

## PRESSEMITTEILUNG

### Hintergrundinformation

#### Kommunikation statt Steuern

Als die Hauptwohnsitzkampagne der Stadt Jena in Zusammenarbeit mit der studentischen Kommunikationsagentur GOLDENE ZWANZIGER 2003 zum ersten Mal an den Start ging, sah sich Jena mit dem folgenden Problem konfrontiert: Die tatsächliche Zahl der Studenten stieg, aber die Einwohnerzahl drohte unter die 100.000er Grenze zu fallen. Die Unterschreitung dieser Grenze hätte den Verlust des Großstadt-Status bedeutet. Um dies zu verhindern, wurde 2003 die Einführung der Zweitwohnsitzsteuer beschlossen, welche die Studenten mit durchschnittlich 300 Euro jährlich belastet hätte.

#### Keine Zweitwohnsitzsteuer dank „Kommunikation statt Steuern“

Verhindert wurde die Durchsetzung des Beschlusses letztlich durch eine von der Stadt initiierten Werbekampagne für den Hauptwohnsitz Jena: der Hauptwohnsitzkampagne. Mit Hilfe der Agentur GOLDENE ZWANZIGER konnte die junge Zielgruppe durch ein umfangreiches integriertes Kommunikationskonzept überzeugt werden. Witzige Motive und auf die Zielgruppe zugeschnittene Promotion - Aktionen dienten dazu, der Zielgruppe die Vorzüge einer Hauptwohnsitznahme näher zu bringen. Mit diesem Peer-to-Peer - Ansatz konnte ein sehr erfolgreiches Ergebnis erreicht werden: Schon 1.000 Neuanmeldungen bringen jährlich 700. 000 Euro an Zuschüssen. In den letzten vier Jahren konnten über 6.000 Studenten dazu gebracht werden, sich hauptwohnsitzlich zu melden - das Ganze bei einem finanziellen Aufwand für die Stadt von knapp 15.000 Euro pro Kampagne.

GOLDENE ZWANZIGER  
Agentur für Kommunikation  
PF 74  
Fürstengraben 1  
07740 Jena

Tel.: +49 (0) 3641 205793  
Fax: +49 (0) 3641 205791  
info@goldenezwanziger.de  
www.goldenezwanziger.de

Bankverbindung  
Deutsche Bank Erfurt  
BLZ: 820 700 24  
Kontonummer: 535854400

## Erfolgreiche Allianz feiert Fünfjähriges

Nunmehr zum fünften Mal in Folge dient die Hauptwohnsitzkampagne nicht nur der Sicherstellung der finanziellen Förderung und des prestigeträchtigen Großstadtstatus. Auch die Imagewirkung für die Stadt durch die Kampagne darf nicht unterschätzt werden. Die Kooperation von Stadt und studentischer Agentur spiegelt die Motivation der Stadt wider, etwas für die Studenten und die Urbanität Jenas zu tun. Außerdem macht dieses Engagement deutlich, dass Jena an jedem Studenten, an jedem Einwohner viel liegt. Schließlich befindet sich die Stadt im Wettbewerb mit vielen anderen Universitätsstädten.

Das Thema Zweitwohnsitz hat sich für viele Städte zu einem ernsthaften - vor allem finanziellen - Problem entwickelt. Denn Zuschüsse vom Land werden nur für die Einwohner gezahlt, die mit Hauptwohnsitz gemeldet sind. Personen, die z.B. in Jena wohnen, aber hier nicht hauptwohnsitzlich gemeldet sind, zählen auch nicht als Einwohner und werden daher bei der Berechnung der Zuschüsse nicht berücksichtigt.

## Jena sollte Schule machen

In einigen Städten, wie auch in Weimar, wurde aufgrund dieser Diskrepanz bereits eine Zweitwohnsitzsteuer eingeführt. Diese zusätzliche finanzielle Belastung trifft vor allem Studenten, die häufig in ihrer Uni-Stadt nur mit Nebenwohnsitz gemeldet sind und ihren Hauptwohnsitz in ihrer Heimatstadt belassen.

Die Kampagne Jenaer Art könnte auch für andere Regionen Vorbildwirkung haben. Zum nunmehr fünften Mal zeigt die Stadt Jena, dass sie der Zukunft zugewandt ist und ihre Chancen in der langfristigen Bindung junger Menschen sieht.

GOLDENE ZWANZIGER  
Agentur für Kommunikation  
PF 74  
Fürstengraben 1  
07743 Jena

Bankverbindung  
Deutsche Bank Erfurt  
BLZ  
Konto-Nr.