

| | | |
|---|----------------------------|---|
| STELLUNGNAHME zum Antrag | Gremium: | 16. Plenarsitzung Gemeinderat |
| | GRÜNE-Gemeinderatsfraktion | Termin: Vorlage Nr.: TOP: |
| vom: 07.07.2015 eingegangen: 07.07.2015 | Verantwortlich: | 20.10.2015 2015/0419 6 öffentlich Dez. 4 |
| Erweiterung der Karlsruher Erstwohnsitzkampagne auf Auszubildende und Berufsfachschülerinnen und Berufsfachschüler | | |

- Kurzfassung -

Die Ausweitung der erfolgreichen Erstwohnsitzkampagne auf Auszubildende und Berufsfachschüler wird im Hinblick auf die Willkommenskultur als grundsätzlich positiv bewertet. Vorgesehen ist, eine erste konzeptionelle Überlegung im Aufsichtsrat Stadtmarketing vorzustellen. Neben der Einnahmenseite muss auch die Kostenseite überprüft werden.

| | | | | | |
|--|--|---|---|-------------------------------|--|
| Finanzielle Auswirkungen des Antrages | | | | nein <input type="checkbox"/> | ja <input checked="" type="checkbox"/> |
| Gesamtkosten der Maßnahme | Einzahlungen/Erträge (Zuschüsse u. Ä.) | Finanzierung durch städtischen Haushalt | Jährliche laufende Belastung (Folgekosten mit kalkulatorischen Kosten abzügl. Folgeerträge und Folgeeinsparungen) | | |
| Derzeit nicht bezifferbar | | | | | |
| Haushaltsmittel Kontierungsobjekt: Ergänzende Erläuterungen: | | Kontenart: | | | |
| ISEK Karlsruhe 2020 - relevant | nein <input type="checkbox"/> | ja <input checked="" type="checkbox"/> | Handlungsfeld: Hochschulen u. Wissenschaft | | |
| Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO) | nein <input checked="" type="checkbox"/> | ja <input type="checkbox"/> | durchgeführt am | | |
| Abstimmung mit städtischen Gesellschaften | nein <input type="checkbox"/> | ja <input checked="" type="checkbox"/> | abgestimmt mit StMa GmbH | | |

Zu 1.

Eine Ausweitung der erfolgreichen Erstwohnsitzkampagne wie sie im Antrag der GRÜNE-Gemeinderatsfraktion empfohlen wird, wurde bereits im Vorfeld vom Wissenschaftsbüro der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH sondiert und grundsätzlich positiv bewertet. Im Ergebnis wird eine Ausweitung auf Auszubildende und Berufsfachschüler befürwortet.

Im bundesweiten Kontext gibt es bereits vergleichbare Modelle wie z.B. in der Landeshauptstadt Kiel, die sich auf die Zielgruppe Berufsfachschüler/innen und Auszubildende fokussieren. Auf Basis der eingeholten Erfahrungswerte ist für die Stadt Karlsruhe eine zusätzliche Generierung von ca. 150 Neubürgern/innen zu erwarten.

Weiterhin ist es im Sinne der Willkommenskultur und Chancengleichheit nicht nachvollziehbar, warum Studierende, die ihren Erstwohnsitz in Karlsruhe neu aufnehmen, anders behandelt werden als Auszubildende.

Vorgesehen ist, eine erste konzeptionelle Überlegung im Aufsichtsrat Stadtmarketing vorzustellen. Neben der Einnahmenseite muss auch die Kostenseite überprüft werden.

Zu 2.

Die Anreize zur Wahl des Erstwohnsitzes sollten sich bei Studierenden und Auszubildenden nicht unterscheiden. Auch hierzu wird Näheres im Aufsichtsrat der Stadtmarketing GmbH vorgestellt werden.