



Bleiben oder gehen? Zur Situation junger Menschen in ländlichen Regionen Bayerns

Sabine Fromm, Francis Linkens, Loredana Föttinger, Ewgenia Walter (März 2025)

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium
der Finanzen und für Heimat



Inhalt

VORWORT	3
1. FRAGESTELLUNGEN UND FORSCHUNGSDESIGN	4
2. ÜBERSICHT ÜBER DIE AUSGEWÄHLTEN REGIONEN UND BILDUNGSEINRICHTUNGEN	6
3. ERGEBNISSE DER STUDIERENDEN- UND AUSZUBILDENDENBEFRAGUNG	9
3.1. ANZAHL UND STRUKTUR DER BEFRAGUNGSTEILNEHMER	9
3.2. MOTIVE DER STANDORTWAHL FÜR STUDIUM UND AUSBILDUNG	13
3.3. SOZIALE EINBINDUNG IN DER REGION	15
3.4. BERUFLICHE PERSPEKTIVEN IN DER REGION	20
3.5. BLEIBEORIENTIERUNG: WICHTIGKEIT REGIONALER MERKMALE	23
3.6. BLEIBEN ODER GEHEN – WAS HÄLT JUNGE MENSCHEN IN DER REGION?	30
4. HERAUSFORDERUNGEN UND LÖSUNGSANSÄTZE AUS SICHT DER LOKALEN EXPERTEN	37
5. ABGELEITETE HANDLUNGSANSÄTZE	43
6. ZUM ABSCHLUSS	45

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Altersverteilung der Studierenden und Auszubildenden	9
Abbildung 2: Verteilung der Studierenden nach Fakultäten und Hochschulen	10
Abbildung 3: Einzugsgebiet der Hochschulen nach regionaler Herkunft.....	12
Abbildung 4: Mitgliedschaft im Verein und Engagement in der Region.....	16
Abbildung 5: Genannte Gründe gegen Engagement in der Region	18
Abbildung 6: Regionale Unternehmenskontakte bei den Studierenden	20
Abbildung 7: Pläne nach dem Studium bzw. der Ausbildung (Mehrfachantworten)	21
Abbildung 8: Wichtigkeit regionaler Merkmale bei den Auszubildenden	23
Abbildung 9: Zufriedenheit und Wichtigkeit verschiedener Bereiche - Teil I	26
Abbildung 10: Zufriedenheit und Wichtigkeit verschiedener Bereiche - Teil II	27
Abbildung 11: Wohnort nach dem Studium/der Ausbildung	31
Abbildung 12: Wohlfühlen in der Region.....	33
Abbildung 13: Bleibeorientierung - Zusammenfassung der Gruppen bei Studierenden	35
Abbildung 14: Bleibeorientierung - Zusammenfassung der Gruppen bei Auszubildenden	36
Abbildung 15: Herausforderungen aus Sicht der Experten	37

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Demografische Strukturdaten der beteiligten Standorte	6
Tabelle 2: Verteilung der Auszubildenden nach Fachrichtungen.....	11
Tabelle 3: Gründe für die Standortwahl (Mehrfachantworten)	13

Vorwort

Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, aber auch um „sozialem Sterben“ von Orten durch Abwanderung entgegenzutreten, ist es wichtig, dass junge Menschen sich dafür entscheiden können, in ihrer Region zu bleiben und dafür auch die passenden Bedingungen finden bzw. diese mitgestalten können. Was sind die Motive derjenigen, die sich zum Bleiben entschieden haben und welche Einflussfaktoren spielen für diejenigen eine Rolle, die noch unsicher sind? Was sind die Gründe dafür, die Region lieber zu verlassen? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit junge Menschen bleiben? Und wie wollen sich junge Menschen selbst dafür einbringen?

Diese Fragen haben exemplarisch Studierende und Auszubildende aus ausgewählten ländlichen Regionen Bayerns beantwortet. Darüber hinaus wurde das Feld mittels ausführlicher Interviews mit Expertinnen und Experten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Bildung und Soziales zusätzlich beleuchtet. Wir freuen uns, Ihnen nun die Ergebnisse vorstellen zu können und hoffen, mit dieser Publikation interessante Einblicke präsentieren zu können.

Wir bedanken uns sehr herzlich bei der HOCHSCHULE ANSBACH (HS Ansbach), der OSTBAYERISCHEN TECHNISCHEN HOCHSCHULE AMBERG-WEIDEN (OTH Amberg-Weiden) und dem STAATLICHEN BERUFLICHEN SCHULZENTRUM I ANSBACH dafür, dass sie die Befragungen ihrer Studierenden bzw. Schülerinnen und Schüler ermöglicht und tatkräftig unterstützt haben. Weiterhin danken wir den Expertinnen und Experten für ihre Bereitschaft, an den Interviews teilzunehmen und für die Einblicke, die sie mit uns geteilt haben.

Prof. Dr. Sabine Fromm, Francis Linkens M.A., Loredana Föttinger MBA, Dipl.-Sozialwirtin Ewgenia Walter

Die Studie entstand im Rahmen des Projekts „Heimat – mehr als ein Gefühl. Demografischer Wandel und sozialer Zusammenhalt in ländlichen Regionen Bayerns“, das von der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm durchgeführt und vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat gefördert wird. Als „ländliche Regionen“ gelten dabei alle Städte und Gemeinden, die gemäß dem Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)¹ einer ländlichen Region zuzuordnen sind. Informationen zum Gesamtprojekt finden Sie auf der Projektwebsite (<https://www.heimatprojekt-bayern.de/>) und am Ende dieser Broschüre.

¹ LEP-Teilforschreibung in der Fassung vom 01.06.2023.

1. Fragestellungen und Forschungsdesign

Ziel der Studie, deren Ergebnisse hier vorgelegt werden, war es Erkenntnisse über individuelle und regionale Haltefaktoren junger Menschen zu gewinnen sowie Ideen zur Stärkung dieser Merkmale zu erfassen. Dabei standen folgende Fragen im Zentrum:

- Wie lässt sich die Lebenssituation der jungen Menschen beschreiben? Wie sind sie in der Region sozial eingebunden und welche beruflichen Perspektiven bieten sich ihnen vor Ort?
- Wie bewerten junge Menschen die ländliche Region, in der sie ihre Ausbildung oder ihr Studium absolvieren?
- Wollen Jugendliche bzw. junge Erwachsene, die in ländlichen Regionen eine Ausbildung machen oder studieren, nach ihrem Abschluss bleiben? Wovon hängt eine mögliche Bleibeorientierung ab? Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit sie tatsächlich bleiben wollen und können?
- Was können Politik und Wirtschaft vor Ort tun, damit junge Menschen in ihrer Bleibeorientierung unterstützt werden?
- Was wollen junge Menschen selbst tun, damit der Verbleib in ihrer Heimatregion für sie attraktiv ist?²

Um diese Fragen beantworten zu können, wurde ein Mixed-Methods-Design gewählt: Es wurden sowohl verschiedene methodische Zugänge kombiniert als auch unterschiedliche Zielgruppen einbezogen, um ein möglichst umfassendes Bild zu erhalten. Die Erhebungen wurden exemplarisch in den Regionen Ansbach, Amberg und Weiden durchgeführt, welche dem ländlichen Raum gemäß LEP angehören.

² Die Ergebnisse dieser Frage werden in einem Video präsentiert, das speziell für die Zielgruppe junge Menschen gestaltet wurde. Das Video ist auf der Projektwebsite einsehbar.



Standardisierte Befragung von Berufsschülerinnen und -schülern sowie Studierenden

Im Frühsommer bzw. Herbst 2024 wurden Studierende der HOCHSCHULE ANSBACH, der OSTBAYERISCHEN TECHNISCHEN HOCHSCHULE AMBERG-WEIDEN sowie Schülerinnen und Schüler des STAATLICHEN BERUFLICHEN SCHULZENTRUMS I IN ANSBACH zu ihrer aktuellen Situation, zu ihren Perspektiven auf die Region und zu ihren Zukunftsplänen befragt. Die Fragebögen waren nicht identisch: Den Unterschieden bezüglich der biografischen Situation, der Art der Ausbildung und des Alters der beiden Gruppen wurde dadurch Rechnung getragen, dass Studierenden mehr Fragen zur Art der bisherigen regionalen Unternehmenskontakte und differenziertere Fragen zur Bewertung der Region gestellt wurden als Auszubildenden. Die Studierenden wurden von den jeweiligen Hochschulleitungen zur Teilnahme eingeladen, die Befragung der Schülerinnen und Schüler wurde als Klassenraumbefragung organisiert und von den Lehrkräften durchgeführt. An den Befragungen nahmen insgesamt 500 Studierende teil, die sich gleichmäßig auf die beiden Hochschulen verteilen, sowie 1.213 Auszubildende. Nach Bereinigung der Daten konnten insgesamt 1.637 ausgefüllte Fragebögen ausgewertet werden. Alle Befragungen wurden mittels des Onlinetools SoSciSurvey© durchgeführt und mithilfe des Programms SPSS© ausgewertet.

Experteninterviews mit regionalen Stakeholdern

Zusätzlich zu den standardisierten Befragungen wurden im Sommer 2024 insgesamt 12 umfangreiche Experteninterviews durchgeführt. Inhalte waren Fragen zur Ausbildungs- und Lebenssituation junger Menschen in der jeweiligen Region und zum Beitrag der verschiedenen Akteure zu den Herausforderungen in Bezug auf die Zukunftsperspektive junger Menschen bzw. zum Thema Fachkräftegewinnung und -sicherung. Darüber hinaus wurde die Bedeutung von weichen Standortfaktoren wie sozialen Netzwerken, dem Gefühl von Zugehörigkeit und den wahrgenommenen bzw. genutzten Möglichkeiten zum Engagement für die Bleibeorientierung junger Menschen in der Region ermittelt. Bei der Auswahl der Expertinnen und Experten wurde zum einen darauf geachtet, dass diese in den Regionen der befragten Bildungseinrichtungen verortet sind. Zum anderen wurden sie aus unterschiedlichen Bereichen – Politik, Wirtschaft, Bildung und Soziales – ausgewählt, um vielfältige Perspektiven auf das Thema zu erhalten.

2. Übersicht über die ausgewählten Regionen und Bildungseinrichtungen

Standorte der beteiligten Hochschulen und des Staatlichen Beruflichen Schulzentrums sind die Städte Amberg, Weiden und Ansbach. Die beiden kreisfreien Städte Amberg und Weiden, die Standorte der OSTBAYERISCHEN TECHNISCHEN HOCHSCHULE AMBERG-WEIDEN, liegen im bayerischen Regierungsbezirk Oberpfalz und haben jeweils etwas über 40.000 Einwohner. Amberg ist vom Landkreis Amberg-Sulzbach umgeben, mit rund 104.400 Einwohnern, Weiden vom Landkreis Neustadt a. d. Waldnaab mit etwa 96.000 Einwohnern.

Ansbach ist der Standort der HOCHSCHULE ANSBACH³ sowie des STAATLICHEN BERUFLICHEN SCHULZENTRUMS I ANSBACH. Es handelt sich um eine kreisfreie Stadt im Regierungsbezirk Mittelfranken, mit einer Einwohnerzahl von etwa 42.000. Ansbach ist Regierungssitz der Bezirksregierung und der Bezirksverwaltung für Mittelfranken, was ihr eine zentrale Funktion innerhalb der regionalen Verwaltung verleiht. Die Stadt ist umgeben vom Landkreis Ansbach, mit einer Bevölkerung von etwa 188.600.

Informationen zur demografischen Struktur⁴ der drei Städte und ihrer jeweiligen Landkreise sind in der Tabelle 1 dargestellt.

	Ansbach	Landkreis Ansbach	Amberg	Landkreis Amberg-Sulzbach	Weiden	Landkreis Neustadt a. d. Waldnaab
Durchschnittsalter	44,0	44,1	45,5	45,3	45,2	44,9
Jugendquotient	32,8	32,9	29,9	31,4	28,9	32,4
Altersquotient	37,0	35,2	40,7	37,5	39,0	37,3
Wanderungssaldo ⁵	16,4	15,5	21,4	15,1	20,3	13,7

Tabelle 1: Demografische Strukturdaten der beteiligten Standorte

³ Die Hochschule Ansbach hat mehrere kleinere Nebenstandorte. Die große Mehrheit der Befragungsteilnehmer studiert jedoch am zentralen Standort Ansbach.

⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik (2022): Demographische Profile der Städte,

https://www.statistik.bayern.de/statistik/gebiet_bevoelkerung/demographischer_wandel/index.html.

⁵ Statistisches Bundesamt (2022): Strukturdaten der Städte und Landkreise, <https://www.bundeswahlleiterin.de/europawahlen/2024/strukturdaten/bund-99/land-9.html>.



Die betrachteten demografischen Indikatoren der beiden Städte Amberg und Weiden sind demnach sehr ähnlich und weisen auf eine alternde Bevölkerung hin, mit einem moderaten Anteil junger Menschen.

Ansbach unterscheidet sich in seiner demografischen Struktur von Amberg und Weiden mit einem etwas höheren Jugendquotient und etwas niedrigerem Altersquotient. Demnach ist Ansbach etwas weniger stark von der demografischen Alterung betroffen wie Amberg und Weiden und hat einen minimal geringeren Anteil junger Bevölkerungsgruppen.

Während der Wanderungssaldo der Stadt Ansbach sich nur geringfügig von dem des Landkreises Ansbach unterscheidet, liegen die Wanderungssaldi in Amberg und Weiden auf einem höheren Niveau und weisen deutlich stärkere Unterschiede zwischen Stadt und Landkreis auf.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Struktur⁶ zeichnet sich Weiden durch eine starke Dienstleistungswirtschaft aus, in der rund 81% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten tätig sind. Das produzierende Gewerbe spielt mit einem Anteil von 19% eine kleinere Rolle. In Amberg ist das produzierende Gewerbe hingegen ein sehr bedeutender Wirtschaftszweig. Hier arbeiten 41% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Industrie, was Amberg zu einem wichtigen Industriestandort in der Oberpfalz macht. Der Dienstleistungssektor ist mit 59% ebenfalls stark vertreten. Der Bereich Land-, Forstwirtschaft und Fischerei ist mit unter 1% in beiden Städten von geringer Bedeutung.

Die wirtschaftliche Struktur von Ansbach basiert auf zwei Hauptsektoren. Der größte Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten entfällt auf den Dienstleistungsbereich, der im Jahr 2023 76% der Beschäftigung ausmachte. Das produzierende Gewerbe ist ebenfalls bedeutend und beschäftigte 24% der Erwerbstätigen. Diese beiden Sektoren prägen die wirtschaftliche Ausrichtung der Stadt. Auch in Ansbach liegt der Bereich Land-, Forstwirtschaft und Fischerei unter 1%.

⁶ Bundesagentur für Arbeit (2023): Branchen im Fokus,
<https://www.statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Branchen-im-Fokus/Branchen-im-Fokus-Nav.html>

Die HOCHSCHULE ANSBACH⁷ ist in die Fakultäten Wirtschaft, Technik und Medien gegliedert, die zusammen 19 Bachelor- und 17 Masterstudiengänge anbieten. Neben dem zentralen Standort in Ansbach gibt es Außenstandorte in Feuchtwangen, Herrieden, Rothenburg o. d. T. und Weißenburg. Etwa 4.000 Studierende sind an der Hochschule eingeschrieben. Die OSTBAYERISCHE TECHNISCHE HOCHSCHULE AMBERG-WEIDEN⁸ verbindet die Standorte Amberg und Weiden. Sie zählt rund 4.030 Studierende an vier Fakultäten: Elektrotechnik, Medien und Informatik, Maschinenbau und Umwelttechnik, Wirtschaftsingenieurwesen und Gesundheit sowie die Weiden Business School. Die Fakultäten bieten 27 Bachelorprogramme und 26 Masterstudiengänge an. Am STAATLICHEN BERUFLICHEN SCHULZENTRUM I ANSBACH⁹ absolvieren insgesamt etwa 2.555 Schülerinnen und Schüler den schulischen Part ihrer dualen Ausbildung, besuchen eine Berufsfachschule (Technische Assistentinnen und Assistenten für Informatik) oder absolvieren ein Berufsvorbereitungsjahr (BVJ). Die Berufsschule bietet 8 verschiedene Fachrichtungen. Dazu zählen Bautechnik, Metalltechnik, Elektrotechnik, Informatik, Wirtschaft und Verwaltung, sowie Ernährung, Körperpflege und Gesundheit.



⁷ Homepage der Hochschule Ansbach, <https://www.hs-ansbach.de/startseite/>.

⁸ Homepage der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden, <https://www.oth-aw.de/>.

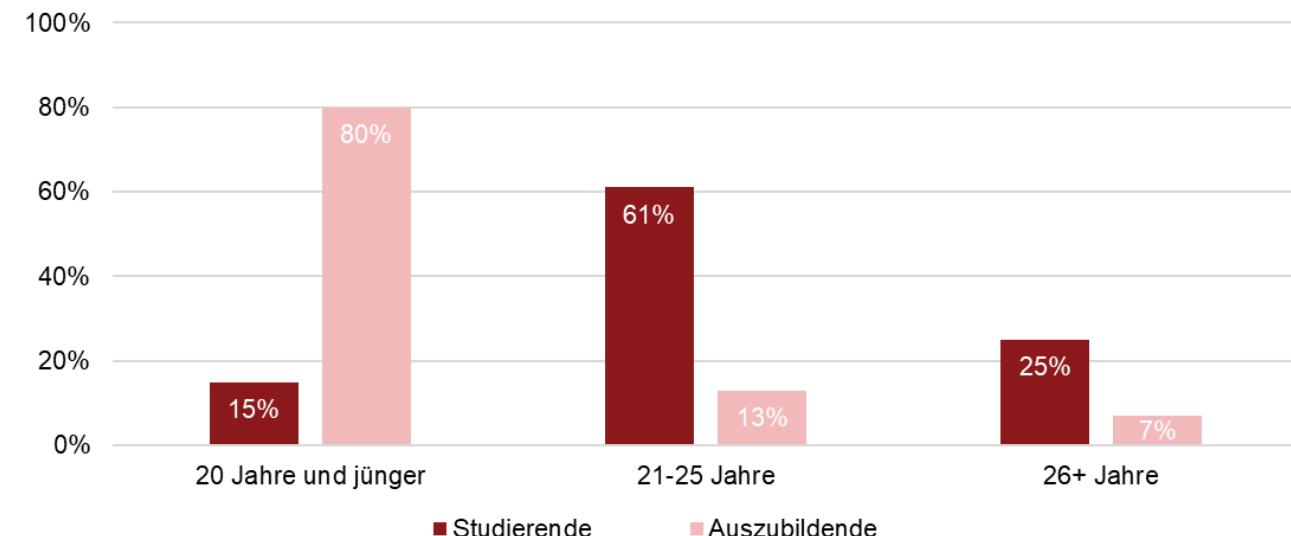
⁹ Homepage des Staatlichen Beruflichen Schulzentrum I Ansbach, <https://bs-an.de/>.

3. Ergebnisse der Studierenden- und Auszubildendenbefragung

3.1. Anzahl und Struktur der Befragungsteilnehmer

Insgesamt konnten 485 Fragebögen von Studierenden und 1.152 Fragebögen von Auszubildenden¹⁰ ausgewertet werden. Von den Studierenden waren 57% weiblich und 42% männlich, von den Auszubildenden 47% weiblich und 52% männlich. Teilnehmer mit der Geschlechtsangabe „divers“ machten in beiden Gruppen jeweils 1% aus, so dass eine gesonderte statistische Auswertung aufgrund der sehr kleinen Fallzahlen nicht möglich war. Abbildung 1 zeigt die Altersverteilung der Auszubildenden und Studierenden.

Soziodemografische Daten sowie Dauer und Fachrichtung der Ausbildung bzw. des Studiums



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024
(Studierende - n = 363, Auszubildende - n = 1.087)
Frage 39: Wie alt sind Sie?/Frage 22: Wie alt bist du?

Abbildung 1: Altersverteilung der Studierenden und Auszubildenden¹¹

¹⁰ Nicht alle Schülerinnen und Schüler des Staatlichen Beruflichen Schulzentrums I in Ansbach sind Auszubildende, manche absolvieren dort noch ein Berufsvorbereitungsjahr (BVJ). Da aus dieser Gruppe aber nur sehr wenige an der Studie teilgenommen haben, wird der Begriff Auszubildende verwendet.

¹¹ In der Abbildung sind noch alle bereinigten Fälle der Auszubildenden enthalten. In den Auswertungen wurde dann auf Auszubildende bis max. 30 Jahre eingegrenzt, um den Fokus auf junge Menschen beizubehalten.

Die Studierenden sind größtenteils (61%) in der Altersgruppe 21 bis 25 Jahre, die Auszubildenden sind – wie zu erwarten – jünger und finden sich vor allem (80%) in der Altersgruppe bis max. 20 Jahre. Entsprechend ist auch das mediane Alter der Studierenden mit 23 Jahren höher als das der Auszubildenden, das 18 Jahre beträgt.

Etwa 78% der teilnehmenden Studierenden absolvieren einen Bachelorstudiengang, davon 7% berufsbegleitend oder dual; 22% befinden sich in einem Masterstudiengang, davon 4% berufsbegleitend oder dual. Ein Viertel der Studierenden befindet sich bereits länger im Studium (7 Hochschulsemester und mehr) und ist somit schon eine Weile in der Region. Hinsichtlich der Verteilung der Studierenden auf die Fakultäten der jeweiligen Hochschulen ist an der HS ANSBACH insbesondere die Fakultät Medien in der Studierendenbefragung über- und die wirtschaftliche Fakultät unterrepräsentiert. An der OTH AMBERG-WEIDEN ist die Fakultät Elektrotechnik, Medien und Informatik deutlich überrepräsentiert und die Weiden Business School hingegen deutlich unterrepräsentiert (Abbildung 2).

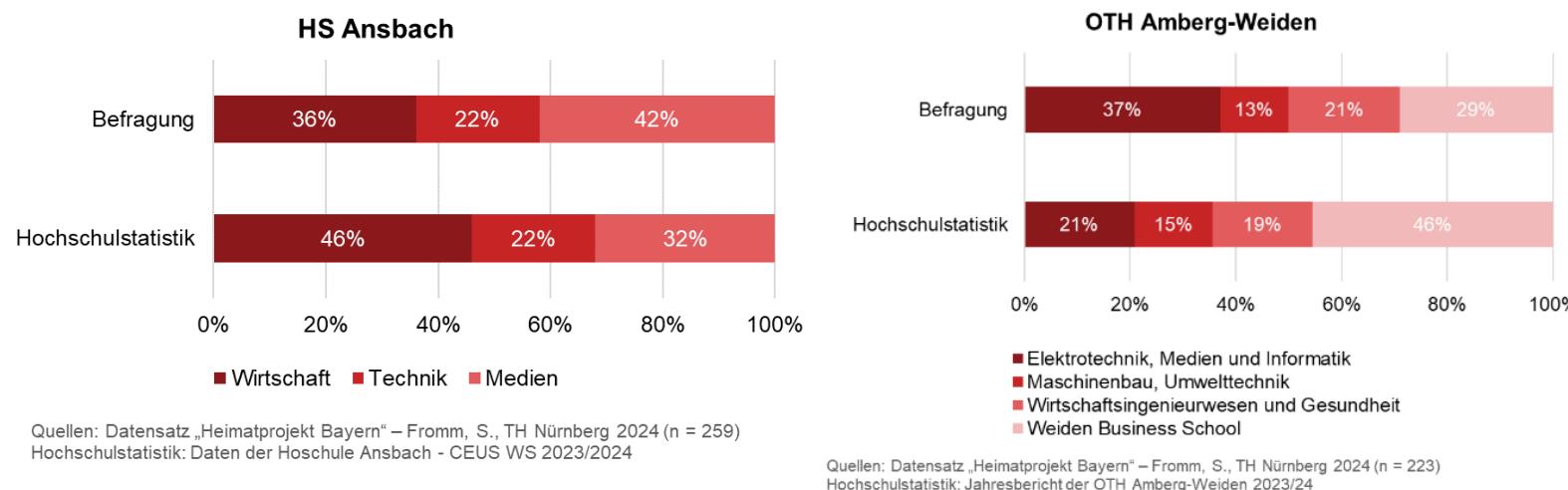


Abbildung 2: Verteilung der Studierenden nach Fakultäten und Hochschulen

Bei den Auszubildenden besuchen fast alle die Berufsschule, lediglich 4% der Befragungsteilnehmer absolvieren eine Ausbildung an der Berufsfachschule. Gut die Hälfte der Befragten (58%¹²) möchte die Ausbildung im Jahr 2025/2026 abschließen, der Rest in den Jahren 2027 und 2028. Nach Fachrichtungen verteilen sich die Auszubildenden wie folgt (Tabelle 2).

	Schülerinnen und Schüler des Staatl. Berufl. Schulzentrums I Ansbach 2023/24 ¹³		Auszubildendenbefragung - Heimatprojekt	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Bautechnik	159	6,2	6	0,5
Elektrotechnik/Informatik	696	27,2	277	24,1
Gesundheit	357	14,0	256	22,3
Körperpflege	47	1,8	27	2,4
Metalltechnik	501	19,6	163	14,2
Ernährung	32	1,3	13	1,1
Wirtschaft/Verwaltung	695	27,2	360	31,4
BVJ	26	1,0	2	0,2
Staatl. Berufsfachschule	42	1,6	44	3,8
Gesamt	2.555	100	1.148	100

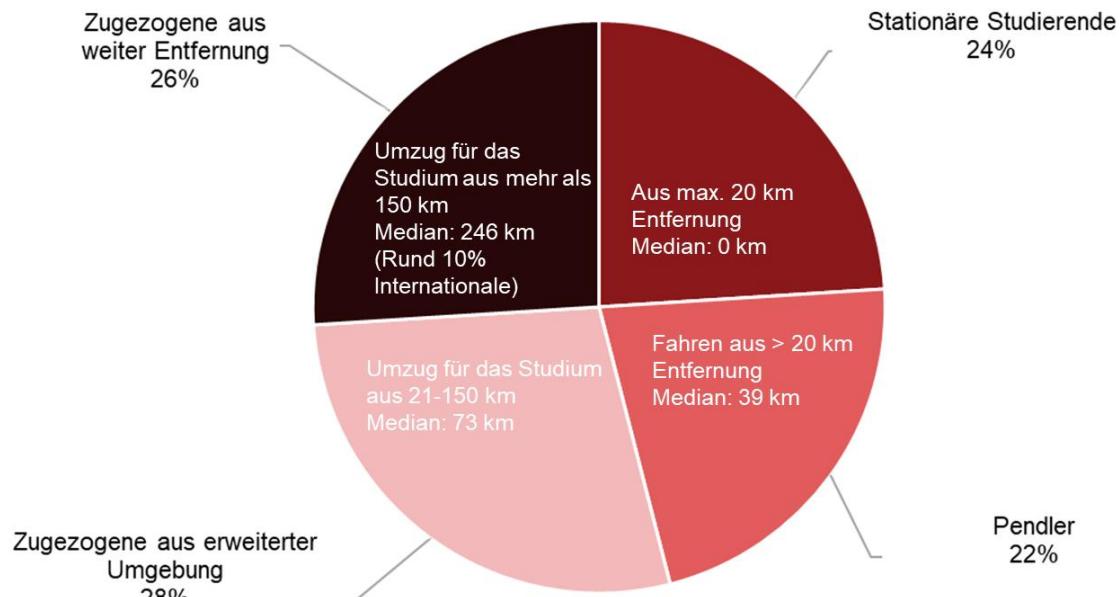
Tabelle 2: Verteilung der Auszubildenden nach Fachrichtungen

Ein Drittel kommt aus der Fachrichtung Wirtschaft, jeweils etwa ein Viertel aus Elektrotechnik und Informatik sowie Gesundheit. Metalltechnik ist mit 14% vertreten und die Fachrichtungen Körperpflege, Ernährung und Bautechnik machen jeweils einen kleinen Bruchteil der Teilnehmer aus (zwischen 2% und 1%). In der Befragung sind insbesondere die Fachrichtungen Bautechnik und Metalltechnik unterrepräsentiert, Gesundheit sowie Wirtschaft und Verwaltung hingegen sind deutlich überrepräsentiert.

¹² Darin sind 5 Personen enthalten (0,5%), die 2024 als Abschlussjahr angegeben haben.

¹³ Quelle: Jahresbericht des Staatlichen Beruflichen Schulzentrums I Ansbach im Jahr 2023/24.

(Regionale) Herkunft der Studierenden und Auszubildenden



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (n= 436)
Frage 12/13: Ortsname und PLZ des Wohnortes vor Studium in Verbindung mit Frage 11: Umzug für das Studium?

Abbildung 3: Einzugsgebiet der Hochschulen nach regionaler Herkunft

¹⁴ Gemäß LEP, inklusive ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen.

¹⁵ Als „stationäre Studierende“ werden Studierende bezeichnet, die zu Beginn des Studiums bereits in der Region wohnten und entweder nicht umgezogen sind oder in einem Radius von max. 20 km.

¹⁶ Insgesamt 4% der Auszubildenden geben an, für die Ausbildung aus größerer Entfernung in die Region gezogen zu sein oder sehr weit zwischen dem Ausbildungsbetrieb und dem Wohnort pendeln zu müssen.

Der überwiegende Teil (90%) der teilnehmenden Studierenden kommt aus Deutschland, davon sind 69% aus Bayern (Zusammensetzung: 52% Ländlicher Raum¹⁴ und 17% Verdichtungsraum) und 21% aus einem anderen Bundesland. Lediglich 10% gaben an, aus einem anderen Land zu kommen. Das Einzugsgebiet der Hochschulen ist breit gefächert:

Knapp die Hälfte der teilnehmenden Studierenden sind stationäre Studierende bzw. Pendler und kommen damit mehr oder weniger aus der Region.¹⁵ Etwas mehr als die Hälfte der Studierenden hingegen ist für das Studium aus der erweiterten Umgebung bzw. aus größerer Entfernung zugezogen. Bei den Auszubildenden ist dagegen kaum jemand umgezogen, diese Befragungsteilnehmer kommen also ganz überwiegend aus der Region.¹⁶

3.2. Motive der Standortwahl für Studium und Ausbildung

Von insgesamt sechs abgefragten Gründen für die Wahl des Studienortes ist der von den Studierenden am häufigsten genannte Grund das Studien- bzw. Fachangebot der jeweiligen Hochschule, gefolgt von der Nähe zum Heimatort. Das Image der Hochschule und die Attraktivität des Studienortes ist für die Studienortwahl dagegen insgesamt eher unbedeutend. Bei den Auszubildenden ist von insgesamt fünf abgefragten Gründen vor allem der aktuelle Wohnort für die Wahl relevant. Weniger als ein Viertel der Auszubildenden gibt an, die Ausbildung in der Region zu machen, weil sie dort ihren Wunschberuf lernen können. Eine etwas bedeutendere Rolle spielt es, dass ihr Wunschbetrieb vor Ort ist, d.h. dass sie im aktuellen Betrieb eine Ausbildung machen wollten. Möglicherweise sind ausbildungsinteressierte Jugendliche bei der Entscheidung für einen Ausbildungsberuf also flexibler, wenn sie für diesen in ihrem Wunschbetrieb ausgebildet werden.

Platz	Grund für die Studienortwahl	Grund für die Ausbildung vor Ort
1	Studien- bzw. Fachangebot (77%)	Nähe zum Wohnort (63%)
2	Nähe zum Heimatort (49%)	Wunschbetrieb vor Ort (34%)
3	Lebensbedingungen vor Ort (17%)	Bekanntheit des Betriebs ¹⁷ (25%)
4	Familie und Freunde vor Ort (14%)	Wunschberuf (22%)
5	Image der Hochschule (12%)	Familie und Freunde vor Ort (19%)
6	Attraktivität des Studienortes (8%)	

Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (Studierende - n = 485, Auszubildende – n = 1.149)
Frage 3: Was waren die ausschlaggebenden Gründe für die Wahl Ihres Studienortes?/ Frage 3: Warum machst du eine Ausbildung in dieser Gegend? (Mehrfachantwort möglich)

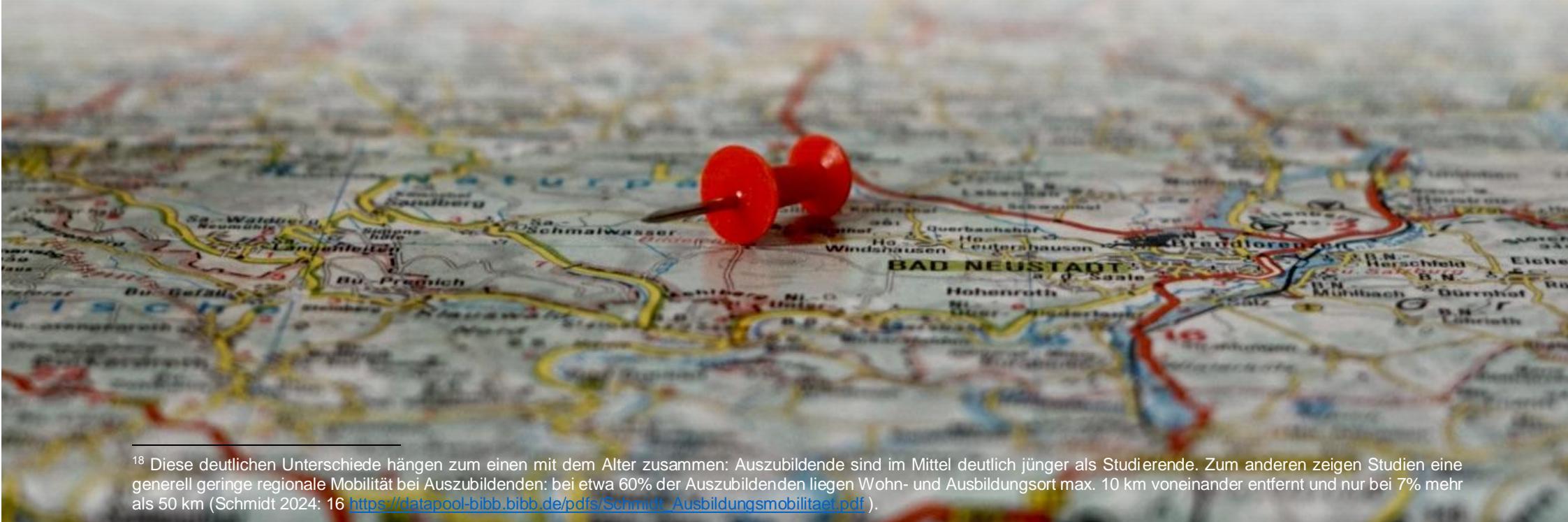
Tabelle 3: Gründe für die Standortwahl (Mehrfachantworten)

¹⁷ Formulierung im Fragebogen: „Weil ich den Betrieb schon kannte z.B. durch ein Praktikum oder weil es ein Familienbetrieb ist“

Fasst man die Gründe der Standortwahl zusammen, lassen sich jeweils drei Gruppen von Studierenden und Auszubildenden unterscheiden:

- 1) Näheorientierung: Für diese Befragten ist die Nähe zum Heimatort (Studierende) bzw. der aktuelle Wohnort (Auszubildende) ausschlaggebend, das Fachangebot (Studierende) bzw. der Wunschberuf (Auszubildende) spielt für sie keine Rolle.
- 2) Angebotsorientierung: Für diese Befragten spielt das Fachangebot bzw. der Wunschberuf eine entscheidende Rolle und die Nähe zum Heimatort bzw. der aktuelle Wohnort ist unbedeutend.
- 3) Mischgruppe: Für die Befragten sind beide Motive wichtig.

Studierende und Auszubildenden unterscheiden sich hinsichtlich dieser drei Gruppen deutlich voneinander. Während bei den Studierenden rund ein Fünftel zur Gruppe der Näheorientierten gehört, knapp die Hälfte (47%) ausschließlich angebotsorientiert sind und 36% der Mischgruppe angehören, bilden bei den Auszubildenden mit 70% Näheorientierte die größte Gruppe.¹⁸ 16% der Auszubildenden sind angebotsorientiert und 14% gehören zur Mischgruppe.



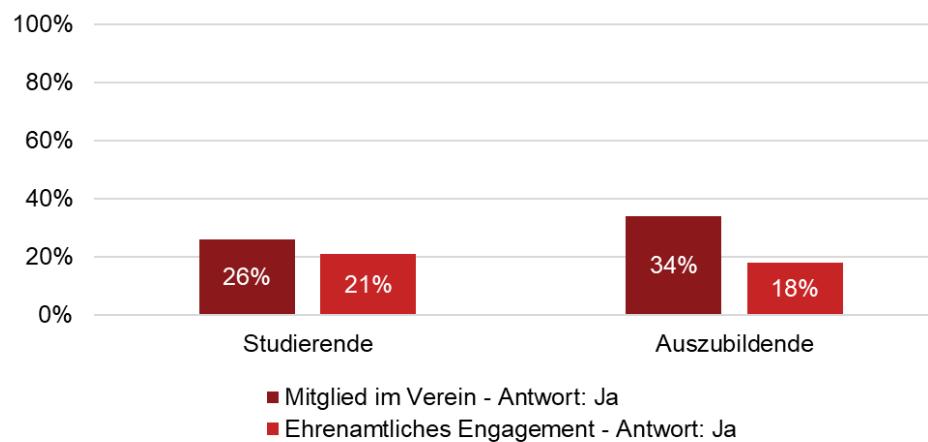
¹⁸ Diese deutlichen Unterschiede hängen zum einen mit dem Alter zusammen: Auszubildende sind im Mittel deutlich jünger als Studierende. Zum anderen zeigen Studien eine generell geringe regionale Mobilität bei Auszubildenden: bei etwa 60% der Auszubildenden liegen Wohn- und Ausbildungsort max. 10 km voneinander entfernt und nur bei 7% mehr als 50 km (Schmidt 2024: 16 https://datapool-bibb.bibb.de/pdfs/Schmidt_Ausbildungsmobilitaet.pdf).

3.3. Soziale Einbindung in der Region

Freunde und Familie der Studierenden und Auszubildenden

Viele Studierende haben Familie (54%) oder langjährige Freundschaften (42%) in der Region. Andererseits hat etwa ein Drittel der Studierenden in der Region zum Zeitpunkt der Befragung (noch) keine Freundschaften außerhalb des Studiums geknüpft. An der Hochschule haben etwa ein Viertel der Studierenden keine Kontakte und drei Viertel der Studierenden Kontakte, die über das gemeinsame Studieren hinausgehen. Dabei handelt es sich bei 65% um soziale Kontakte zu Kommilitonen und bei etwa ein Viertel besteht der Kontakt durch Nutzung der Hochschulangebote wie Musik- oder Sportgruppen. Zugezogene Studierende sind deutlich stärker auch sozial an der Hochschule eingebunden als stationäre Studierende und Pendler. Diese machen einen Großteil derjenigen Studierenden aus, die keine sozialen Kontakte an der Hochschule pflegen, sondern diese ausschließlich als Studienort nutzen. Da fast alle Auszubildenden aus der Region kommen, ist der Anteil derjenigen mit Familie und Freunden in der Region mit jeweils ca. 90% deutlich höher als bei den Studierenden. Der Anteil von Auszubildenden mit Freunden im Kontext der Ausbildung (49%) ist dabei niedriger als der Anteil mit Freunden außerhalb der Ausbildung (80%).





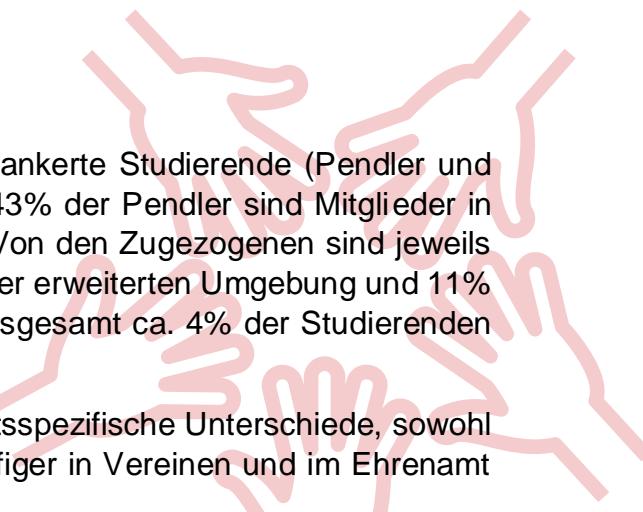
Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (Studierende - n=448-454 und Auszubildende - n = 1.120-1.121)

Frage 20: Sind Sie Mitglied in einem Verein?, Frage 21: Engagieren Sie sich in der Region ehrenamtlich? (Auszubildende: Frage 12 und 13 - identisch)

Abbildung 4: Mitgliedschaft im Verein und Engagement in der Region

Bei den Studierenden gibt es hier deutliche Unterschiede nach regionaler Herkunft: Regional verankerte Studierende (Pendler und Stationäre) sind deutlich häufiger Mitglieder in regionalen Vereinen oder ehrenamtlich engagiert. 43% der Pendler sind Mitglieder in einem Verein, 37% ehrenamtlich aktiv. Bei den stationären Studierenden sind es 34% bzw. 26%. Von den Zugezogenen sind jeweils etwa ein Fünftel in einem Verein in der Region; ehrenamtlich aktiv sind 17% der Studierenden aus der erweiterten Umgebung und 11% aus größerer Entfernung. Kaum Unterschiede gibt es hinsichtlich des politischen Engagements: Insgesamt ca. 4% der Studierenden sind hier aktiv, mit geringen Unterschieden zwischen den Gruppen.²²

Neben Unterschieden nach der regionalen Herkunft (bei Studierenden) finden sich auch geschlechtsspezifische Unterschiede, sowohl bei Studierenden als auch bei Auszubildenden: Studenten und männliche Auszubildende sind häufiger in Vereinen und im Ehrenamt



¹⁹ Die Kategorien sind nicht völlig trennscharf. Wir unterscheiden Mitgliedschaft in einem Verein und ehrenamtliches Engagement. Jedoch ist jemand, der in einem Verein eine Funktion übernimmt, auch ehrenamtlich engagiert.

²⁰ BMFSFJ (2017): Freiwilliges Engagement junger Menschen. Sonderauswertung des Vierten Deutschen Freiwilligensurveys. <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/119820/b06feba2db2c77e0bff4a24662b20c70/freiwilliges-engagement-junger-menschen-data.pdf> (abgerufen am 07.01.2025).

²¹ Die erheblichen Diskrepanzen bei den Anteilen der Engagierten in der vorliegenden Studie und im Freiwilligensurvey sind vermutlich zu einem großen Teil auf unterschiedliche Abgrenzungen des Engagement-Begriffs zurückzuführen.

²² Da nahezu alle Auszubildenden aus der Region kommen, ist eine Differenzierung nach regionaler Herkunft nicht möglich.

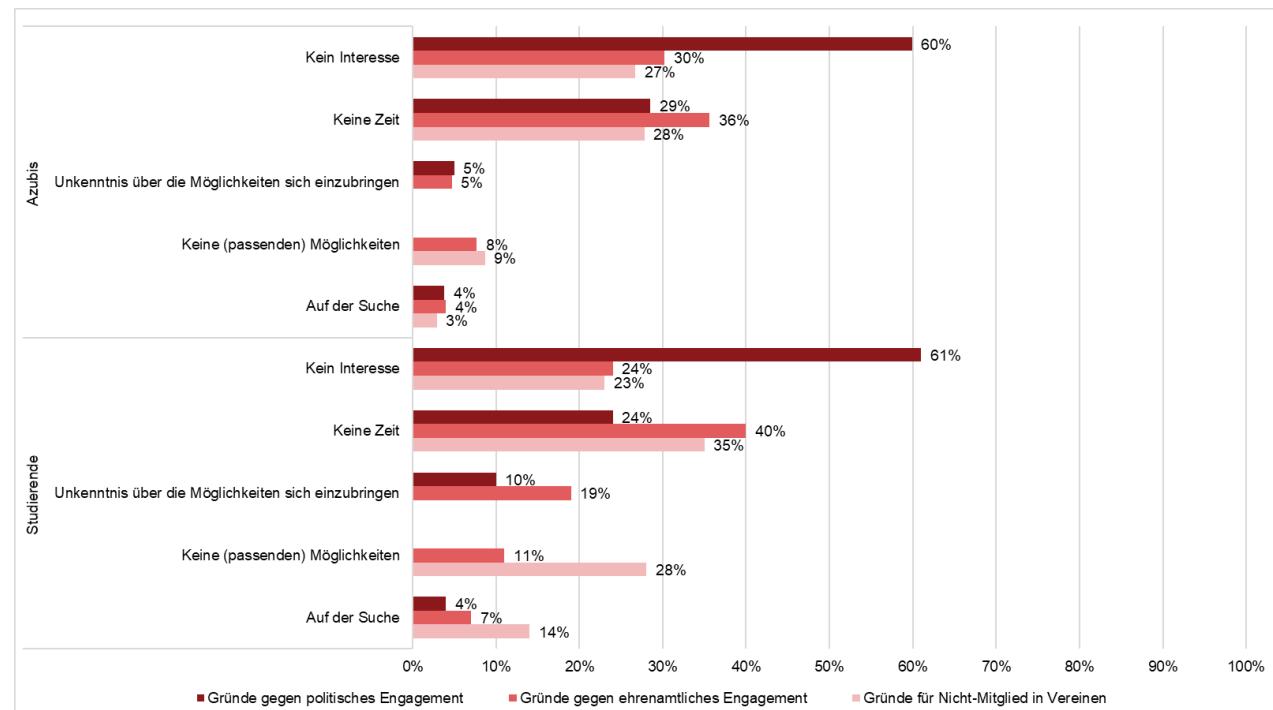
aktiv als Frauen. Je kurzfristiger und spontaner das Engagement ist, desto häufiger sind auch Frauen grundsätzlich interessiert, die öfter Zeitmangel als Hindernis nennen. Die Tatsache, dass Männer im freiwilligen Engagement stärker vertreten sind, stimmt mit den Ergebnissen sowohl des vierten als auch des fünften Deutschen Freiwilligensurvey überein. 2017 waren in der Gruppe der 14 bis 25-Jährigen Engagierten 51% männlich und 47% weiblich (BMFSFJ, 2017, S. 13). 2019 ist der Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Engagierten zwar geringer als in den Jahren zuvor, jedoch immer noch vorhanden (Simonson et al., 2021, S. 16²³). Dies betrifft insbesondere auch die Übernahme von Leitungs- und Vorstandsfunktionen (a.a.O., S. 33).

Wenn man davon ausgeht, dass Vereinsmitgliedschaften und ehrenamtliches Engagement zur regionalen Integration beitragen können, stellt sich die Frage, was Auszubildende und Studierende daran hindert: Studierende wie Auszubildende ohne regionale Vereinsmitgliedschaft geben am häufigsten an, keine Zeit dafür zu haben. Dies deckt sich auch mit dem Ergebnis der Sonderauswertung des vierten Deutschen Freiwilligensurveys – an erster Stelle wird sowohl von Auszubildenden als auch von Studierenden die fehlende Zeit genannt (BMFSFJ, 2017, S. 32). Bei Auszubildenden wird mangelndes Interesse fast genauso häufig genannt, während Studierende als zweithäufigsten Grund einen Mangel an (passenden) Möglichkeiten nennen. Auch als Hauptgrund für fehlendes ehrenamtliches Engagement geben beide Gruppen einen Mangel an Zeit an, gefolgt von fehlendem Interesse. Fast jeder fünfte Studierende nennt ein Informationsdefizit über Möglichkeiten sich zu engagieren; am häufigsten wird dieser Grund zwar von zugezogenen Studierenden genannt, jedoch auch von 16% bzw. 13% der stationären Studierenden bzw. der Pendler. Ehrenamtliches politisches Engagement findet sich nur bei wenigen Befragten. Als Grund dafür wird überwiegend fehlendes Interesse genannt. Auch im Deutschen Freiwilligensurvey 2019 geben nur 3% der Befragten an, sich politisch zu engagieren (Simonson et al., 2021, S. 22).



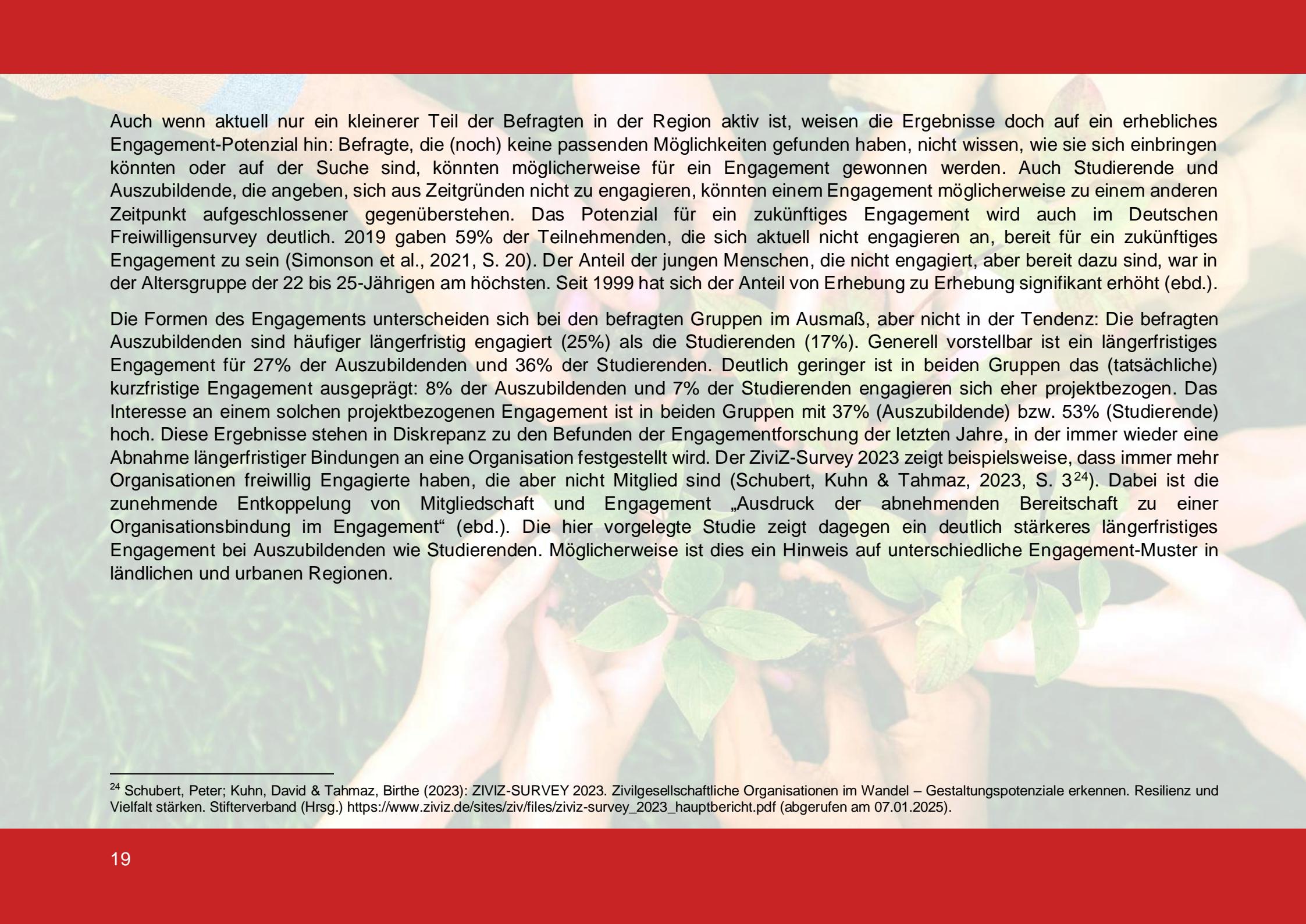
²³ Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Karnick, Nora; Arriagada, Céline; Hagen, Christine; Hameister, Nicole; Huxhold, Oliver & Tesch-Römer, Clemens (2021): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019). BMFSFJ (Hrsg.) <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/176836/7dfffa0b4816c6c652fec8b9eff5450b6/freiwilliges-engagement-in-deutschland-fuenfter-freiwilligensurvey-data.pdf> (abgerufen am 07.01.2025).

Zusammenfassend scheinen Auszubildende insgesamt besser informiert zu sein und sich eher aus zeitlichen Gründen oder mangelndem Interesse gegen ein Engagement bzw. eine Vereinsmitgliedschaft zu entscheiden, während bei Studierenden Informationsdefizite bzw. ein Mangel an geeigneten Möglichkeiten eine größere Rolle spielen. Diese Ergebnisse unterscheiden sich von denen des vierten Deutschen Freiwilligensurveys. Die Antwortmöglichkeit, dass junge Menschen nicht wissen, wohin sie sich wenden können, wurde dort mit 25% im Gegensatz zu 18% von den Auszubildenden häufiger angegeben. Eine pauschale Aussage, ob Auszubildende oder Studierende besser über mögliche Anlaufstellen Bescheid wissen, ist also schwierig zu treffen.



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (Studierende - n= 334-430 und Auszubildende - n=1.117-1121)
 Sind Sie Mitglied in einem Verein in der Region? Engagieren Sie sich in der Region ehrenamtlich? Engagieren Sie sich in der Region politisch?

Abbildung 5: Genannte Gründe gegen Engagement in der Region (Die Balken, die in der Abbildung fehlen, standen den Teilnehmern nicht als Antwortmöglichkeit zur Verfügung. Zum Beispiel gab es bei den Gründen gegen politisches Engagement nicht die Möglichkeit „Keine (passenden) Möglichkeiten“ auszuwählen.)



Auch wenn aktuell nur ein kleinerer Teil der Befragten in der Region aktiv ist, weisen die Ergebnisse doch auf ein erhebliches Engagement-Potenzial hin: Befragte, die (noch) keine passenden Möglichkeiten gefunden haben, nicht wissen, wie sie sich einbringen könnten oder auf der Suche sind, könnten möglicherweise für ein Engagement gewonnen werden. Auch Studierende und Auszubildende, die angeben, sich aus Zeitgründen nicht zu engagieren, könnten einem Engagement möglicherweise zu einem anderen Zeitpunkt aufgeschlossener gegenüberstehen. Das Potenzial für ein zukünftiges Engagement wird auch im Deutschen Freiwilligensurvey deutlich. 2019 gaben 59% der Teilnehmenden, die sich aktuell nicht engagieren an, bereit für ein zukünftiges Engagement zu sein (Simonson et al., 2021, S. 20). Der Anteil der jungen Menschen, die nicht engagiert, aber bereit dazu sind, war in der Altersgruppe der 22 bis 25-Jährigen am höchsten. Seit 1999 hat sich der Anteil von Erhebung zu Erhebung signifikant erhöht (ebd.).

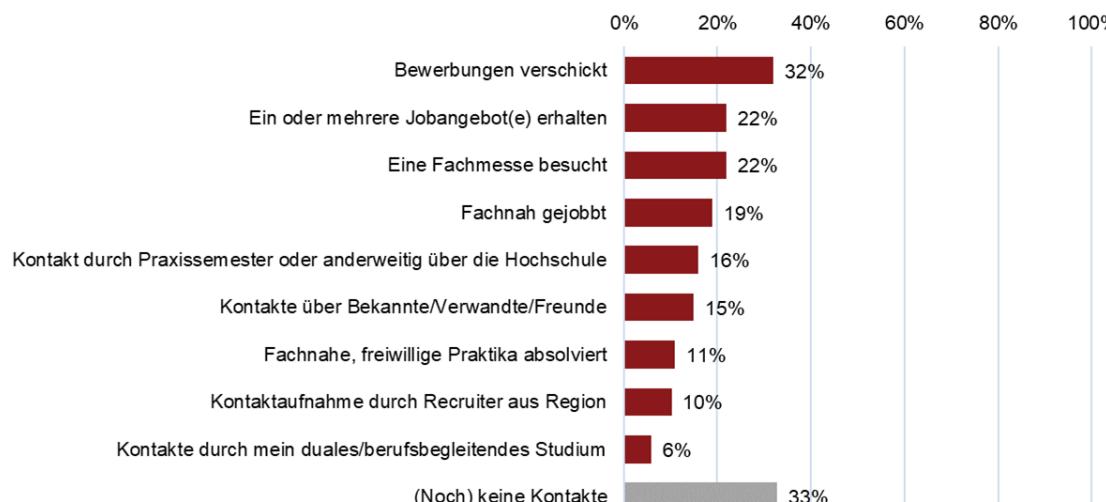
Die Formen des Engagements unterscheiden sich bei den befragten Gruppen im Ausmaß, aber nicht in der Tendenz: Die befragten Auszubildenden sind häufiger längerfristig engagiert (25%) als die Studierenden (17%). Generell vorstellbar ist ein längerfristiges Engagement für 27% der Auszubildenden und 36% der Studierenden. Deutlich geringer ist in beiden Gruppen das (tatsächliche) kurzfristige Engagement ausgeprägt: 8% der Auszubildenden und 7% der Studierenden engagieren sich eher projektbezogen. Das Interesse an einem solchen projektbezogenen Engagement ist in beiden Gruppen mit 37% (Auszubildende) bzw. 53% (Studierende) hoch. Diese Ergebnisse stehen in Diskrepanz zu den Befunden der Engagementforschung der letzten Jahre, in der immer wieder eine Abnahme längerfristiger Bindungen an eine Organisation festgestellt wird. Der ZiviZ-Survey 2023 zeigt beispielsweise, dass immer mehr Organisationen freiwillig Engagierte haben, die aber nicht Mitglied sind (Schubert, Kuhn & Tahmaz, 2023, S. 3²⁴). Dabei ist die zunehmende Entkoppelung von Mitgliedschaft und Engagement „Ausdruck der abnehmenden Bereitschaft zu einer Organisationsbindung im Engagement“ (ebd.). Die hier vorgelegte Studie zeigt dagegen ein deutlich stärkeres längerfristiges Engagement bei Auszubildenden wie Studierenden. Möglicherweise ist dies ein Hinweis auf unterschiedliche Engagement-Muster in ländlichen und urbanen Regionen.

²⁴ Schubert, Peter; Kuhn, David & Tahmaz, Birthe (2023): ZIVIZ-SURVEY 2023. Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken. Stifterverband (Hrsg.) https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_hauptbericht.pdf (abgerufen am 07.01.2025).

3.4. Berufliche Perspektiven in der Region

Aktuelle regionale Unternehmenskontakte der Studierenden und Auszubildenden

Da die Auszubildenden alle bereits in einem Ausbildungsbetrieb tätig sind, stellt sich die Frage nach aktuellen Unternehmenskontakten in der Region nur für Studierende. Zwei Drittel von ihnen haben bereits derartige Kontakte: Am häufigsten wurden bereits Bewerbungen verschickt, Jobangebote erhalten und Fachmessen besucht.



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (n= 463)
Frage 17: Hatten Sie bereits Kontakt zu (potenziellen) Arbeitgebern in der Region? /Frage 18: Kontaktaufnahme durch (lokale) Recruiter

Abbildung 6: Regionale Unternehmenskontakte bei den Studierenden

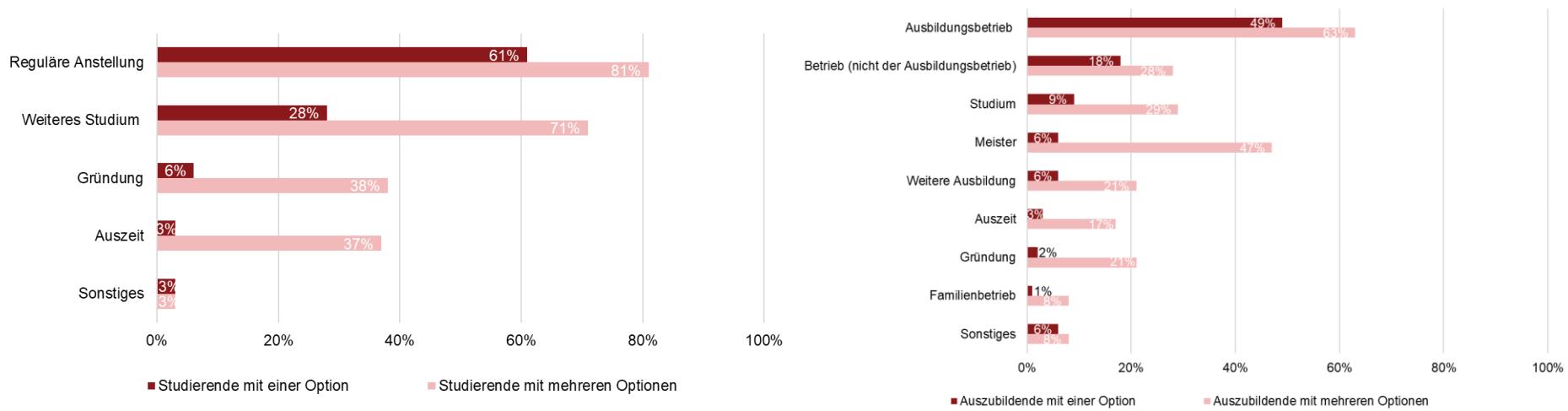
Nur 10% geben an, dass es bereits Kontakt zu Recruitern aus der Region gab. Dieses Ergebnis ist unabhängig von der Studienphase. Ein Drittel der befragten Studierenden hat keinen Kontakt zu regionalen Unternehmen; dies gilt auch für Studierende in einer fortgeschrittenen Phase des Studiums, auch wenn die Kontakte über das Praxissemester bzw. die Hochschule im Laufe des Studiums zunehmen.²⁵

²⁵ Bei Studierenden in den ersten Semestern liegt der Anteil derjenigen ohne regionale Unternehmenskontakte bei 45%.

Berufliche Pläne nach dem Studium bzw. der Ausbildung

Nahezu alle Studierenden und fast 90% der Auszubildenden haben sich bereits Gedanken gemacht, wie es nach dem Studium bzw. der Ausbildung weitergehen soll. Bei den Studierenden nennt etwa die Hälfte *eine* konkrete Option, am häufigsten den Übergang in eine reguläre Beschäftigung (61%), sehr viel seltener ein weiteres Studium/Promotion (28%), Gründung bzw. Selbstständigkeit (6%), Auszeit oder Sonstiges (jeweils 3%). Bei den Auszubildenden geben 59% *eine* konkrete Option an: Knapp die Hälfte von ihnen (49%) will im Ausbildungsbetrieb bleiben, weitere 18% möchten in reguläre Beschäftigung übergehen, aber nicht im Ausbildungsbetrieb, 9% möchten studieren, jeweils 6% streben eine weitere Ausbildung oder die Weiterbildung zum Meister an, sich selbstständig machen bzw. gründen wollen 2%, im Familienbetrieb arbeiten bzw. diesen zu übernehmen plant 1%. Weitere 3% planen eine Auszeit oder haben sonstige Pläne (6%).

Betrachtet man die Studierenden bzw. Auszubildenden, die *mehrere* Optionen für die Zeit nach dem Studium bzw. der Ausbildung in Erwägung ziehen, verändert sich das Bild, wie Abbildung 7 zeigt: Weiterbildungen (weiteres Studium, Promotion, weitere Ausbildung, Meister) gewinnen dann sehr stark an Bedeutung, ebenso Gründungsvorhaben bzw. Selbstständigkeit.



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (n= 161-196); Mehrfachantworten
Frage 35: Haben Sie schon Pläne, wie es nach dem Studium weitergehen soll?

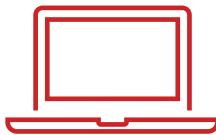
Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (n= 413-592); Mehrfachantworten
Frage 7: Was hast du vor, wenn du deine Ausbildung abgeschlossen hast?

Abbildung 7: Pläne nach dem Studium bzw. der Ausbildung (Mehrfachantworten)

In der Abbildung wird deutlich, dass es insbesondere für Gründungen und Weiterqualifizierungen ein großes Potential gibt, d.h. viele Studierende und Auszubildende können sich das als eine Möglichkeit nach ihrem Abschluss vorstellen.

Bezüglich der Fachrichtung gibt es deutliche Unterschiede zwischen gründungsinteressierten Studierenden und Auszubildenden: Studierende aus wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten sind häufiger interessiert als Studierende aus technischen Fakultäten.

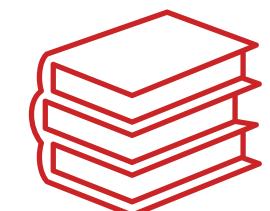
Gründungsinteressierte Auszubildende finden sich dagegen zu ungefähr gleichen Anteilen in allen Fachbereichen.



Sowohl in Ansbach als auch in Amberg und Weiden gibt es ein breites Angebot zur Unterstützung von Gründungsaktivitäten, wie beispielsweise Gründerzentren, Coworking Spaces und Gründungsberatungen durch mehrere Stellen. Dennoch äußern gründungsinteressierte Studierende oft den Wunsch nach Förderung im Bereich Neugründungen, Unternehmensansiedlungen, Start-Up-Kultur und Coworking Spaces. Hier scheint möglicherweise ein Informationsdefizit bei Studierenden vorzuliegen.

Im Bereich der Weiterqualifikationen verändern sich sowohl bei Auszubildenden als auch bei Studierenden die Vorstellungen im Laufe der Zeit, wie es nach dem Abschluss weitergehen soll: Auszubildende, die erst am Beginn ihrer Ausbildung sind, geben deutlich häufiger an, eine Weiterqualifikation zum Meister anzustreben als Auszubildende kurz vor dem Abschluss (29% zu 15%).

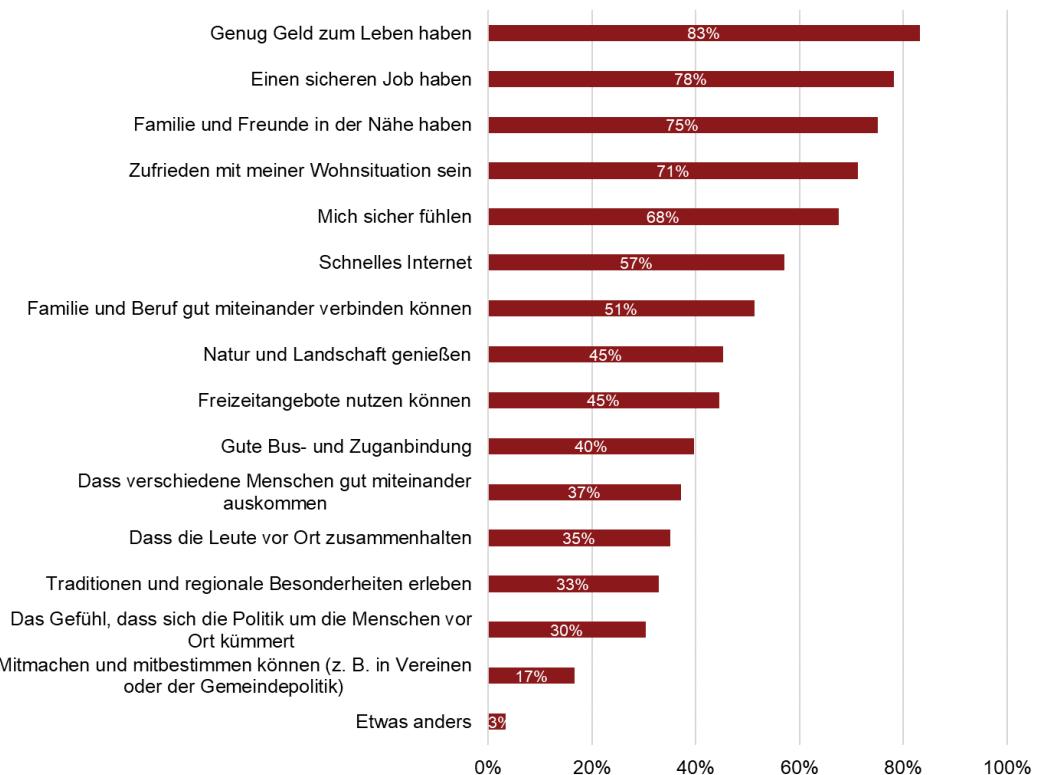
Dafür nimmt mit der Dauer der Ausbildung die Bindung an den Betrieb zu, wenn auch nicht signifikant: 52% der Auszubildenden, die kurz vor dem Abschluss stehen, wollen im Ausbildungsbetrieb bleiben; bei den Jugendlichen, die am Anfang ihrer Ausbildung stehen, sind es 46%. Entsprechend nimmt auch der Wunsch, nach Abschluss in einem anderen Betrieb zu arbeiten ab, von 24% auf 14%.



Anders als bei den Auszubildenden nimmt bei den Studierenden der Wunsch nach Weiterqualifikation mit der Dauer des Studiums zu: Studierende, die im Studium weit fortgeschritten sind, möchten mit 50% etwas häufiger weiter studieren (z.B. weiteres Studium, Master, Promotion) als Studierende in einer früheren Phase des Studiums (43%).

3.5. Bleibeorientierung: Wichtigkeit regionaler Merkmale

Studierende wie Auszubildende wurden gebeten, für verschiedene Kriterien anzugeben, wie wichtig ihnen diese sind, um in der Region zu bleiben. Dabei wurden zum Teil identische, zum Teil verschiedene Kriterien abgefragt, um den unterschiedlichen Lebenssituationen der Auszubildenden und Studierenden Rechnung zu tragen. Zusätzlich konnten beide Gruppen weitere Kriterien selbst formulieren

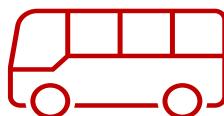


Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (n= 1.098); Mehrfachantworten
Frage 18: Was ist wichtig, damit du in deiner Region bleiben möchtest?

Abbildung 8: Wichtigkeit regionaler Merkmale bei den Auszubildenden

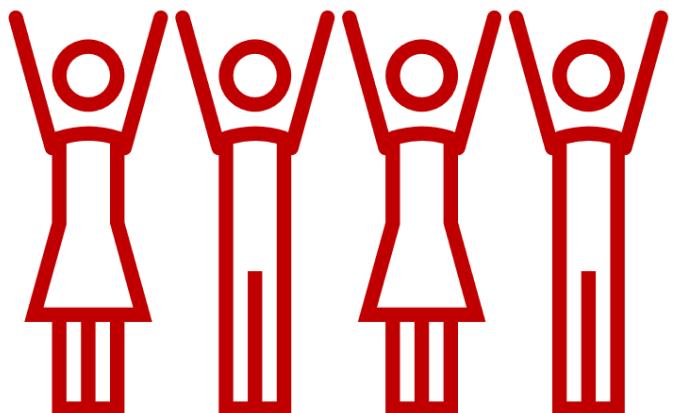
Die erhobenen Daten zur Wichtigkeit verschiedener Kriterien zeigen bei den **Auszubildenden** eine deutliche Priorisierung (Abbildung 8). So sind es vor allem Bereiche, die in den persönlichen Lebensbereich der jungen Menschen fallen, denen sie besondere Wichtigkeit beimessen. So wurden beispielsweise die Auswahlmöglichkeiten „Genug Geld zum Leben haben“ von 83% der Auszubildenden sowie eng damit verbunden „Einen sicheren Job haben“ von 78% als sehr wichtig bewertet. Ebenfalls sehr wichtig sind den jungen Menschen Familie und Freunde vor Ort (75%). Diese Nähe wird in den offenen Nennungen zu den positiven Aspekten ebenfalls häufig genannt. Auch die Zufriedenheit mit der Wohnsituation (71%) und das individuelle Sicherheitsgefühl vor Ort (68%) sind von hoher Bedeutung. 57% ist eine schnelle Internetverbindung sehr wichtig und etwa der Hälfte (51%) die Möglichkeit, Familie und Beruf miteinander verbinden zu können. Mit jeweils 45% Prozent bewerten die befragten Auszubildenden „Natur und Landschaft genießen“ und „Freizeitangebote nutzen zu können“ als sehr wichtig, um in der Region zu bleiben.

Interessant ist dies vor dem Hintergrund der von den Befragten selbst formulierten Angaben: Auch dort erwähnen besonders viele Auszubildende positiv die ländliche und naturnahe Umgebung sowie daraus resultierende Ruhe und Entspannung. Andererseits monieren die Auszubildenden einen Mangel an Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche. Sie machen diesbezüglich beispielsweise Vorschläge für mehr Treffpunkte für Jugendliche oder mehr altersgerechte Angebote am Abend.



Nur 40% der befragten Auszubildenden bewerten eine gute Bus- und Zuganbindung als sehr wichtig, um in ihrer Region zu bleiben. Obwohl dieser Aspekt von weniger als der Hälfte der Befragten als wichtig für einen Verbleib in der Region erachtet wird, beklagen viele Befragte bei den selbst formulierten Anmerkungen zur Region fehlende oder unzureichende ÖPNV-Verbindungen und wünschen sich hier eine Verbesserung. Eine Erklärung für diese Diskrepanz wäre, dass in ländlichen Regionen eine flexible Mobilität ohne motorisierten Individualverkehr nur eingeschränkt möglich ist und die Auszubildenden in diesem Bewusstsein auch aufwachsen und geprägt sind. Ein eigener Pkw bei den Volljährigen oder das „Elterntaxi“ ist in ländlichen Räumen für die meisten Jugendlichen „normal“ und dieses Bewusstsein könnte die geringere Bedeutung einer guten Bus- und Zuganbindung erklären.

Die Bedeutung von Gemeinschaft und Traditionen für ihre persönliche Bleibeorientierung bewerten nur etwas mehr als ein Drittel der Auszubildenden als sehr wichtig. So geben 37% der Befragten an, „dass verschiedene Menschen gut miteinander auskommen“ und „dass die Leute vor Ort zusammenhalten“ (35%) sehr wichtig für sie sind. 33% der Auszubildenden geben an, dass „Traditionen und regionale Besonderheiten“ wichtig für das Bleiben vor Ort ist. Die geringere Priorisierung der drei genannten Kriterien bedeutet jedoch nicht, dass den Jugendlichen der Zusammenhalt grundsätzlich unwichtig ist. Vielmehr liegt die Vermutung nahe, dass die vorgegebenen Kriterien alterstypisch in anderen Ausprägungen für Jugendliche wichtig sind. Dass sie also zum Beispiel nicht in erster Linie dem guten Auskommen mit den Nachbarn im Ort, sondern eher der Gemeinschaft mit Gleichaltrigen einer höheren Bedeutung beimessen. In den offenen Antworten zu den positiven Aspekten der Region nennen die Auszubildenden beispielsweise, dass die Menschen nett sind, dass man einander hilft, dass man sich kennt. Diese Nennungen zeigen, dass die Auszubildenden durchaus diese Ausprägungen von Zusammenhalt und sozialem Miteinander im ländlichen Raum schätzen.



Fast ein Drittel (30%) der befragten Jugendlichen geben an, dass es ihnen für die Bleibeorientierung sehr wichtig ist, dass sich die „Politik um die Menschen vor Ort kümmert“. Dagegen geben lediglich 17% an, dass es für sie selbst sehr wichtig ist, „vor Ort mitzumachen und mitbestimmen zu können“. Dieser vergleichsweise niedrige Anteil wirft die Frage auf, ob dies auch als ein Indikator betrachtet werden kann, dass es mehr auf Jugendliche zugeschnittene Partizipationsmöglichkeiten bedarf. Während das aktuelle Angebot an Freizeitaktivitäten nicht nur kritisiert, sondern auch zahlreiche Vorschläge für eine Verbesserung gemacht werden, finden sich in den offenen Antworten nahezu keine Nennungen zum Thema Partizipation – weder zu ehrenamtlichem Engagement im Allgemeinen noch speziell zu politischem Engagement. Daraus kann aber nicht zwingend auf fehlendes Interesse geschlossen werden: Möglicherweise ist vor allem politische Partizipation für die Jugendlichen zu weit von ihren Alltagserfahrungen entfernt und die Vorstellung, sich hier selbst zu engagieren zu abstrakt – ähnlich wie beim Thema Zusammenhalt. Beim ehrenamtlichen Engagement deckt sich der Anteil der Befragten, denen es wichtig ist, hier mitzumachen nahezu mit den Anteilen der Personen, die tatsächlich aktiv sind (Studierende: 21%, Auszubildende: 18%).



Studierende wurden nicht nur nach der Wichtigkeit regionaler Merkmale gefragt, sondern auch wie zufrieden sie mit diesen sind. Die Abbildungen 9 und 10 zeigen die unterschiedlichen Kombinationen von Wichtigkeit und Zufriedenheit. Interessant sind dabei insbesondere der Quadrant I und der Quadrant IV. Der erste Quadrant zeichnet sich durch hohe Werte in Zufriedenheit (besser als „befriedigend“) und Wichtigkeit („wichtig“) aus. Der vierte Quadrant zeichnet sich durch geringe Werte bei der Zufriedenheit bei gleichzeitig hohen Werten bei der Wichtigkeit aus. Davon betroffene Bereiche weisen demnach Verbesserungspotential auf.

In der folgenden Abbildung werden Wichtigkeit und Grad der Zufriedenheit mit den Bereichen „Arbeitsmarktsituation (AS)“, „Wohnungsmarkt (WS)“ und „Verkehr“ dargestellt.



Abbildung 9: Zufriedenheit und Wichtigkeit verschiedener Bereiche - Teil I

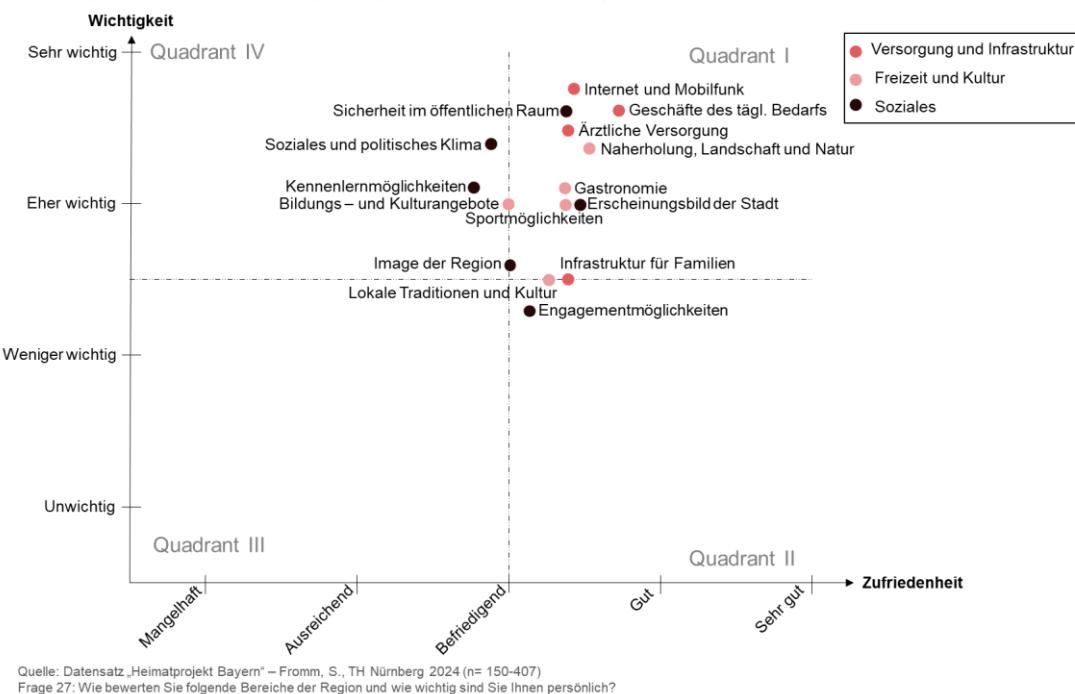
Wie der Abbildung zu entnehmen ist, haben die Bereiche *Arbeitsmarktsituation* und *Wohnungsmarkt* eine hohe Priorität für die befragten Studierenden. Besonders wichtig ist die Arbeitsmarktsituation im jeweiligen Fachgebiet, gleichzeitig sind die Studierenden damit aber häufig nicht zufrieden. Positiver wird der regionale Arbeitsmarkt im Allgemeinen bewertet. Hier kommt die Passung der regionalen Branchenstruktur mit den angebotenen Studiengängen zum Tragen: Studierende, für deren Fachgebiet es am Hochschulstandort keine oder nur wenige passende Unternehmen gibt, bewerten die Arbeitsmarktperspektiven deutlich kritischer als andere Studierende.

Die Situation am Wohnungsmarkt wird als befriedigend eingestuft, sowohl was den Wohnungsmarkt im Allgemeinen als auch was die Situation von Studierenden angeht. Gleichzeitig kritisieren die Befragten vor allem erhöhte Preise und ein geringes Angebot.

Die Studierenden konnten zusätzlich angeben, welche Entwicklungen sie in den kommenden fünf Jahren für die Region erwarten: Etwa die Hälfte der Befragten erwartet eine positive Entwicklung des Arbeitsmarktes, an eine positive Entwicklung des Wohnungsmarktes glaubt ein Viertel der Befragten.

Neben der Wohnungs- und Arbeitsmarktsituation spielt bei den Studierenden auch der *Verkehr* eine Rolle – allen voran der öffentliche Nahverkehr. Dieser wird als wichtig eingeschätzt, gleichzeitig sind die Studierenden damit aber nicht zufrieden. Bei den offenen Antworten zu den Nachteilen der Region werden hier häufig eine zu seltene Taktung, lange Wartezeiten und eine schlechte Anbindung – auch an umliegende Dörfer – genannt. Diese Bewertung geben nicht nur die Pendler aus der Region ab, sondern auch die stationären Studierenden und die Zugezogenen. Positiv bewertet wird dagegen vielfach die Anbindung an andere Städte.

Die folgende Abbildung zeigt die Bewertung der Bereiche „Versorgung und Infrastruktur“, „Freizeit und Kultur“ und „Soziales“.



Das Thema *Versorgung und Infrastruktur* ist ein wichtiger Bereich für die befragten Studierenden, allem voran die digitale Infrastruktur. Darüber hinaus haben auch die Geschäfte des täglichen Bedarfs und die ärztliche Versorgung eine hohe Relevanz. Die Zufriedenheit der Befragten mit diesen Bereichen ist befriedigend bis gut, zudem erwarten knapp 60% hier auch in den kommenden Jahren eine positive Entwicklung.

Möglichkeiten der Naherholung, Landschaft und Natur empfinden die Studierenden im Bereich *Freizeit und Kultur* als besonders wichtig und sind damit zeitgleich auch sehr zufrieden. Das lässt sich auch den offenen Antworten entnehmen. Dort erwähnen viele Studierende bei den Vorteilen ihrer Region positiv die Nähe zur Natur, die Landschaft, den ländlichen Charakter, die Ruhe, die vielen Grünflächen.

Abbildung 10: Zufriedenheit und Wichtigkeit verschiedener Bereiche - Teil II

Bildungs- und Kulturangebote dagegen werden ebenfalls als wichtig (wenn auch etwas weniger wichtig) angesehen, jedoch nur als befriedigend bewertet. Kritisiert wird vor allem ein Mangel an Bildungs- und Freizeitangeboten. Wie bei den Engagement-Möglichkeiten oder der Gründungsförderung wäre hier zu prüfen, wie gut die Studierenden über vorhandene Angebote informiert sind. Die interviewten Experten weisen in diesem Zusammenhang auf eine Diskrepanz zwischen vorhandenen Angeboten und deren Wahrnehmung durch die Zielgruppe hin.

Im Bereich *Soziales* messen die Studierenden der Sicherheit im öffentlichen Raum und dem sozialen und politischen Klima große Bedeutung bei. Während sie mit ersterem eher zufrieden sind, wird das soziale und politische Klima deutlich schlechter bewertet. Dies gilt nicht nur für die aktuelle Bewertung: Auch für die Zukunft erwarten nur 21% der Befragten hier eine positive Entwicklung. In den offenen Antworten werden folgende Aspekte genannt: Ein als gering wahrgenommenes Mitspracherecht junger Menschen, konfligierende politische Einstellungen und Radikalisierungen sowie mangelnde Aufgeschlossenheit und eine geringe Offenheit für Neues. Die Bewertung der Studierenden unterscheidet sich dabei nicht nach ihrer sozialen Einbindung, den Kontakten an der Hochschule oder nach regionaler Herkunft. Dennoch ist auffallend, dass Studierende, denen das soziale und politische Klima unwichtig ist, häufig eine schlechte Note bei der Zufriedenheit abgeben. Die Fallzahlen sind hier allerdings sehr gering ($n < 20$). Besonders interessant ist die Bewertung des politischen Klimas vor dem Hintergrund, dass nur sehr wenig Befragte selbst politisch engagiert sind.

Das Interesse an Politik und die mangelnde Zufriedenheit mit dem wahrgenommenen politischen Klima münden also kaum in eigenes politisches Engagement.

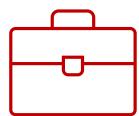
Nachdem bisher die Kriterien, die für einen Verbleib in der Region wichtig sind, getrennt für Auszubildende und Studierende dargestellt wurden, werden abschließend die Kriterien noch einmal aufgegriffen und vergleichend zusammengefasst, die für **beide Gruppen** von großer Bedeutung sind. Ergänzt wird die Bewertung der vorgegebenen Kriterien durch die von den Befragten selbst formulierten Kommentaren zu den Vorzügen bzw. Nachteilen ihrer Region.



Wie zu erwarten, sind für Auszubildende wie Studierende Arbeits- und Wohnungsmarkt von großer Bedeutung. Ausschließlich Studierende haben zu beiden Themen auch eigene Anmerkungen formuliert, vermutlich weil sie sich mit beiden Themen in ihrer aktuellen Situation aktiver auseinandersetzen müssen: Sie mussten vielfach für ihr Studium umziehen bzw. wohnen schon aufgrund ihres Alters häufiger nicht mehr bei den Eltern. Anders als die Auszubildenden, die



zumindest aktuell in einen Betrieb integriert sind, müssen sie sich zudem auch stärker mit dem regionalen Arbeitsmarkt auseinandersetzen, sofern sie es sich vorstellen können, in der Region zu bleiben. Auch die soziale Einbindung ist für beide Gruppen von Befragten von großer Bedeutung: Drei Viertel der Auszubildenden ist es wichtig, dass Familie bzw. Freunde in der Nähe sind. Bei den Studierenden kann das Motiv der Heimatnähe bei der Entscheidung für den Studienort als Indikator angesehen werden: knapp die Hälfte der Befragten nannte dieses Motiv.



Von hoher Relevanz sind für Auszubildende wie Studierende die Bereiche Versorgung und Verkehr, allen voran die digitale Infrastruktur. Der öffentliche Nahverkehr hat bei den Auszubildenden zwar eine geringere Wichtigkeit, beide Gruppen monieren allerdings mangelnde Bus- und Bahnverbindungen. Nur Studierende wurden nach der Wichtigkeit von und der Zufriedenheit mit Geschäften des täglichen Bedarfs und der ärztlichen Versorgung gefragt.



Auszubildende nannten als positive Aspekte ihrer Region aber häufig, dass „alles in der Nähe ist“. Damit sind beispielsweise Einkaufsmöglichkeiten und Geschäfte gemeint.

Freizeitangebote sind beiden Gruppen eher wichtig, und beide Gruppen von Befragten wünschen sich mehr altersgerechte Freizeitangebote. Das Thema Engagement²⁶ ist beiden Gruppen weniger wichtig – dazu gibt es auch keine weiteren Kommentare und Anmerkungen.

Bemerkenswert ist die hohe Bedeutung, die beide Gruppen von Befragten dem Thema Sicherheit beimessen. Auszubildende konnten dazu das Kriterium „mich sicher fühlen“ bewerten, Studierende das Kriterium „Sicherheit im öffentlichen Raum“. Die hohe Relevanz des Themas stimmt auch mit den aktuellen Ergebnissen der Shell-Studie 2024 mit 2.509 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren überein. Dort wird das Kriterium „nach Sicherheit streben“ abgefragt und eine erhebliche Zunahme der Zustimmung in den vergangen fünf Jahren konstatiert (2019: 77 %, 2024: 87 %; Shell Deutschland, 2024, S. 20).²⁷



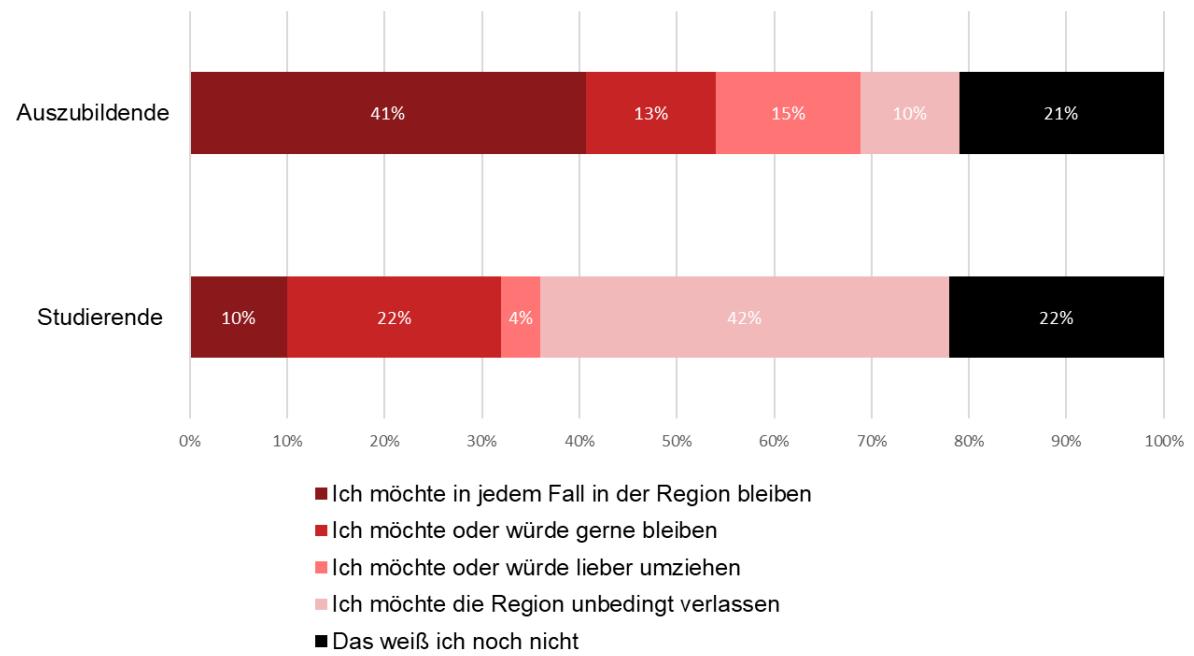
²⁶ Studierende wurden nach „Engagementmöglichkeiten“, Auszubildende nach „Mitmachen und mitbestimmen können“ gefragt.

²⁷ Shell Deutschland (2024): Shell Jugendstudie 2024 Zusammenfassung.

3.6. Bleiben oder Gehen – Was hält junge Menschen in der Region?

Um Aussagen über die Bleibeorientierung der Befragten machen zu können, wurden sie zum einen direkt danach gefragt, was ihnen wichtig ist, um zu bleiben, zum anderen wurde untersucht, wie sich Befragte, die in der Region bleiben wollen von Befragten unterscheiden, die dies nicht vorhaben oder noch unentschlossen sind. Diese Unterschiede können als Hinweise auf Haltefaktoren interpretiert werden. Dabei ist aber zu beachten, dass die Frage der Kausalität nicht beantwortet werden kann: Wenn sich also zum Beispiel zeigt, dass Befragte, die bleiben wollen, häufiger ehrenamtlich engagiert sind, ist keine Aussage darüber möglich, ob sie sich engagieren, weil sie bleiben wollen oder ob das ehrenamtliche Engagement die Bleibeorientierung beeinflusst.

Auszubildende und Studierende unterscheiden sich deutlich hinsichtlich der Bleibeorientierung (Abbildung 11). Während 54% der Auszubildenden in der Region bleiben wollen, sind es bei den Studierenden 32%. Die Region verlassen wollen 25% der Auszubildenden und 46% der Studierenden. Noch unentschlossen, ob sie die Region verlassen werden, sind bei beiden Gruppen ähnlich viele Befragte (21% der Auszubildenden und 22% der Studierenden).



Quelle: Datensatz „Heimatprojekt Bayern“ – Fromm, S., TH Nürnberg 2024 (Studierende: n=370); Auszubildende n=1.121)
Frage 8: Wo möchten Sie nach dem Abschluss des Studiums leben?/Frage 16: Möchtest du gerne in der Region bleiben?

Abbildung 11: Wohnort nach dem Studium/der Ausbildung

Wie unterscheiden sich Befragte, die in der Region bleiben wollen, von denjenigen, die vorhaben wegzugehen bzw. die noch unentschlossen sind?

Regionale Herkunft und Soziodemografie

Bezüglich soziodemografischer Merkmale zeigen sich keine signifikanten Unterschiede in der Bleibeorientierung bei den Studierenden. Bei den Auszubildenden möchten dagegen vor allem die jüngeren und männlichen Befragten häufiger in der Region bleiben.

Deutliche Unterschiede gibt es bei den Studierenden nach ihrer regionalen Herkunft: Studierende, die in der Region bleiben wollen, setzen sich überwiegend aus „Stationären“ (27%) und „Pendlern“ (41%) zusammen. Studierende, die die Region verlassen wollen, sind zu 72% zugezogen. Auch noch unentschlossene Studierende sind meistens zugezogen (51%), gefolgt von „stationären“ Studierenden (31%). Bei den Auszubildenden ist eine Unterscheidung nach Herkunftsgruppen nicht möglich, da lediglich 4% für die Ausbildung umgezogen sind.

Gründe für die Wahl des Ausbildungsortes und berufliche Perspektiven in der Region

Für **Studierende**, die in der Region bleiben wollen, war bereits bei der Entscheidung für den Studienort die Heimatnähe etwas wichtiger als das Studienfachangebot. Studierende, die die Region verlassen wollen, haben sich dagegen deutlich häufiger aufgrund des Studienfachangebot für den Hochschulstandort entschieden.

Zentral für die Entscheidung für oder gegen den Verbleib in der Region sind die wahrgenommenen Perspektiven am Arbeitsmarkt. Das gilt für den Arbeitsmarkt im Fachgebiet ebenso wie für den Arbeitsmarkt im Allgemeinen: Hier gibt es eine Differenz von 17 bis 19 Prozentpunkten in der Bewertung zwischen Studierenden, die bleiben und denen, die gehen wollen. Gleichzeitig ist für Studierende, die die Region verlassen wollen, der regionale Arbeitsmarkt auch von geringster Bedeutung.

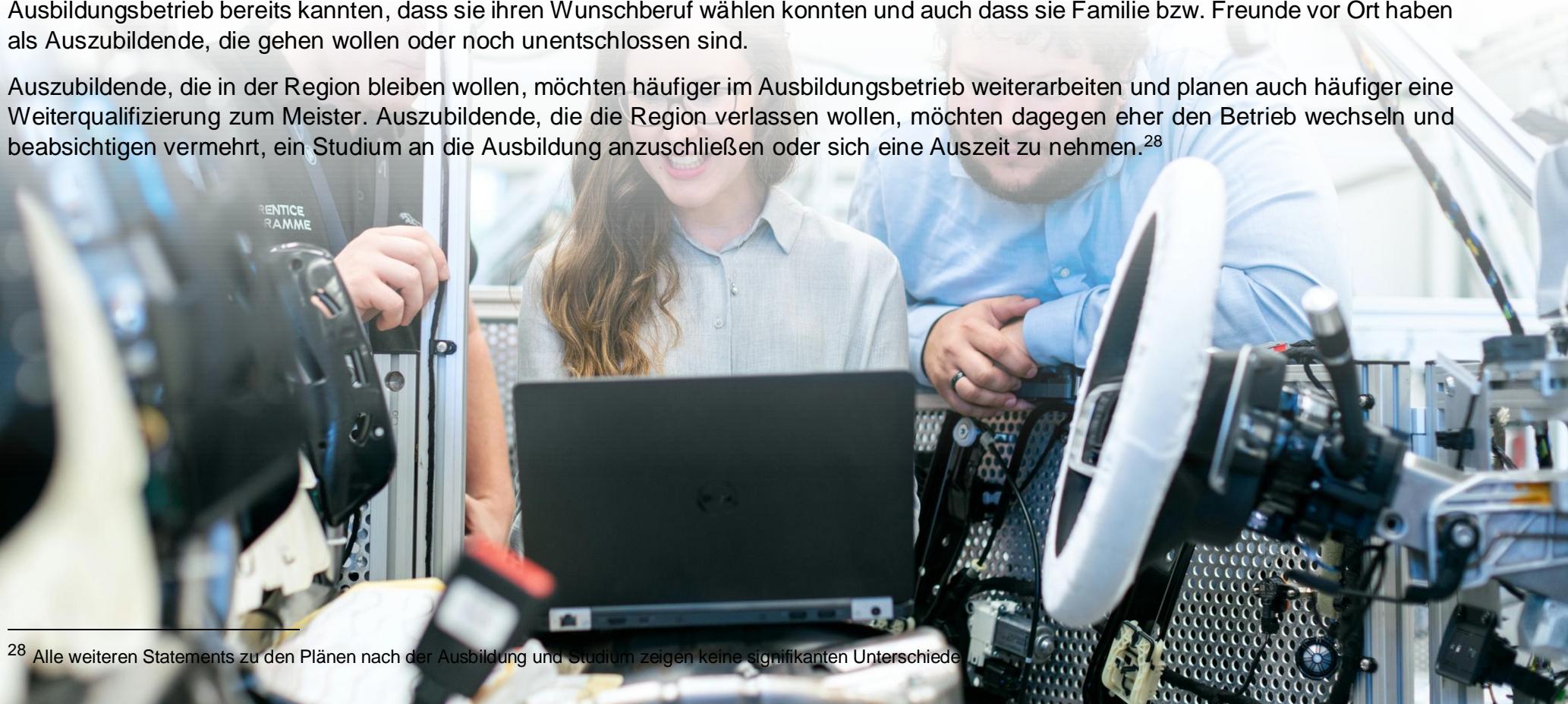
Hinsichtlich der beruflichen Pläne nach dem Studium zeigen sich signifikante Unterschiede in Abhängigkeit von der Bleibeorientierung: Studierende mit Bleibewunsch planen am häufigsten den Übergang in ein reguläres Beschäftigungsverhältnis; Studierende mit Wegzugswunsch dagegen häufiger als andere eine Auszeit.

Für alle befragten **Auszubildenden** spielte die Nähe des Ausbildungsplatzes zum Wohnort eine wichtige Rolle bei ihrer Entscheidung für den Ausbildungsbetrieb; am wenigsten jedoch für Auszubildende, die zum Zeitpunkt der Befragung noch unentschlossen waren, ob

sie in der Region bleiben wollen. Von ihnen nannte nur knapp die Hälfte die Nähe des Ausbildungsbetriebs als wichtigen Grund (bei den Auszubildenden, die die Region verlassen wollen, waren es 63%, bei denjenigen, die bleiben wollen 68%).

In Hinblick auf die Zeit nach dem Abschluss der Ausbildung geben insbesondere Befragte aus den Fachbereichen Gesundheit sowie Wirtschaft und Verwaltung häufiger an, nicht in der Region bleiben zu wollen. Auszubildende aus den technischen Berufen, wie Elektrotechnik, Informatik und Metalltechnik haben häufiger vor zu bleiben. Diese unterschiedlichen Tendenzen zwischen den Fachrichtungen könnten teilweise damit erklärbar sein, dass der Anteil männlicher Auszubildender in den technischen Fachrichtungen dominiert und diese eher in der Region bleiben wollen. Auszubildende mit Bleibewunsch geben zudem häufiger an, dass sie den Ausbildungsbetrieb bereits kannten, dass sie ihren Wunschberuf wählen konnten und auch dass sie Familie bzw. Freunde vor Ort haben als Auszubildende, die gehen wollen oder noch unentschlossen sind.

Auszubildende, die in der Region bleiben wollen, möchten häufiger im Ausbildungsbetrieb weiterarbeiten und planen auch häufiger eine Weiterqualifizierung zum Meister. Auszubildende, die die Region verlassen wollen, möchten dagegen eher den Betrieb wechseln und beabsichtigen vermehrt, ein Studium an die Ausbildung anzuschließen oder sich eine Auszeit zu nehmen.²⁸

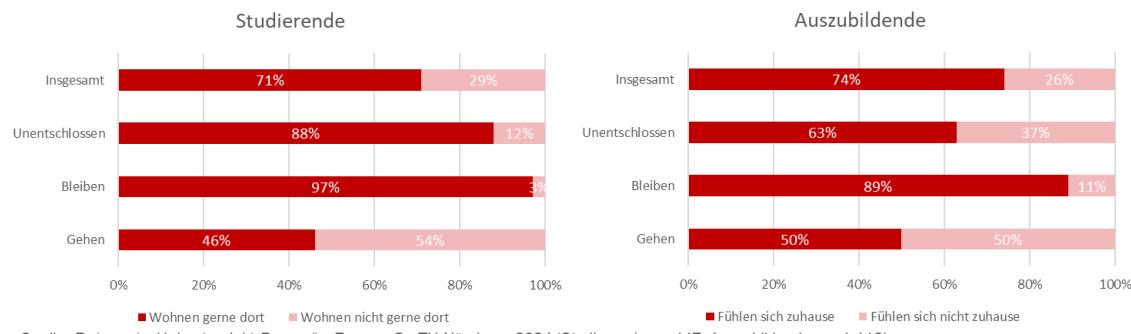


²⁸ Alle weiteren Statements zu den Plänen nach der Ausbildung und Studium zeigen keine signifikanten Unterschiede.

Soziale und emotionale Einbindung in die Region

Sowohl Studierende als auch Auszubildende mit Bleibewunsch sind deutlich stärker durch Freunde und Familie in die Region eingebunden. Sie geben signifikant häufiger an, in einem Verein Mitglied zu sein und engagieren sich deutlich öfter ehrenamtlich.

Fast Dreiviertel der Studierenden und Auszubildenden wohnen gerne in der Region bzw. fühlen sich dort zuhause. Dabei erreichen



Studierende und Auszubildende, die bleiben möchten, deutlich höhere Werte als diejenigen, die die Region verlassen möchten. Während noch unentschlossene Studierende bezüglich des Wohlfühlens in der Region den Studierenden ähnlich sind, die bleiben möchten, ist es bei den Auszubildenden genau umgekehrt. Hier nähern sich die Angaben der Unentschlossenen eher den Auszubildenden, die gehen wollen.

Abbildung 12: Wohlfühlen in der Region

Sowohl bei Studierenden als auch bei Auszubildenden gibt jeweils knapp die Hälfte der Befragten mit Wegzugwunsch an, gerne dort zu wohnen bzw. sich zuhause zu fühlen.

Studierenden, die die Region verlassen wollen, ist die Möglichkeit, außerhalb der Hochschule neue Leute kennenzulernen wichtiger als den anderen Studierenden, gleichzeitig sind sie damit am wenigsten zufrieden. Da der Großteil der Studierenden mit Wegzugwunsch aus Zugezogenen besteht, kann dies als Hinweis auf mangelnde soziale Integration am Studienort interpretiert werden. Studierenden mit Bleibewunsch ist außerdem die Infrastruktur für Familien wichtig, während dieser Aspekt für die anderen beiden Gruppen eine eher untergeordnete Rolle einnimmt.

Für Auszubildende sind neben einem sicheren Job Familie und Freunde in der Nähe am wichtigsten, um in der Region bleiben zu wollen. Auszubildende mit Bleibewunsch messen diesen beiden Faktoren deutlich mehr Wichtigkeit bei, als Unentschlossene und Auszubildende mit Wegzugwunsch. Gleiches gilt für das Gefühl der Sicherheit und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Kultur, Landschaft und lokale Traditionen

Sowohl unentschlossenen Studierenden als auch jenen mit Bleibewunsch sind lokale Traditionen und Kultur, Landschaft und Natur sowie Möglichkeiten zum Engagement deutlich wichtiger als Studierenden, die die Region verlassen wollen. Studierende, die noch unentschlossen sind, sind zudem mit den lokalen oder regionalen Bildungs- und Kulturangeboten sehr viel zufriedener als Studierende, die bleiben (Differenz um 8 Prozentpunkte) oder die Region verlassen wollen (Differenz um 22 Prozentpunkte).

Studierenden mit Bleibewunsch sind deutlich zufriedener mit Landschaft und Natur der Region als die beiden anderen Gruppen und bewerten auch das Image der Region deutlich besser.

Auch Auszubildenden mit Bleibewunsch ist die landschaftliche Umgebung deutlich wichtiger (52%) als Auszubildenden, die gehen wollen (34%) oder noch unentschlossenen sind (39%). Ebenso haben soziale Aspekte wie Zusammenhalt und Traditionen für Auszubildende mit Bleibewunsch eine deutlich höhere Priorität als für die beiden anderen Gruppen.

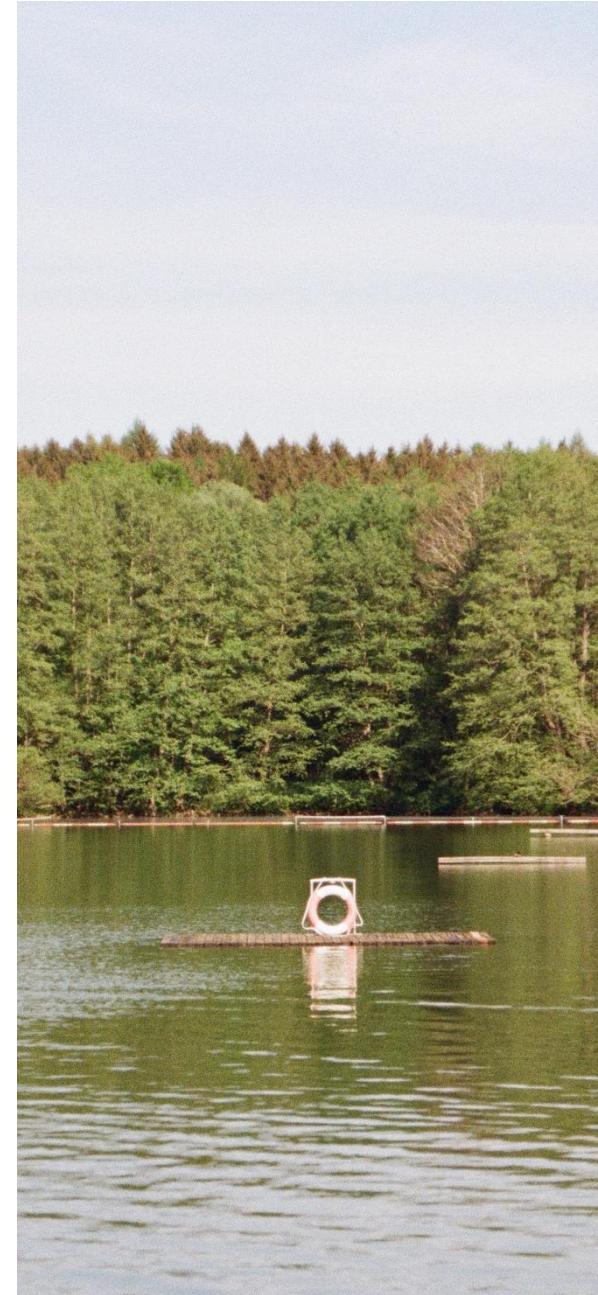
Wohnen und Verkehr

Hinsichtlich der Bedeutung des Wohnungsmarktes zeigen sich Unterschiede nach der Bleibeorientierung der Befragten: Für Studierende mit Wegzugwunsch hat der Wohnungsmarkt eine höhere Wichtigkeit, was darauf zurückgeführt werden kann, dass die meisten von ihnen zum Studium in die Region gezogen sind und dort eine Wohnung finden mussten.

Bei Auszubildenden ist dagegen die Zufriedenheit mit dem Wohnungsmarkt für diejenigen wichtiger, die bleiben wollen, allerdings sind hier die Unterschiede zwischen den Gruppen nicht so stark ausgeprägt.

Der Öffentliche Nahverkehr ist für Studierende mit Wegzugwunsch deutlich wichtiger als für die anderen beiden Gruppen, möglicherweise weil sie kein eigenes Auto zur Verfügung haben. Dafür spricht auch, dass Parkmöglichkeiten für Studierende, die in der Region bleiben wollen (und oft Pendler sind) ein viel wichtigere Rolle spielen.

Auch bei den Auszubildenden ist der ÖPNV für diejenigen, die die Region verlassen wollen wichtiger (47%) als für noch Unentschlossene (35%) oder Auszubildende, die bleiben wollen (37%).



Abschließend werden in den Abbildungen 13 und 14 die zentralen Unterschiede zwischen Befragten, die gehen bzw. bleiben wollen oder aber noch unentschlossen sind getrennt für Studierende und Auszubildende zusammengefasst.

Studierende		
Wer will bleiben?	Wer will gehen?	Wer sind die „Unentschlossenen“?
32% (n=151)	46% (n=223)	22% (n=107)
Herkunft: Überwiegend Pendler (41%) und Stationäre (27%).	Herkunft: Überwiegend Zuzügler (72%).	Herkunft: Überwiegend Zuzügler (51%) und Stationäre (31%).
Studienwahl: Heimatnähe <u>und</u> Fachangebot als zentrale Motive (50%); wobei ausschließliche Orientierung am Fachangebot (21%) seltener ist als Näheorientierung (28%).	Studienwahl: Hauptsächlich am Fachangebot orientiert (68%); Knappes Viertel gehört der Mischgruppe (22%) an und nur jeder Zehnte ist Näheorientiert.	Studienwahl: Fast die Hälfte orientiert sich an Heimatnähe und am Fachangebot (48%), gefolgt von Angebotsorientierung (38%). Lediglich 15% sind Näheorientiert.
Pläne nach dem Studium: Ein reguläres Beschäftigungsverhältnis wird am häufigsten priorisiert.	Pläne nach dem Studium: Deutlich stärkere Tendenz zu einer Auszeit durch Reisen, Jobben oder Praktika als in anderen beiden Gruppen.	Pläne nach dem Studium: Liegen hinsichtlich Festanstellung und Auszeit im Mittelfeld zwischen den Bleibenden und Gehenden; keine weiteren signifikanten Auffälligkeiten.
Soziale Einbindung: Sind am stärksten sozial und regional eingebunden (78%, 83%) und engagieren sich öfter (46%).	Soziale Einbindung: Sind am schwächsten sozial und regional eingebunden (44%, 25%) und deutlich weniger engagiert (24%).	
Engagement: Am meisten aktiv in kurzfristigem (14%) und v.a. langfristigem (30%) Engagement; Potential für kurzfristiges Engagement liegt bei 54%; und 41% für langfristiges Engagement.	Engagement: Größter Anteil an Ablehnern bezüglich kurz- und langfristigem Engagement (47%, 54%) dennoch ist das Potential auf recht hohem Niveau (49%, 38%).	Engagement: Größtes Potential bezüglich kurz- und langfristigem Engagement (74%, 52%); Engagieren sich deutlich öfter langfristig (16% Aktive) als kurzfristig (1% Aktive).
Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> Arbeitsmarkt (Fachgebiet 96%; im Allgemeinen 81%) Landschaft und Natur (93%) Parkmöglichkeiten (85%) Lokale Traditionen und Kultur (61%) Infrastruktur für Familien (61%) Möglichkeiten zum Engagement (48%) 	Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> Wohnraum für Studierende (Verfügbarkeit und Bezahlbarkeit je 94%) Öffentlicher Nahverkehr (86%) 	Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> Landschaft und Natur (93%) Arbeitsmarkt im Fachgebiet (92%) Lokale Traditionen und Kultur (55%) Möglichkeiten zum Engagement (48%)

Abbildung 13: Bleibeorientierung - Zusammenfassung der Gruppen bei Studierenden

Auszubildende		
Wer will bleiben?	Wer will gehen?	Wer sind die „Unentschlossenen“?
54% (n=606)	25% (n=280)	21% (n=235)
Soziodemografie: Eher männlich (60%); eher jüngere (unter 19) und älteste Alterskategorie (22+).	Soziodemografie: Eher weiblich (56%); tendenziell 20-21-Jährige.	Soziodemografie: Eher weiblich (55%); keine Altersunterschiede.
Fachrichtung: Eher Auszubildende aus den technischen Berufen, wie Elektrotechnik, Informatik und Metalltechnik (63% - 66%).	Fachrichtung: Eher Auszubildende aus den Fachbereichen Gesundheit, Wirtschaft und Verwaltung (29% - 31%).	Fachrichtung: Am meisten aus dem Fachbereich Gesundheit (31%).
Pläne nach der Ausbildung: Tendenz im Ausbildungsbetrieb (64%) zu bleiben und stärkerer Wunsch nach Weiterqualifizierung zum Meister (65%).	Pläne nach der Ausbildung: Eher Auszubildende mit dem Wunsch zu studieren (38%), eine Auszeit (47%) zu machen oder in einem anderen Betrieb als dem Ausbildungsbetrieb zu arbeiten (34%).	Pläne nach der Ausbildung: Keine auffallenden Unterschiede bei den Unentschlossenen hinsichtlich der Pläne nach der Ausbildung.
Soziale Einbindung: Deutlich stärker durch Freunde (87%) und Familie (92%) in die Region eingebunden; doppelt so oft in Vereinen oder Ehrenamt engagiert. 89% fühlen sich zu Hause, davon 11% nicht aus der Region stammend.	Soziale Einbindung: Etwas weniger durch Freunde (74%) und Familie (87%) in die Region eingebunden; am wenigsten in Vereinen oder Ehrenamt engagiert, geben dafür am häufigsten an keine Zeit oder kein Interesse als Grund an. 50% fühlen sich zu Hause, davon 10% nicht aus der Region stammend. Größter Anteil an Eingesessenen, die sich nicht zu Hause fühlen (23%).	Soziale Einbindung: Sind am wenigsten durch Freunde (72%) und Familie (76%) in die Region eingebunden und geben eher seltener an in Vereinen oder ehrenamtlich aktiv zu sein. Wissen aber am häufigsten auch nicht, wie sich einbringen können. 63% fühlen sich zu Hause, davon sind 21% nicht aus der Region stammend.
Engagement: Im Vergleich zu andren Gruppen am meisten aktiv in kurzfristigem (14%) und langfristigem (30%) Engagement, mit deutlicher Tendenz zum langfristigen Engagement als kurzfristig, dafür Potential für kurzfristiges Engagement stärker als für langfristiges.	Engagement: Mehrheitlich Ablehnung für kurz- und langfristiges Engagement (58%, 56%); Deutlich mehr Aktive im langfristigen (14%) Engagement als im kurzfristigen (5%), dafür Bereitschaft für kurzfristiges (33%) Engagement höher als für langfristiges (26%).	Engagement: Gleiches Bild bezüglich kurz- und langfristigen Engagement wie bei der Gruppe der Gehenden.
Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> • Ein sicherer Job (85%) • Familie und Freunde vor Ort (83%) • Gefühl der Sicherheit (72%) • Vereinbarkeit Familie und Beruf (57%) • Natur und Landschaft (52%) • Sozialer Zusammenhalt (42%) • Traditionen und regionale Besonderheiten (39%) 	Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> • Gute Bus- und Zuganbindung (47%) 	Wichtige regionale Standortfaktoren: <ul style="list-style-type: none"> • Ein sicherer Job (72%) • Familie und Freunde vor Ort (71%) • Gefühl der Sicherheit (64%) • Natur und Landschaft (39%)

Abbildung 14: Bleibeorientierung - Zusammenfassung der Gruppen bei Auszubildenden

Auch wenn Kausalaussagen nicht möglich sind, lässt sich anhand der übereinstimmenden Erkenntnisse aus der Befragung der Studierenden und der Auszubildenden abschließend festhalten, dass neben „harten“ Standortfaktoren – allen voran positive berufliche Perspektiven – auch „weiche“ Faktoren bedeutsam für einen Verbleib in der Region sind. Dazu gehören soziale Einbindung und Engagement, lokale Traditionen und Kultur ebenso wie die Wertschätzung von Landschaft und Natur.

4. Herausforderungen und Lösungsansätze aus Sicht der lokalen Experten

Abbildung 15 gibt einen Überblick über die Themen, die in den Experteninterviews diskutiert wurden. Dabei geht es sowohl um Herausforderungen, mit denen junge Menschen im ländlichen Raum aus Sicht der Expertinnen und Experten konfrontiert sind als auch um Herausforderungen im Zugang zu dieser Zielgruppe.

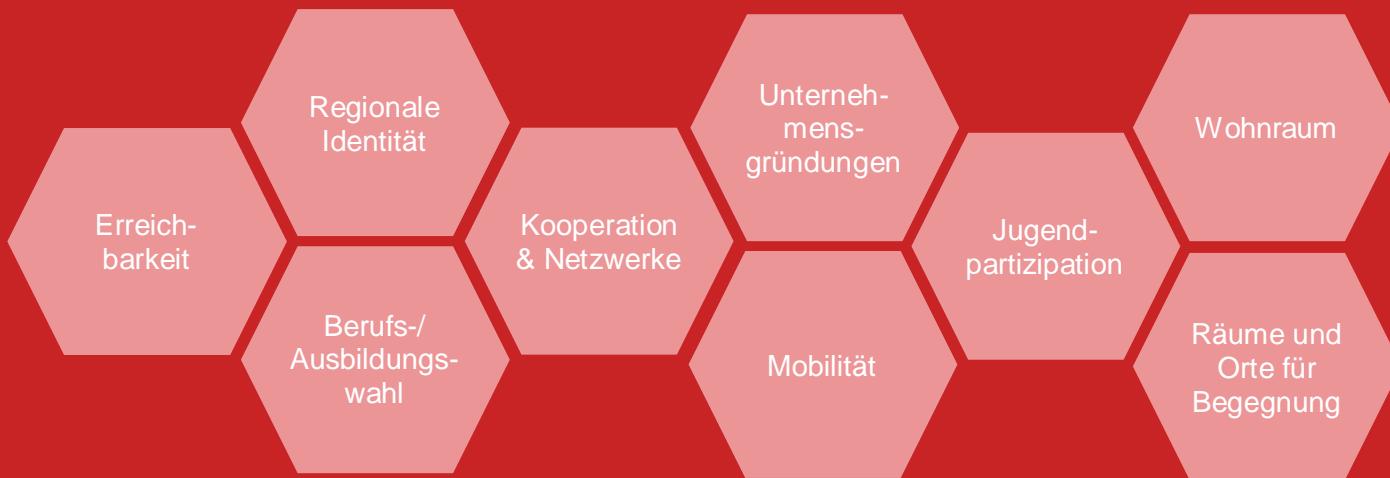


Abbildung 15: Herausforderungen aus Sicht der Experten

Für Auszubildende und Studierende existiert eine große Zahl an Informations- und Beteiligungsangeboten zu unterschiedlichsten Themen, angefangen von Angeboten der Berufsorientierung über Gründungsberatung bis hin zu Engagement-Möglichkeiten. Übereinstimmend beschreiben die befragten Experten jedoch die ERREICHBARKEIT UND DIE KOMMUNIKATION mit der jüngeren Generation als eher schwierig und herausfordernd. Traditionelle Medien wie Printmedien haben zur Ansprache der jüngeren Generation kaum noch Relevanz. Vermehrt wird daher auf die Nutzung von Kommunikationskanälen wie Social Media gesetzt, doch obwohl in den Interviews immer wieder die Wichtigkeit einer digitalen Ansprache betont wird, kann diese nur als ein Baustein betrachtet werden. Vielmehr sehen die befragten Experten in der persönlichen Ansprache, zum Beispiel über Multiplikatoren in Schulen und Vereinen, einen erfolgsversprechenden Lösungsweg.

Die **BERUFLICHEN PERSPEKTIVEN**, die ansässigen regionalen Unternehmen und die Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten in das Bewusstsein der jungen Menschen zu rücken, wird als weitere Herausforderung beschrieben. Hinzu kommt, dass vor allem Metropolregionen und andere Großstädte eine starke Anziehungskraft auf junge Menschen ausüben. Hierfür zeigen die Interviewpartner zwar mehrheitlich Verständnis, äußerten aber auch ihre Sorge darüber, dass dies zu einem Verlust an qualifiziertem Nachwuchs für den ländlichen Raum führen kann.

„Und diese Ballungszentren üben tatsächlich auf unsere Jugendlichen eine sehr hohe Anziehungskraft aus. Das merken wir nach wie vor, dass man dem Leben in einem Ballungszentrum mehr Leben unterstellt, mehr Angebot unterstellt, also diese Dinge, die an der Oberfläche glitzern, nenne ich es immer, haben eine hohe Anziehungskraft und Attraktivität für unsere jungen Leute.“ (Experte 8)

Nach Einschätzung der Experten ist es wichtig für die Förderung einer Bleibeorientierung, endogene Potenziale der Region zu erkennen und gezielt zu nutzen. Dabei sollte der Standort nicht nur auf wirtschaftlicher Ebene beworben werden, sondern auch auf emotionaler. Mit verschiedenen Maßnahmen eine **REGIONALE IDENTITÄT** aufzubauen und zu verstetigen ist ein Lösungsweg, den die Interviewpartner aufzeigen.

„Ja, das Beste ist immer die persönliche Beziehung tatsächlich. Also das stellen wir immer wieder fest, wenn die Jugendlichen schon wo angebunden sind, wie zum Beispiel in einem Verein, und dann kommt da von dem Gruppenleiter die Info oder trommelt auch mal alle zusammen. [...] Persönliche Beziehung ist am Ende immer das, was am nachhaltigsten ist, wo man die dann auch erreicht und wo sie das Vertrauen haben, na gut, wenn der das sagt, dann trau ich mich da vielleicht auch mal alleine hinschauen.“ (Experte 2)

Am Übergang von Schule und Beruf sind es vor allem die Eltern, denen eine Schlüsselrolle bei der **BERUFSWAHL** und eines **AUSBILDUNGSBERUFS** ihrer Kinder zukommt, stellen mehrere Experten einstimmig fest und betrachten es deshalb als unerlässlich, nicht nur die jungen Menschen, sondern auch die Eltern einzubeziehen.

„Das ist auch ein zentraler Punkt, wenn Sie den Jugendlichen davon überzeugt haben, hier zu bleiben, dann müssen sie die Eltern auch noch überzeugen, weil von dort kommt ja oftmals in dieser Phase der Jugendlichen, wo sie sich ein bisschen orientieren, kommen ja auch die Impulse, wohin der Weg erst einmal geht.“ (Experte 8)

„Aber eines unserer nächsten großen Projekte wird genau das Thema sein, nämlich dieses Binnenmarketing zu verstärken, also die ganzen weichen Faktoren, die Standortfaktoren einfach mal nach außen zu zeigen, bekannter zu machen, zu versuchen, auf allen Kanälen im Prinzip Werbung für die eigene Region zu machen. Damit also diesen jungen Menschen auch mal auffällt und damit die erkennen können, wie wichtig und wie lebenswert ist hier bei uns in der Region ist und wie man sich hier auch realisieren kann.“ (Experte 8)

Die Maßnahmen zum Thema Berufswahl, von denen die Experten berichteten, sind vielfältig. So wurde in einer Region eine Azubi-Bustour organisiert, die es Schülern ermöglichte, die lokalen Unternehmen zu besichtigen. Ein anderer Experte plant in Zukunft ein sogenanntes Azubi-Speed-Dating. Mehrere Experten nannten Ausbildungsmessen als erfolgreiches Beispiel, um junge Menschen und deren Eltern die Vielfalt von regionalen Ausbildungsmöglichkeiten näher zu bringen. Auch Kooperationen zwischen Hochschulen und regionalen Unternehmen zur Vermittlung von Stellen für Absolventen, für Praxissemester oder Werksstudententätigkeiten wurden aufgebaut.

„Deshalb ist es für ländliche Regionen wichtig, sich da nicht zu verstecken und auch diese jungen Menschen noch während ihrer Schulzeit abzuholen und mit regionalen Angeboten vertraut zu machen. Also sei es jetzt zum Beispiel über Jobmessen oder Azubimessen mit regionalen Betrieben, mit Praktikumswochen oder Tag der offenen Tür in örtlichen Unternehmen. Also das ist, glaube ich, schon wichtig, dass man da sich auch präsentiert und nicht versteckt.“ (Experte 4)

Bei allen genannten Praxisbeispielen wurde die Bedeutung von **NETZWERKEN** zwischen verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Bildung, Verwaltung und Politik deutlich. Maßnahmen, die in **KOOPERATION** mit verschiedenen Akteuren umgesetzt werden, beschrieben die Interviewpartner als besonders erfolgreich.

Als weitere Herausforderung kristallisierten sich die **UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN IM LÄNDLICHEN RAUM** heraus. Mehrere Experten stellen fest, dass gut ausgebildete Studienabsolventen mit Gründungsmotivation oftmals in die Großstädte abwandern, da sie dort ein gut ausgebautes Start-up-Ökosystem mit unterschiedlichen Unterstützungsangeboten vorfinden. Die Förderung beziehungsweise Schaffung einer gründerfreundlichen Infrastruktur im ländlichen Raum, wie zum Beispiel ein Coworking-Space und verschiedene Vernetzungsveranstaltungen benannten mehrere Experten als einen Faktor, um junge Menschen zum Bleiben zu motivieren.

„Dann ist natürlich eine Riesenherausforderung jugendgerechte Mobilität, das heißt selbstbestimmt von A nach B zu kommen. Also da geht es um Themen, wie Busfahrpläne, da geht es um Frequenzen, da geht es auch überhaupt um einen Bahnhof oder eine Busstation, die irgendwo in der Nähe ist, eben nicht auf die Eltern angewiesen zu sein, um eben irgendwo hinzukommen, wo es halt auch Jugendinfrastruktur gibt.“ (Experte 12)

Aus Sicht nahezu aller befragten Experten stellen die **MOBILITÄT UND DER ÖFFENTLICHE NAHVERKEHR** eine besonders große Herausforderung für junge Menschen in ländlichen Räumen dar. Weit entfernte Haltestellen und wenige Bus- oder Bahnverbindungen, ausgedünnte Fahrpläne, die an Schulöffnungen orientiert sind, schränken die Mobilität der jungen Menschen ein. Besonders häufig wurden die hiervon betroffenen Bereiche Ausbildung, Arbeit und Freizeit aufgeführt.

Bei dem Wunsch nach einer verbesserten Mobilität für die jungen Menschen betonen die befragten Experten aber auch, dass der öffentliche Personennahverkehr in den Verdichtungsräumen und Großstädten nicht der Maßstab für den ländlichen Raum sein kann, vielmehr sind hier kreativere Lösungen gefragt. So berichtet ein Experte von der Möglichkeit eines Anrufsammeltaxis für Fahrten in die nächstgrößere Stadt speziell für die Abendstunden am Wochenende. Ein anderer Interviewpartner schilderte die Bemühungen, das Radwegenetz auszubauen und sicherer zu gestalten.

In den Interviews mit den Experten wurde als Herausforderung auch die Jugendpartizipation häufig genannt. Dabei wurde betont, dass Möglichkeiten zur Beteiligung und Partizipation von jungen Menschen eine hohe Bedeutung beigemessen werden. Auch teilen die

„Also zum Beispiel äußern Jugendliche den Wunsch, sie hätten da und da gerne einen Fahrradweg. Und dann sagt der Bürgermeister oder die Bürgermeisterin, ja ist schon in Planung. Und dann haken wir noch mal extra nach, was heißt denn das zeitlich gesehen, [...]. Und oft ist es ja dann auch so, dass das bei denen wirklich über Jahre geht, und das ist für Jugendliche eine Riesenzeitspanne. [...] Aber ist auch den Strukturen geschuldet. Gerade wenn es dann um etwas Größeres geht, dann muss man das erstmal für nächstes Jahr im Haushalt einplanen, dann weiß man nicht ob es genehmigt wird.“ (Experte 2)

„Wir brauchen ein viel besseres ÖPNV-Angebot, um einen Wunscharbeitsplatz und einen Wunscharbeitgeber, man kann es sich auch nicht aussuchen, zu erreichen und von Beginn an im Berufsleben, in der Biografie zufrieden zu sein und den Traumberuf zu ergreifen, nicht aus Verlegenheit im gleichen Ort um die Ecke, wo man wirklich zufrieden ist“. (Experte 6)

befragten Experten die Einschätzung, dass sich junge Menschen gerne aktiv in Prozesse in ihrer Gemeinde einbringen möchten.

„Also wo findet man Wohnraum, der passt. Also auch ein großes Thema. Oft ist es ja so, ein ländlicher Raum, da kann man dann halt die Einfamilienhäuser oder sowas mieten, aber dann ist das ja nicht passend; also da ist eher so eine Nachfrage nach einer ein bis zwei Zimmerwohnung oder Wohnungen, die quasi WG möglich wäre. Das ist ein großes Thema.“ (Experte 12)

Frustration bei den jungen Menschen entsteht vor allem dann, wenn sie den Eindruck haben, dass ihre Meinungen und Ideen nicht wertgeschätzt werden oder sie sich als Gesprächspartner nicht ernst genommen fühlen. Auch der längere Zeithorizont aufgrund der kommunalen Strukturen und Planungsprozesse stellt für die jungen Menschen eine große Herausforderung dar und erfordert ein hohes Maß an Durchhaltevermögen.

Nahezu alle interviewten Experten sind sich einig, dass es zum einen jugendgerechte Möglichkeiten zur Mitbestimmung benötigt und zum anderen regionale Akteure, die diese Beteiligung unterstützen. Mehrere Interviewpartner berichteten von Jugendparlamenten, Diskussionsrunden mit dem Bürgermeister und anderen Formaten im Rahmen derer die jungen Menschen ihre Anliegen und Ideen vor Ort einbringen.

Die **WOHNRAUMSITUATION** für junge Menschen kristallisierte sich als weitere Herausforderung in zahlreichen Gesprächen heraus, weshalb Bemühungen zur Wohnraumschaffung wichtig sind. Besonders kleine Wohnungen oder Wohnungen, in denen gemeinschaftliches Wohnen möglich ist, sind für junge Menschen interessant.

Ein befragter Experte führt die Wohnheime für Studierende und Auszubildende als wichtige Einrichtung auf. Ein anderer Interviewpartner brachte die Idee ein, Leerstände zu nutzen und wünschte sich an dieser Stelle mehr Mut von Gemeinden und Politik. Übereinstimmend wird ein Appell an die politische Ebene hörbar, bei der Wohnraumsituation auch die Belange von jungen Menschen stärker zu berücksichtigen.



BEGEKNUNGSRÄUME UND –ORTE, an denen sich junge Menschen mit Gleichaltrigen treffen können, nannten mehrere Interviewpartner als besonders wichtig. Fehlende oder ungeeignete und wenig ansprechende Treffpunkte wurden in diesem Zusammenhang kritisiert. Nach Einschätzung der befragten Experten wird es mitunter in manchen Gemeinden mit Skepsis betrachtet, wenn der Wunsch der jungen Generation vor allem nach selbstorganisierten Räumen zur Freizeitgestaltung aufkommt. Auch kann es zu Spannungen zwischen den Generationen und deren unterschiedlichen Vorstellungen kommen. Viele Jugendliche fühlen sich zudem im öffentlichen Raum unerwünscht und als „Störfaktor“ wahrgenommen.

„Das gibt es natürlich auch, das darf man nicht vergessen, es gibt schon Dörfer, da hast du keinen Treffpunkt für junge Leute. Dann treffen die sich bloß an einer Bushaltestelle oder irgendwo. Das ist natürlich ein Makel. Das verhindert Engagement. Wenn es kein attraktiver Treffpunkt ist, oder wenn die nur im Gemeindesaal von der Kirche sitzen, müssen aufräumen, weil die Krabbelgruppe kommt am nächsten Tag, da dürfen keine Bierflaschen mehr rumstehen. Das ist natürlich problematisch.“ (Experte 5)

Ein Experte geht diese Herausforderung in seinem Verantwortungsbereich an, indem die jungen Menschen in ihren eigenen Initiativen und Formen des Zusammenkommens unterstützt werden, anstatt an starren Strukturen festzuhalten, die nicht genutzt werden. Ein Interviewpartner berichtet beispielhaft von einem Container, der aufgestellt wurde, weil in dem kleinen Ort keine andere Möglichkeit vorhanden war. Mehrere befragte Experten regten an, leerstehende Gebäude zu nutzen und so einem neuen Zweck zuzuführen.



5. Abgeleitete Handlungsansätze

Aus den Befragungen der Studierenden und Auszubildenden sowie aus den Interviews mit lokalen Expertinnen und Experten lassen sich Handlungsansätze für den Umgang mit jungen Menschen im ländlichen Raum ableiten. Da die Belange von jungen Menschen in verschiedenen Zuständigkeitsbereichen angesiedelt sind, sind diese nicht nach Adressaten in Politik, Verwaltung, Jugendarbeit usw., sondern nach Handlungsfeldern differenziert dargestellt.

Handlungsfeld	Mögliche Maßnahmen, Anregungen
Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit Regionale Identität	<ul style="list-style-type: none">• Persönliche Ansprache durch Multiplikatoren (u.a. in Vereinen, Schulen, Hochschulen)• Zielgruppengerechte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Nutzung von z.B. Social Media)• Stärkung der Innen- und Außendarstellung der Region• Stärkung der Landkreis-Identifikation durch die Bevölkerung <p><i>Projektbeispiele zur Stärkung der regionalen Identität siehe: „Unsere Heimat Amberg-Sulzbacher Land“.²⁹</i></p>
ÖPNV	„Stadt ≠ Land“ Der ÖPNV alleine wird die Mobilitätsprobleme in den ländlichen Räumen nicht lösen, nötig sind hier kreativere und bedarfsgerechte Lösungen (sowohl ÖPNV-Sonderformen als auch nichtmotorisierten Individualverkehr berücksichtigen).

²⁹ <https://www.zukunftsregion-as.de/regionale-entwicklung/aktuelle-projekte/regionale-identitaet/> abgerufen am 12.02.2025

Jugendpartizipation und Stärkung der sozialen Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Anknüpfen an die Bereitschaft zum sozialen Engagement • Kontakte herstellen und Vereine/andere Gruppen an der Hochschule/Schule werben lassen (Multiplikatoren) • Passende Formen der Jugendpartizipation finden • Längerfristige, aber auch zeitlich überschaubare Möglichkeiten für Partizipation und Engagement schaffen <p><i>Einen guten Überblick über Möglichkeiten zur Partizipation bietet die Internetpräsenz des BJR sowie für Beratung die Fach- und Servicestelle für Kinder- und Jugendbeteiligung des BJR.³⁰</i></p>
Treffpunkte für junge Menschen	<ul style="list-style-type: none"> • Niedrigschwellige Begegnungsmöglichkeiten schaffen • Kommunale (kirchliche) leerstehende Gebäude und Flächen für Treffpunkte nutzen und neu beleben • Generationenübergreifende Treffpunkte in Betracht ziehen
Wohnen	<ul style="list-style-type: none"> • Innerörtliche Leerstände nutzen • Jugendgerechte Wohnformen fördern (z.B. Wohnheime für Auszubildende und Studierende) • Bei der Schaffung von Wohnraum Bedürfnisse von jungen Menschen berücksichtigen (z.B. WG-taugliche Wohnungen sowie kleinere Wohnungen)
Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau, Förderung und Stärkung von Netzwerken und Kooperationen zwischen Hochschulen/Schulen, Unternehmen und Verwaltung sowie anderen Organisationen
Berufliche Perspektiven	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß und Qualität regionaler Unternehmenskontakte bereits während des Studiums/Schule erhöhen und verbessern (Praktika, Praxissemester, Werksstudenten, informelle Kontakte) • Gründungen im ländlichen Raum mehr in den Fokus bringen; Maßnahmen zum Aufbau eines Start-up-Ökosystem ergreifen

³⁰ <https://www.bjr.de/spotlight/fach-und-servicestelle-kinder-und-jugendbeteiligung> abgerufen am 12.02.2025

6. Zum Abschluss

Zum Abschluss wollen wir die Interviewpartner noch einmal selbst zu Wort kommen lassen:



„Aber man darf nicht vergessen, was speziell die Generation auch in Corona-Zeiten erlebt hat. Das muss man auch anerkennen und darum würde ich es gar nicht zu sehr fordern, sondern mir einfach was wünschen und eher der Appell, dass man die Chancen, die da sind, einfach nutzt und sich darauf einlässt. Aber da passiert auch viel“ (Experte 10, Handwerkskammer).

„Meine Prognose ist, Räume, ländliche Regionen, die sich um ihre Menschen kümmern, die Bedarfe der Menschen, die nicht von oben nach unten durchregieren, sondern die Menschen mitnehmen, ernst nehmen, die Bedarfe, Bedürfnisse ernst nehmen, die Wünsche sich verändernder Generationen, werden die Gewinner sein“ (Experte 6, Hochschulleitung).

„Wir werden dann schon oft auch noch mit diesen Meinungen konfrontiert „Ja, die jungen Leute müssen ja schon mal raus in die Welt“, ist ja auch was Wahres dran, ja, also man darf sich nicht so abschotten, aber Ziel ist es ja, ihnen schon, solange sie noch hier sind, zu vermitteln, wie toll es hier in der Region eigentlich ist, damit sie sich irgendwann wieder daran erinnern und vielleicht wieder zurückkommen“ (Experte 8, Wirtschaftsförderung).

„Ich bin gar nicht der Meinung, dass diese Generation Deutschland in den Abgrund führen wird. Das ist halt so ein Blödsinn, was da erzählt wird. Die machen ihre Sachen schon und manches lernen die auch. Das wird sich auch zeigen. Mit wenig Arbeit viel Geld verdienen, das hätten wir alle gern gewollt. Aber es funktioniert nicht so richtig. Man muss sich entscheiden, was man so macht“ (Experte 9, Wirtschaftsförderung).

Unser Projektteam

Kompetenzzentrum KoSIMA – Fakultät Sozialwissenschaften- Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm			
Projektleitung	Prof. Dr. Sabine Fromm		
Projektteam	Loredana Föttinger, MBA		
	Francis Linkens, M.A.		
	Ewgenia Walter, Dipl. Sozialwirtin		
Studentische Mitarbeiterinnen	Alicia Bernhard, Lena Fackler B.A., Julia Wolf B.A., Miriam Jäger		

Projekttitle: Heimat – mehr als ein Gefühl. Demografischer Wandel und sozialer Zusammenhalt in ländlichen Regionen Bayerns

Laufzeit: 12/2022 bis 05/2026

Gefördert vom Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Projektbeteiligte: Prof. Dr. Sabine Fromm | Francis Linkens M.A. | Loredana Föttinger MBA | Dipl.-Sozialwirtin Ewgenia Walter | Alicia Bernhard | Julia Wolf B.A. | Lena Fackler B.A. | Miriam Jäger

Kontakt: heimatprojekt-bayern@th-nuernberg.de | Besuchen Sie unsere Webseite: www.heimatprojekt-bayern.de

Informationen zum Gesamtprojekt „Heimat – mehr als ein Gefühl“

Die tiefgreifenden Veränderungen der Gesellschaft, insbesondere der demografische Wandel, die Anforderungen der Energiewende, die Digitalisierung und die Veränderung der Arbeitswelt stellen den gesellschaftlichen Zusammenhalt vor neue Herausforderungen. Diese betreffen die (groß-)städtischen Verdichtungsräume ebenso wie ländliche Räume, nehmen dabei aber unterschiedliche Formen an und erfordern auch unterschiedliche Antworten.

Forschung zu den verschiedenen Aspekten sozialen Zusammenhalts nimmt meist entweder die Situation in verdichteten (groß-)städtischen Räumen in den Blick beziehungsweise differenziert zu wenig zwischen städtischen und ländlichen Räumen. Die spezifischen Herausforderungen und Potenziale ländlicher Räume werden deshalb nicht deutlich. Gerade in ländlichen Räumen gibt es eine sehr große Anzahl und Vielfalt von Aktivitäten und Projekten, die sich entweder unmittelbar der Stärkung des Zusammenhalts widmen oder von denen entsprechende Effekte zu erwarten bzw. zu beobachten sind. Mit dem Forschungsvorhaben kann die Attraktivität dieser Räume sichtbarer gemacht und damit auch gestärkt werden.

Wie zahlreiche Studien zum sozialen Zusammenhalt zeigen, ist damit für die Bürger nicht nur ein abstraktes Konzept gemeint, sondern es geht um ganz konkrete Beziehungen vor Ort, um das Gefühl von Zugehörigkeit zum Gemeinwesen und um die Fragen des Gemeinwohls. Mit dem Projekt „Heimat – mehr als ein Gefühl“ sollen für Bürger und Politik Erkenntnisse über den sozialen Zusammenhalt vor Ort erarbeitet, systematisiert und vergleichend ausgewertet werden und durch den kontinuierlichen Transfer der Ergebnisse der soziale Zusammenhalt besser sichtbar gemacht und weiterentwickelt werden.

Dazu werden drei bayernweite Bürgerbefragungen zu verschiedenen Aspekten sozialen Zusammenhalts durchgeführt: Qualität sozialer Beziehungen, Verbundenheit mit dem Gemeinwesen, Gemeinwohlorientierung und Engagement. Die Befragungen werden durch thematisch vertiefende Zusatzprojekte ergänzt, die jeweils andere Aspekte des Zusammenhalts vor dem Hintergrund des demografischen Wandels in den Blick nehmen. Eines dieser Vertiefungsprojekte, dessen Ergebnisse hier vorgelegt werden, untersucht die Situation junger Menschen in ländlichen Räumen. Weitere Informationen sowie bisherige Ergebnisse finden Sie auf unserer Projektwebseite: www.heimatprojekt-bayern.de

Wie geht es weiter?

Unsere ZWEITE BAYERNWEITE BEFRAGUNG im Projekt „Heimat - mehr als ein Gefühl. Demografischer Wandel und sozialer Zusammenhalt in ländlichen Regionen Bayerns“ mit dem thematischen Schwerpunkt „Zugehörigkeit“ ist bereits abgeschlossen, und der Ergebnisbericht wird in Kürze auf unserer Projektwebseite zu finden sein.

Das VERTIEFUNGSPROJEKT 3: ZUGEHÖRIGKEIT – RÜCKKEHR IN LÄNDLICHEN RÄUMEN läuft bereits. Die demografische Entwicklung in ländlichen Räumen verläuft sehr unterschiedlich. Während manche Regionen erhebliche Bevölkerungsverluste erfahren (werden), ziehen andere neue Bewohner oder Rückkehrer an. Letztere haben die Region oft aus Gründen der Ausbildung oder beruflichen Gründen verlassen, möchten aber zu einem späteren Zeitpunkt wieder in ihrem Heimatort leben. In den ostdeutschen Bundesländern gibt es dazu zahlreiche Rückkehrerprogramme, während das Thema in den westdeutschen Bundesländern kaum erforscht ist und entsprechende Programme sehr selten sind. Im Vertiefungsprojekt 3 soll daher untersucht werden, aus welchen Gründen Menschen in ihren Heimatort zurückkehren, wie der Prozess der Rückkehr abläuft, wie Rückkehrer sich (wieder) in das Sozialgefüge ihres Ortes integrieren und welches Potenzial Rückkehr-Programme dafür haben. Interessierte wieder in ihre Region zurückzubringen.

Sie möchten auf dem Laufenden bleiben?

Dafür können Sie gerne unseren Social-Media-Kanälen folgen oder auf unserer Projektwebseite (www.heimatprojekt-bayern.de) vorbeischauen. Dort veröffentlichen wir den neusten Stand und halten Sie über das Projekt auf dem Laufenden:

Heimatprojekt Bayern

[Instagram](#)



[Facebook](#)



Wir sind darüber hinaus auch über unseren E-Mail Account zu erreichen: heimatprojekt-bayern@th-nuernberg.de.