der Sitzung des BSS-Ausschusses am 12. Oktober und der daraus folgenden Berichterstattung in der Ludwigsburger Tageszeitung erhielt die Agentur zwei konkrete Interessensbekundungen zur Teilnahme am vorgestellten Konzept.

4. Welche Beiträge können die Stadt und die städtischen Gesellschaften als Vorteilsgeber leisten?

Mit Überarbeitung des früheren Familien- und Sozialpasses und Einführung der neuen Ludwigsburg Card bietet die Stadt Ludwigsburg bereits ein großes Leistungsspektrum für einen bestimmten Personenkreis an, zu dem auch Studentinnen und Studenten gehören. Darüber hinaus werden wir im Falle der Realisierung der Wohnsitzkampagne prüfen, was von Seiten der Stadt und den städtischen Gesellschaften im Falle der Einführung der Studierendenkarte möglich ist.

5. Wie lässt sich der fiskalische Nutzen einer Wohnsitzkampagne für die Stadt berechnen?

Möglichkeiten zur Umsetzung und Durchführung eines Anreizsystems für Studierende zur Steigerung der Attraktivität des Studienorts, Stärkung der Identität mit dem Studienort und Gewinnung zur Anmeldung mit der Hauptwohnung in Ludwigsburg

Eine der wichtigsten Einnahmequellen einer Stadt ist die jährliche Finanzausweisung. Für alle Einwohnerinnen und Einwohner, die am Stichtag 30. Juni eines jeden Jahres mit Haupt- bzw. Erstwohnsitz in Ludwigsburg gemeldet sind, erhält die Stadt eine Finanzausweisung in einer Höhe von aktuell ca. 850,00 € bis 900,00 € netto nach Abzug der Bezahlung von zeitversetzten höheren Umlagen wie Kreisumlage und Finanzausgleichsumlage. **Alle anderen Studierenden, die entweder gar nicht oder nur mit Nebenwohnung in Ludwigsburg gemeldet sind, nehmen aber trotzdem die aus Steuergeldern finanzierte Infrastruktur der Stadt in Anspruch.** Die damals geschätzten und derzeit noch aktuellen Kosten für eine Kampagne von ca. 70.000 € inklusive MwSt. amortisieren sich bereits, wenn „nur“ ca. 80 Studenten am Stichtag 30. Juni des Jahres in Ludwigsburg zusätzlich gemeldet sind. Jeder weitere Hauptwohnsitz ist dann „Gewinn“ für unsere Stadt!

Für die Finanzausweisung ist es entscheidend, wie viele Einwohnerinnen und Einwohner am Stichtag 30. Juni d.J. mit Hauptwohnsitz in Ludwigsburg gemeldet sind. Wie lange dieser Wohnsitzstatus bereits besteht, ist dabei unerheblich. Unabhängig davon ist jedoch als Hauptwohnsitz eines Menschen der Ort zu wählen, an dem sich die Person überwiegend (mind. 4 Tage die Woche) aufhält. Dies dürfte für die meisten Studierenden, die nicht täglich pendeln, zutreffen. Ausnahmen gibt es hier allgemein, wenn die Person verheiratet oder ein Lebenspartner bzw. ein Elternteil von minderjährigen Kindern ist. Dann gilt als Hauptwohnung die vorwiegend benutzte Wohnung der Familie.

6. Kann das Vorteilssystem zur Linderung des Problems hoher Mieten und knapper studentischen Wohnraums beitragen?

Die Kampagne behandelt nicht vorrangig das Problem hoher Mieten und knappen studentischen Wohnraums. Denkbar wäre jedoch, dass die Fülle der angebotenen Rabatte, Serviceleistungen etc. einen so hohen geldwerten Vorteil darstellt, dass die hohen Mieten dadurch teilweise kompensiert werden können. Da die Kampagne eine starke Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erfahren wird, und so auch die Wahrnehmung der Ludwigsburger als Bewohnerinnen und Bewohner eine Studierendenstadt schärfen soll, bietet sich die Möglichkeit, auch die Probleme der Studierenden in Ludwigsburg (insbesondere die Wohnungssituation) stärker in das öffentliche Interesse zu rücken. Als flankierende Maßnahme könnten hierbei Gespräche mit Vermieterverbänden, Wohnungsverwaltungen etc. geführt werden.

7. Sind die Aspekte des Datenschutzes bzw. der informellen Selbstbestimmung mit Ausgabe und Verwendung einer Bonuskarte gut berücksichtigt und problemlos umgesetzt?

Ja! Das Bonussystem wurde so entwickelt, dass es datenschutzrechtlich unbedenklich ist. Die für Ludwigsburg geplante Karte soll lediglich als Sichtausweis funktionieren und die Speicherung von personenbezogenen Daten nicht zulassen. Aufgedruckt auf der Karte wird der Name des Karteninhabers, der Gültigkeitszeitraum und ein 12-stelliger Zusatzcode, der einzig in der Meldebehörde mit dem Namen der Person verknüpft wird, um bei Verlust oder Ablauf der Karte den Service einer Neuausstellung erfüllen zu können. Dieser Code kann zudem als Zugangsberechtigung für weiterführende Onlinedienste (Jobbörse online, Wohnungsbörse online, etc.) verwendet werden, lässt jedoch keine Rückschlüsse auf die Person selbst zu. Zusätzlich befindet sich auf allen Karten derselbe EAN-Code (Strichcode), um die Vorteilsausgabe beim Vorteilsgeber auch über das Kassensystem registrieren zu können. Auch hier erfolgt keine Speicherung bzw. Auslesung personenbezogener Daten.

Fazit:

Die Verwaltung schlägt vor auf ein Verfahren zurückzugreifen, das sich in anderen Städten bereits bewährt hat. Eine im Mai letzten Jahres durchgeführte Befragung unter Studierenden hat eine erfreuliche hohe Bereitschaft zur An- und Ummeldung ihres Hauptwohnsitzes in Ludwigsburg

ergeben. Diese Bereitschaft wurde jedoch oftmals durch eine nur schwach ausgeprägte Bindung zur Stadt Ludwigsburg und falsche Annahmen hinsichtlich der Konsequenzen einer Hauptwohnsitzmeldung konterkariert. Das Heranführen der Studierenden an die attraktiven Angebote der Stadt, an das „was Ludwigsburg zu bieten hat“ und die Information der Studierenden über melderechtliche Konsequenzen sind wichtige Voraussetzungen für die erfolgreiche Erhöhung der Hauptwohnsitzquote in der Studentenschaft. Die Studierenden sollen die Attraktivität Ludwigsburgs erkennen und schätzen lernen und so zu einer Hauptwohnsitzanmeldung motiviert werden. Die im Vorfeld seitens sämtlicher Hochschulen geäußerte Bereitschaft, eine städtische Wohnsitzkampagne zu unterstützen und so u.a. die Ansprache der Studenten durch hochschuleigene Kommunikationskanäle zu ermöglichen, stimmt grundsätzlich optimistisch hinsichtlich des Erfolges einer Erstwohnsitzkampagne in Ludwigsburg.

Unterschriften:

Winfried Albrecht

Verteiler: 17, 48, 89, DII