



## BESCHLUSSVORLAGE

**VORL.NR. 241/17**

Federführung:  
FB Bürgerdienste

Sachbearbeitung:  
Schindler, Jürgen  
Schuster, Nadine

Datum:  
29.05.2017

| Beratungsfolge                            | Sitzungsdatum | Sitzungsart |
|---|---------------|-------------|
| Ausschuss für Bildung, Sport und Soziales | 21.06.2017    | ÖFFENTLICH  |

Betreff: HEIMVORTEIL/Erstwohnsitzkampagne für Studierende Zwischenbericht und Projektverlängerung

Bezug SEK: Masterplan 1 - Attraktives Wohnen

**Bezug:** Vorl.Nr. 276/12, 285/12 vom 28.06.2012, Vorl.Nr. 213/13 vom 01.07.2013, Vorl.Nr. 063/14 vom 18.03.2014 und Vorl.Nr. 161/16 vom 09.05.2016

**Anlagen:**

### Beschlussvorschlag:

Die bisherige Erstwohnsitzkampagne „Heimvorteil“ wird ab 2018 nicht mehr durchgeführt. Die Verwaltung wird beauftragt, ein neues Konzept für eine dauerhafte Erstwohnsitzkampagne für Studierende zu entwickeln und dem BSS spätestens im vierten Quartal 2017 zur Entscheidung vorzulegen.

#### 1. Sachverhalt/Begründung:

Durch Beschluss vom 08.06.2016 entschied der Ausschuss für Bildung, Sport und Soziales, dass die Wohnsitzkampagne auch im Jahr 2017 durchgeführt wird. Mit der Fortsetzung der Durchführung der Erstwohnsitzkampagne wurde wiederum die Firma AMARETIS aus Göttingen beauftragt.

In den letzten Jahren stieg die Einwohnerzahl in Ludwigsburg deutlich an. Die Gruppe der Studierenden in Ludwigsburg entwickelte sich ebenfalls positiv. Zudem waren rückläufige Zahlen bei den Nebenwohnsitzmeldungen, aber auch bei den Vorteilskarten-Inhabern zu beobachten. Um die Attraktivität der Heimvorteilskarten zu steigern, wurden ergänzende Maßnahmen ab September 2016 eingeleitet:

- Die Ausgabe der Vorteilskarte wurde umgestellt: Statt einer postalischen Nachsendung nach Hauptwohnsitzanmeldung, erfolgt diese nun unmittelbar bei der Anmeldung am Schalter im Bürgerbüro.
- Die Einwilligungserklärung wurde einfacher formuliert und im Einklang mit den datenschutzrechtlichen Bestimmungen auf das Wesentliche reduziert.
- Bei der Anmeldung in den Bürgerbüros werden den Studierenden die Angebote der Kampagne detailliert kommuniziert, um die Attraktivität der Vorteilskarte hervorzuheben.

- Die Informationen für Studierende, die ihre Wohnsitzmeldung auf dem Postweg oder online vornehmen, wurden überarbeitet und konkreter dargestellt.
- Die Mitarbeitenden des Bürgerbüros händigen eine neue, prägnantere Kampagneninformation zur Anmeldung aus.
- Der Online-Bestellfunktion der Vorteilskarte wurde in den Heimvorteil-Medien wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt, um diejenigen Studierenden, die bereits mit Hauptwohnsitz angemeldet sind, auf die Vorteilskarte aufmerksam zu machen.
- Beim Bürgerbüro wurden zusätzliche Fallarten eingerichtet, um eine verbesserte Dokumentation zu ermöglichen.

## 2. Teilnehmerzahlen

Es befinden sich zwei Arten der Vorteilskarte in Umlauf: die Vorteilskarten „students“ und „genius“. Beide sind gleichwertig hinsichtlich ihrer Funktionalitäten und können von ihren Trägern unmittelbar nach Erhalt bei über 110 lokalen Händlern und Dienstleistern aus allen Interessensbereichen genutzt werden.

Die Vorteilskarte „genius“ wurde zum Sommersemester 2016 neu eingeführt. Sie erlaubt derzeit den über 1.500 Teilnehmenden des Vereins zur Förderung der Berufsbildung e.V. (VFB) die Nutzung der Vorteile der Wohnsitzkampagne.

Die Vorteilskarte „students“ richtet sich an Studierende der fünf beteiligten Hochschulen und Akademien mit Hauptwohnsitz in Ludwigsburg. Die Karte wird im Bürgerbüro unmittelbar bei Hauptwohnsitzmeldung ausgehändigt oder kann auf der Website von Heimvorteil beantragt werden. Bei Onlinebeantragung wird sie dem Antragssteller wenige Tage nach Bestelleingang postalisch an den Ort der Hauptwohnsitzmeldung zugestellt. Von der Vorteilskarte „students“ wurden bislang insgesamt 1.580 Exemplare herausgegeben. Aktiv sind derzeit ca. 561 Karten. Dies sind 104 aktive Karten mehr als im Mai 2016. Bedingt durch die Befristung der Vorteilskarten auf zwei Jahre und dem kontinuierlichen Zu- und Wegzug von Studierenden findet eine ständige Veränderung der Gruppe der Kartenträger statt.

Im Zeitraum September 2016 bis Mai 2017 wurden 299 Vorteilskarten ausgestellt. Im Vergleichszeitraum September 2015 bis Mai 2016 wurden 210 Karten ausgestellt. Dies entspricht einer Steigerung von 42 % oder absolut 89 Karten.

Die Befragungen am Schalter und Auswertungen der digital über das Internet beantragten Vorteilskarten ergaben, dass sich von September 2016 bis Mai 2017 20 Studierende auf Grund der Vorteile der Kampagne mit Hauptwohnsitz in Ludwigsburg angemeldet haben.

Obwohl die beschriebenen Maßnahmen umgesetzt wurden und damit die Zahl der aktiven Vorteilskarten gesteigert werden konnte, bleibt die Zahl aktiver Vorteilskarten hinter unseren Erwartungen zurück.

## 3. Kosten

Bis zum Ende des Sommersemesters 2017 (30. September) werden für die Kampagne Heimvorteil Kosten von netto 303.949 Euro aufgelaufen sein. Die bei den Studierenden durchgeführten Interviews im Wintersemester 2015/2016 ließen bisher darauf schließen, dass ca. 30% der ausgehändigten Vorteilskarten an Personen herausgegeben wurden, die sich aufgrund der Kampagne Heimvorteil für eine Hauptwohnsitzanmeldung in Ludwigsburg entschieden haben. Dies würde bei den bislang ausgegebenen 1580 Vorteilskarten einer Zahl von 474 Personen entsprechen, die aufgrund der Kampagne Heimvorteil für Mehreinnahmen von ca. 474.000 Euro gesorgt haben, sofern 1000,00 € als Grundlage für den Finanzausgleich herangezogen werden.

Die erstmals durchgeführten Befragungen und Auswertungen zur Ausgabe der Vorteilskarten während des Wintersemester 2016/2017 und Sommersemesters 2017 zeichnen dagegen ein differenzierteres Bild. Bei der Ausgabe der 299 Vorteilskarten gaben lediglich 20 Studierende an, sich aufgrund der Vorteile der Karte mit Hauptwohnsitz angemeldet zu haben. Dies entspricht rechnerischen Mehreinnahmen von 20.000 € durch den Finanzausgleich (s.o.). Jeweils nicht berücksichtigt werden dabei Einnahmen durch Personen, die aufgrund der Kampagne über mehrere Jahre in Ludwigsburg angemeldet bleiben und somit auch in Folgejahren für gesteigerte Landeszuweisungen sorgen.

#### **4. Ausblick:**

Wie die Auswertung der im Bürgerbüro eingeführten Fallarten nahelegen, hat sich ein höherer Anteil der mit Hauptwohnsitz gemeldeten Studierenden aufgrund der Kampagne Heimvorteil und dem nun optimierten Antragsverfahren zu Ludwigsburg bekannt.

Der Betreuungsaufwand für die Kampagne in ihrer Kleinteiligkeit ist jedoch kostenintensiv. Die gewährten Vorteile scheinen keinen ausreichend starken Anreiz zu bilden, um eine bedeutend größere Zahl an Studierenden von einer Hauptwohnsitzanmeldung in Ludwigsburg zu überzeugen. Eine Vielzahl anderer Faktoren, wie z.B. geringes Wohnungsangebot mit relativ hohen Mieten und Lage der Hochschulen lassen sich durch die aktuellen Kampagnenmaßnahmen nicht kompensieren.

Die Kampagne Heimvorteil hat durch die Vernetzung der Akteure, der Ausgabe der Vorteilskarten über das Bürgerbüro mit der technischen Abwicklung und den Programmierschnittstellen zur Abfrage des Studierendenstatus eine funktionierende Infrastruktur geschaffen. Unabhängig der Ausrichtung eines neuen Konzeptes, sollten diese bewährten Elemente berücksichtigt werden, wenn es um die künftige Gewinnung Studierender zur Anmeldung ihres Hauptwohnsitzes geht.

Aus Sicht des Stadtmarketings und der Bürgerdienste ist eine notwendige Maßnahme nicht nur das Image der Stadt Ludwigsburg im Allgemeinen zu festigen und zu steigern, sondern auch die Zielgruppe „Studierende“ und damit zukünftige Bürgerinnen und Bürger der Stadt aktiv über eine „Willkommensgeste“ direkt zu Studienbeginn zu empfangen. Neben dem etablierten Gutscheinheft für neue Einwohner sollten Studierende, die sich mit Hauptwohnsitz anmelden, weiterhin ein attraktives aber kompaktes Leistungspaket erhalten. Dieses könnte sich aus Angeboten der Ludwigsburger Händler und Unternehmer – zugeschnitten auf die Zielgruppe Studierende – sowie einer Verlosung eines höherwertigen Preises je Semester zusammensetzen.

Die Kosten der neuen Erstwohnsitzkampagne lassen sich nach Erarbeitung des Konzeptes beziffern. Sie sollen jedoch nicht über den Kosten der Heimvorteil-Wohnsitzkampagne liegen und sich durch den Finanzausgleich amortisieren.

Die Verwaltung schlägt vor die Erstwohnsitzkampagne „Heimvorteil“ ab 2018 nicht mehr durchzuführen.

Die Verwaltung wird beauftragt, ein neues Konzept für eine dauerhafte Erstwohnsitzkampagne für Studierende zu entwickeln und dem BSS spätestens im vierten Quartal 2017 zur Entscheidung vorzulegen.

#### **Unterschriften:**

**Jürgen Schindler**

| Finanzielle Auswirkungen?              |                               |   |           |          |
|--|-------------------------------|---|-----------|----------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein | Gesamtkosten Maßnahme/Projekt:  |           | 0,00 EUR |
| <b>Ebene: Haushaltsplan</b>            |                               |   |           |          |
| Teilhaushalt                           |                               | Produktgruppe   |           |          |
| ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart            |                               |   |           |          |
| FinHH: Ein-/Auszahlungsart             |                               |   |           |          |
| Investitionsmaßnahmen                  |                               |   |           |          |
| Deckung                                |                               | <input type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein, Deckung durch |           |          |
| <b>Ebene: Kontierung (intern)</b>      |                               |   |           |          |
| Konsumtiv                              |                               |   | Investiv  |          |
| Kostenstelle                           | Kostenart                     | Auftrag   | Sachkonto | Auftrag  |
| 33205000                               | 44310050                      |   |           |          |

Verteiler: DI, DII, FB17, FB20, FB41, FB48, TEL



LUDWIGSBURG

# NOTIZEN