



LUDWIGSBURG



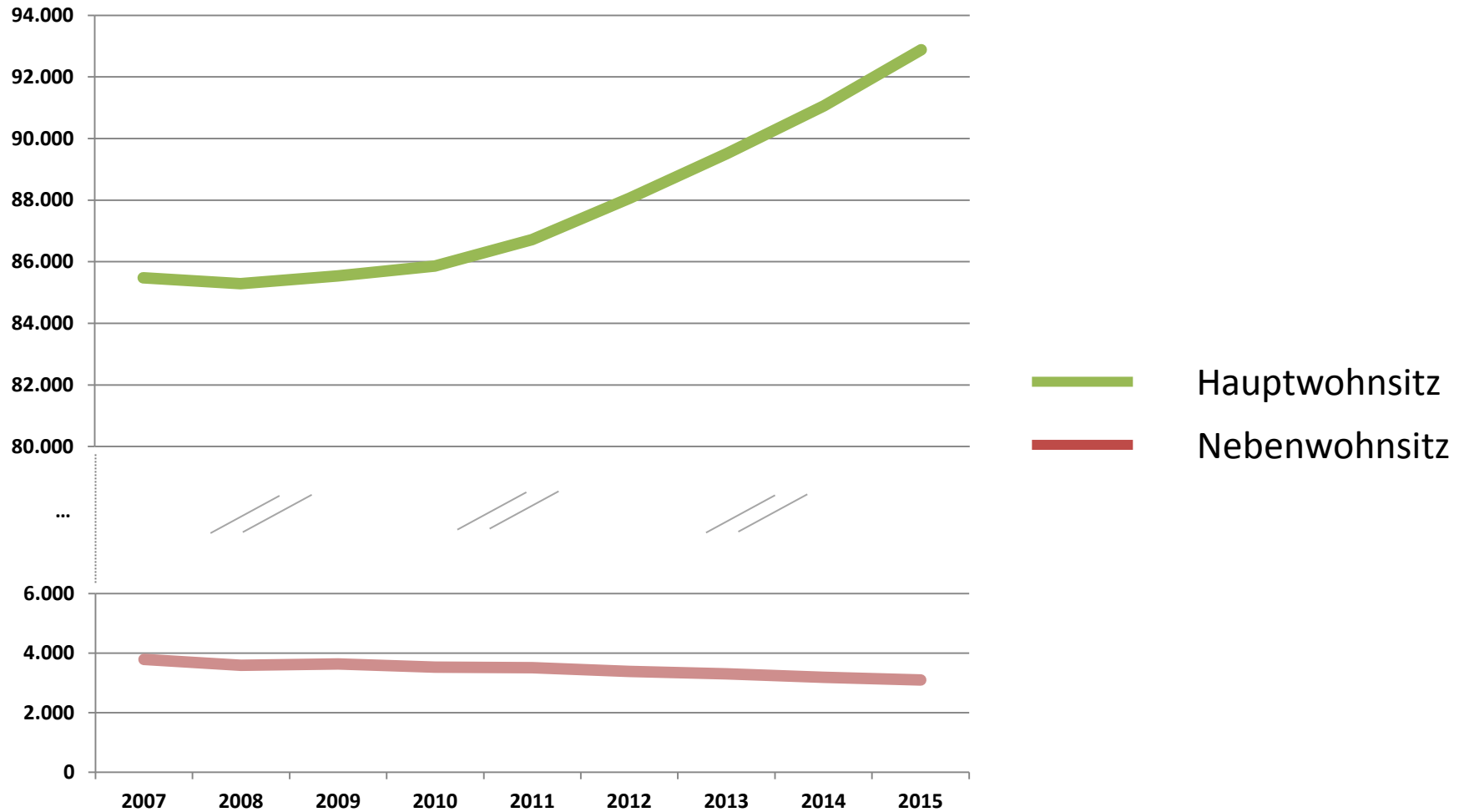
# Wohnsitzkampagne Heimvorteil Ludwigsburg

BSS-Ausschuss, 08. Juni 2016



LUDWIGSBURG

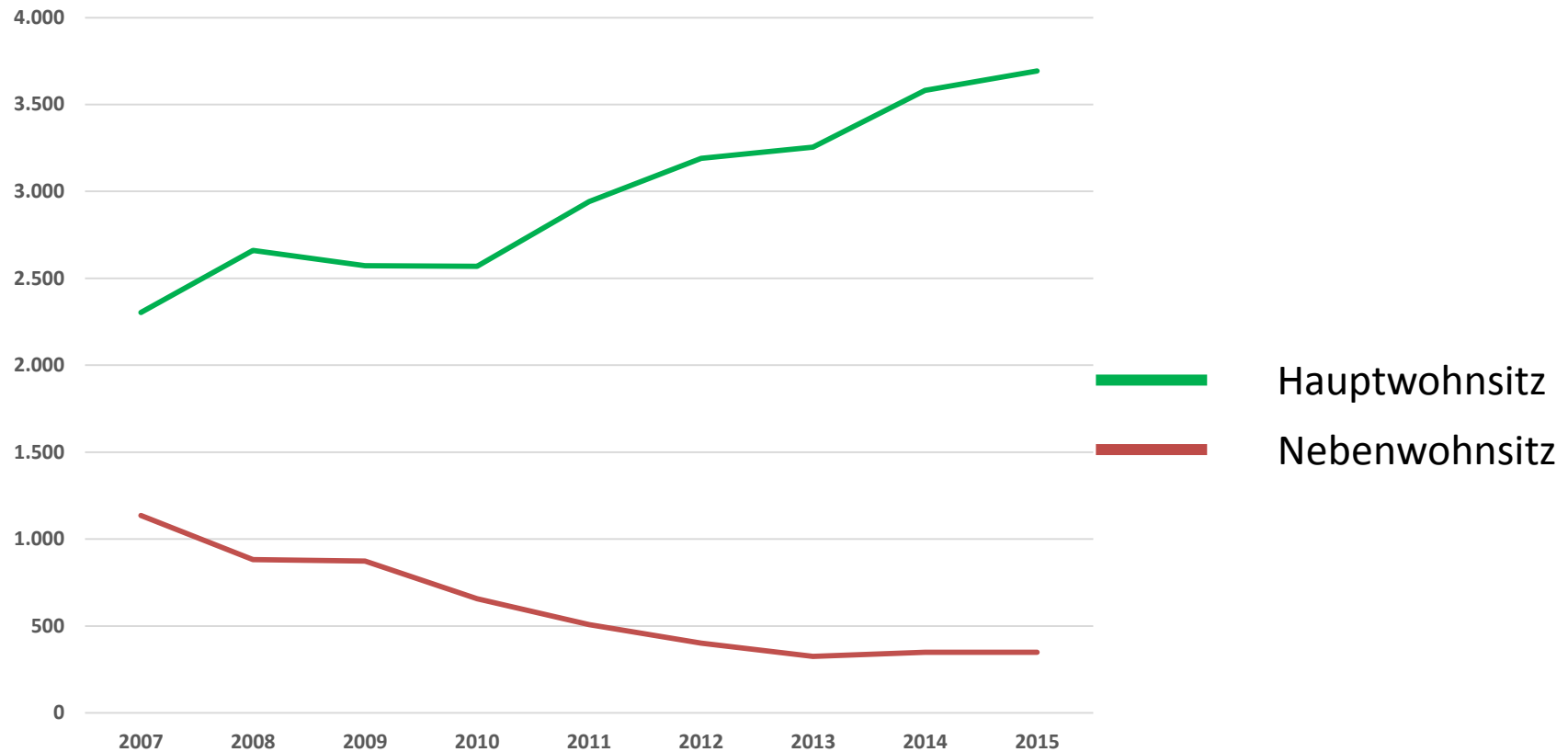
## Allgemeine Bevölkerungsentwicklung





LUDWIGSBURG

## Entwicklung der Wohnsitzmeldungen der 20-30-Jährigen





## Befragung der Vorteilsgeber - Ergebnisse

- Bei 25% hat sich die studentische Kundschaft erhöht
- 1/3 erachtet die Kampagne als attraktives Marketinginstrument für das eigene Unternehmen
- 2/3 wünschen sich eine Erweiterung der Nutzergruppe
- 80% würden die Kampagne weiterempfehlen (oder haben es bereits getan)



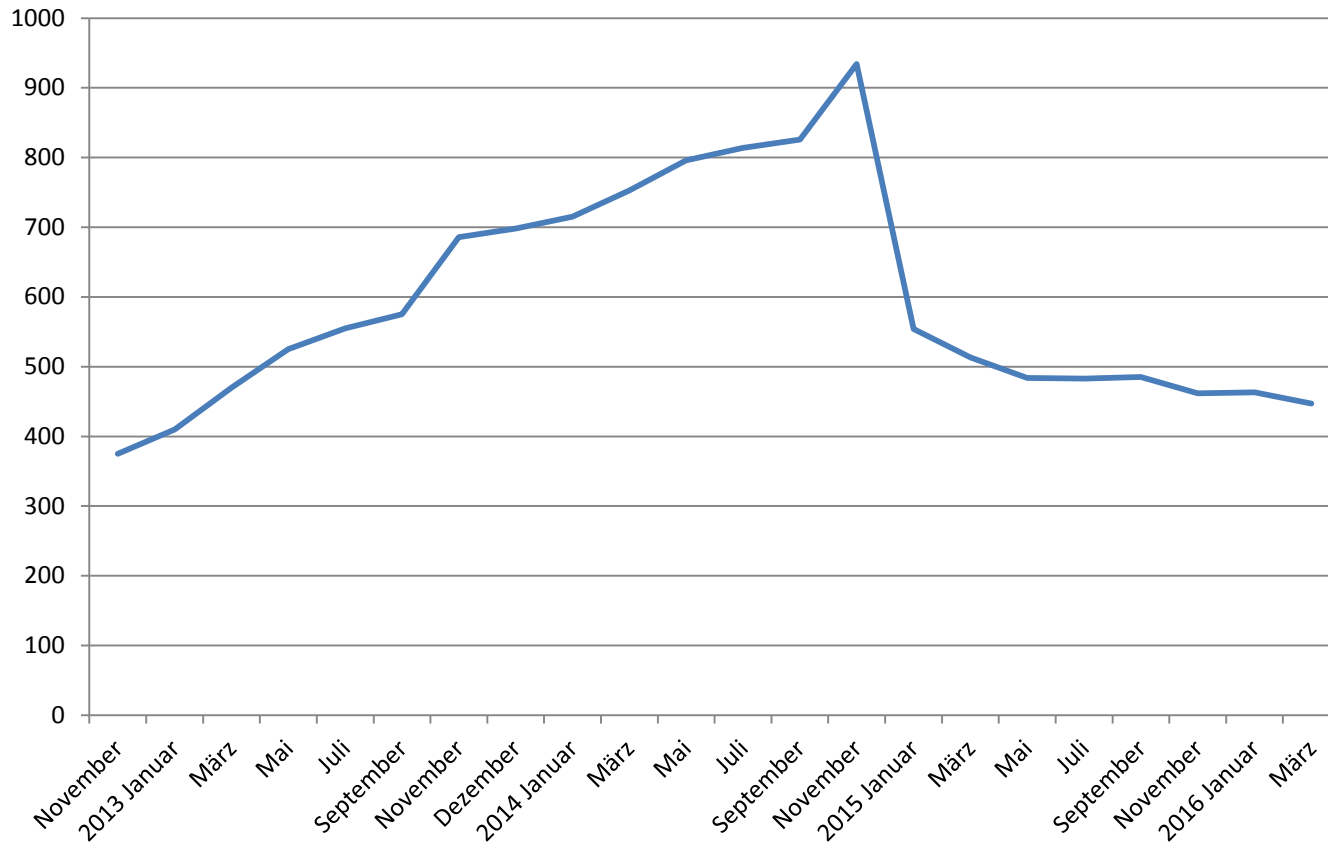
## Befragung der Studierenden - Ergebnisse

- Hauptwohnsitzanteil: Seit Kampagnenstart um 8 Prozentpunkte gestiegen
- 9% der Studierenden mit Hauptwohnsitz haben sich aufgrund der Kampagne angemeldet (unverändert ggü. 2013)
- 69% der Nutzer haben positive Erfahrungen gemacht
- 77% der Kartenträger durch Empfehlung zur Kampagne gestoßen



LUDWIGSBURG

## Zahl der aktiven Vorteilskarten seit Kampagnenstart





## Ausblick

- Vereinfachung Einwilligungserklärung
- Prägnantere Kommunikation der Kampagneninhalte am Schalter
- Postalische und Online-Anmeldungen als neue Zielgruppe
- Online-Bestellfunktion stärker bewerben
- Einrichtung neuer Fallart im Bürgerbüro
- Unterteilung der Kampagneninhalte
- Erweiterung des Nutzerkreises



LUDWIGSBURG



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**