

Attraktivität eines Standortes aus Sicht von Young Professionals

Jutta Rump & Anna-Maria Ogermann

Ludwigshafen, Oktober 2022

Gliederung

1. Statistik
2. Ergebnisse
 - 2.1 Perspektive Wohnort
 - 2.2 Perspektive Arbeitsort
3. Zusammenfassung

In Zeiten des Arbeitskräfte-, Fachkräfte- und Nachwuchsmangels spielt die Attraktivität als Arbeitgeber eine sehr große Rolle. Doch selbst wenn die Arbeitgeber ihre „Hausaufgaben gut machen“ und als attraktiv nach innen und nach außen gelten, entscheidet letztlich auch die Attraktivität eines Standortes darüber, ob Mitarbeitende sich für einen Betrieb entscheiden.

Im Moment gibt es wenig aktuelle Informationen darüber, welche Faktoren die Attraktivität eines Wohnorts und eines Arbeitsorts aus der Sicht der Young Professionals ausmachen. Die Untersuchung „Attraktivität eines Standorts aus der Sicht von Young Professionals“ geht dieser Frage nach und versucht Erkenntnisse zu generieren. Darüber hinaus ist von Interesse, ob Young Professionals den ländlichen Raum ebenso schätzen wie die Großstadt, wenn es um den Wohnort bzw. den Arbeitsort geht. Zudem steht die Attraktivität von Bundesländern als Lebens- und Arbeits-Standort im Fokus.

1. Statistik

An der repräsentativen Befragung haben 899 Young Professionals teilgenommen. Als Young Professionals werden im Rahmen der IBE-Studie die unter 35-Jährigen definiert, die entweder in Ausbildung sind oder einer Berufstätigkeit nachgehen, die nicht mehr als 5 Jahre ausmacht. Im Rahmen der Befragung verfügen 43% der Befragten über eine Berufserfahrung von 1 bis 5 Jahren, 14% der Befragten sind Berufseinsteiger:innen und 43% der Befragten befinden sich in einer dualen oder Hochschul-Ausbildung. Wird auf die Genderperspektive fokussiert, so sind 54% der Befragten Young Professionals Frauen und 46% Männer.

Die Untersuchung wurde unter folgenden Auflagen durchgeführt:

- Es wurden Vorgaben bezüglich der Verteilung von Gender und Alter (18-25 / 26-35) formuliert, die die Wirklichkeit abbilden.
- Um das ausgeglichene Verhältnis über Deutschland zu erreichen, wurden Quoten für jedes Bundesland gesetzt. Also abhängig vom Bevölkerungsanteil des Bundeslandes wurde festgelegt, wie viele Teilnehmende aus dem jeweiligen Bundesland kommen sollen.
- Alle Teilnehmenden, die nicht zu unserer Zielgruppe gehören, wurden über Screen Out oder Quotas Full Redirect Links ausgeschlossen.

2. Ergebnisse

Die Befragung gliedert sich in zwei Themen-Bereiche. Zum einen wird der Fokus auf den Wohnort gelegt, zum anderen wird der Arbeitsort betrachtet.

2.1 Perspektive Wohnort

44% der befragten Young Professionals wohnen in einer Großstadt oder einer Metropole. 33% der Befragten haben ihren Wohnort im ländlichen Raum oder in einer Kleinstadt. Fast alle Befragten signalisieren Mobilität in Bezug auf den Wohnort.

Auf die Frage, welche Orte als Wohnort vorstellbar sind, antworten die Young Professionals differenziert:

- 44% der befragten Young Professionals können sich vorstellen im ländlichen Raum zu leben.
- Die Kleinstadt wird von 57% in Erwägung gezogen.
- Ebenfalls 57% zeigen Interesse an einer mittelgroßen Stadt als Wohnort.
- Großstädte und Metropolen stehen nicht so hoch im Kurs. 42% der befragten Young Professionals ziehen die Großstadt als Wohnort in Betracht. Lediglich 27% der Befragten bevorzugen die Metropole.

Diese Ergebnisse weichen teilweise von dem tatsächlichen Wohnort ab. Im Moment leben nur 33% im ländlichen Raum und in der Kleinstadt. Der ländliche Raum scheint also an Attraktivität zu gewinnen.

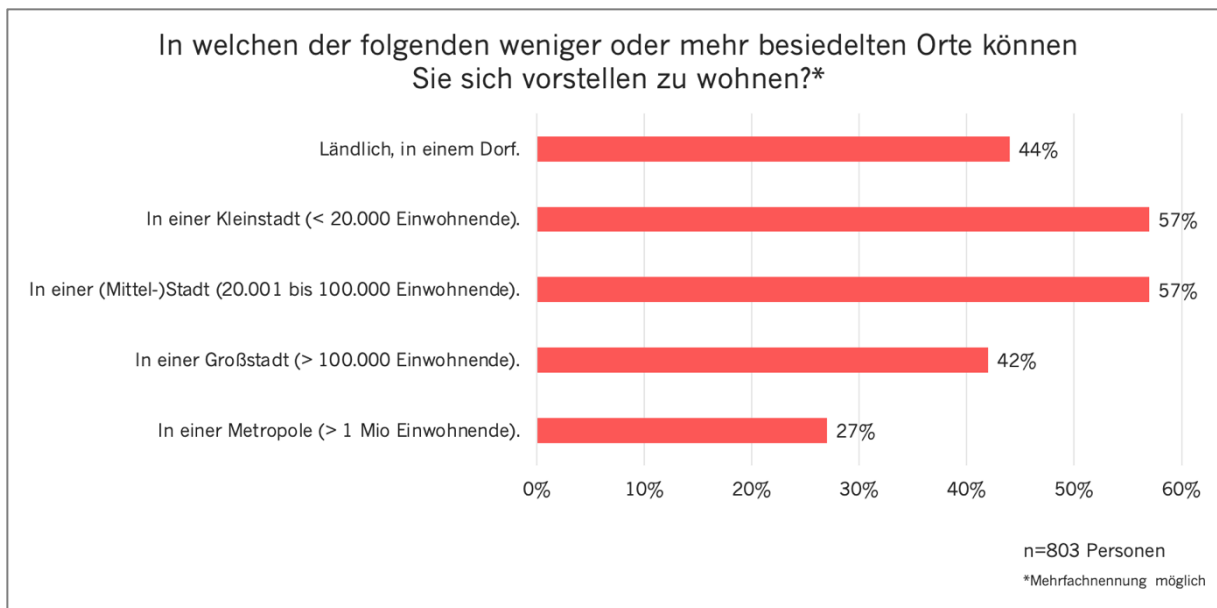


Abb. 1: Vorstellbare Wohnorte

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

Geschlechterspezifisch lässt sich feststellen, dass fast jede zweite weibliche Befragte den ländlichen Raum bevorzugt. Mehr als 60% der befragten Frauen können sich vorstellen, in einer Kleinstadt zu leben und fast 60% sehen für sich eine mittelgroße Stadt als Wohnort. Im Vergleich: 40% der befragten Männer ziehen den ländlichen Raum als Wohnort in Erwägung, ca. 50% der männlichen Young Professionals sind an einer Kleinstadt als Wohnort interessiert.

Obwohl fast alle befragten Young Professionals Mobilität in Bezug auf Wohnort signalisieren, gibt es einige Gründe, den Wohnort nicht zu verlassen. So macht die Befragung deutlich, dass viele Young Professionals eine Heimatverbundenheit und einen Familienbezug haben. Mit Abstand, aber mit einer gewissen Relevanz, werden die Treue zum Arbeitgeber, die Partnerschaft, Wohn- und Lebenshaltungskosten (in anderen Regionen) sowie Mentalitätsunterschiede ebenfalls als Gründe benannt. Die Untersuchung zeigt zudem Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Bei den befragten Frauen steht vor allen Dingen der Familienbezug im Vordergrund. 87% der weiblichen Befragten führen dies als Grund an, einen Wohnort nicht zu verlassen. Im Vergleich nennen nur 62% der befragten Männer diesen Aspekt. Auch die berufliche Situation des Partners hat bei den befragten Frauen eine höhere Relevanz im Vergleich zu den befragten Männern (Frauen: 25%, Männer: 17%).

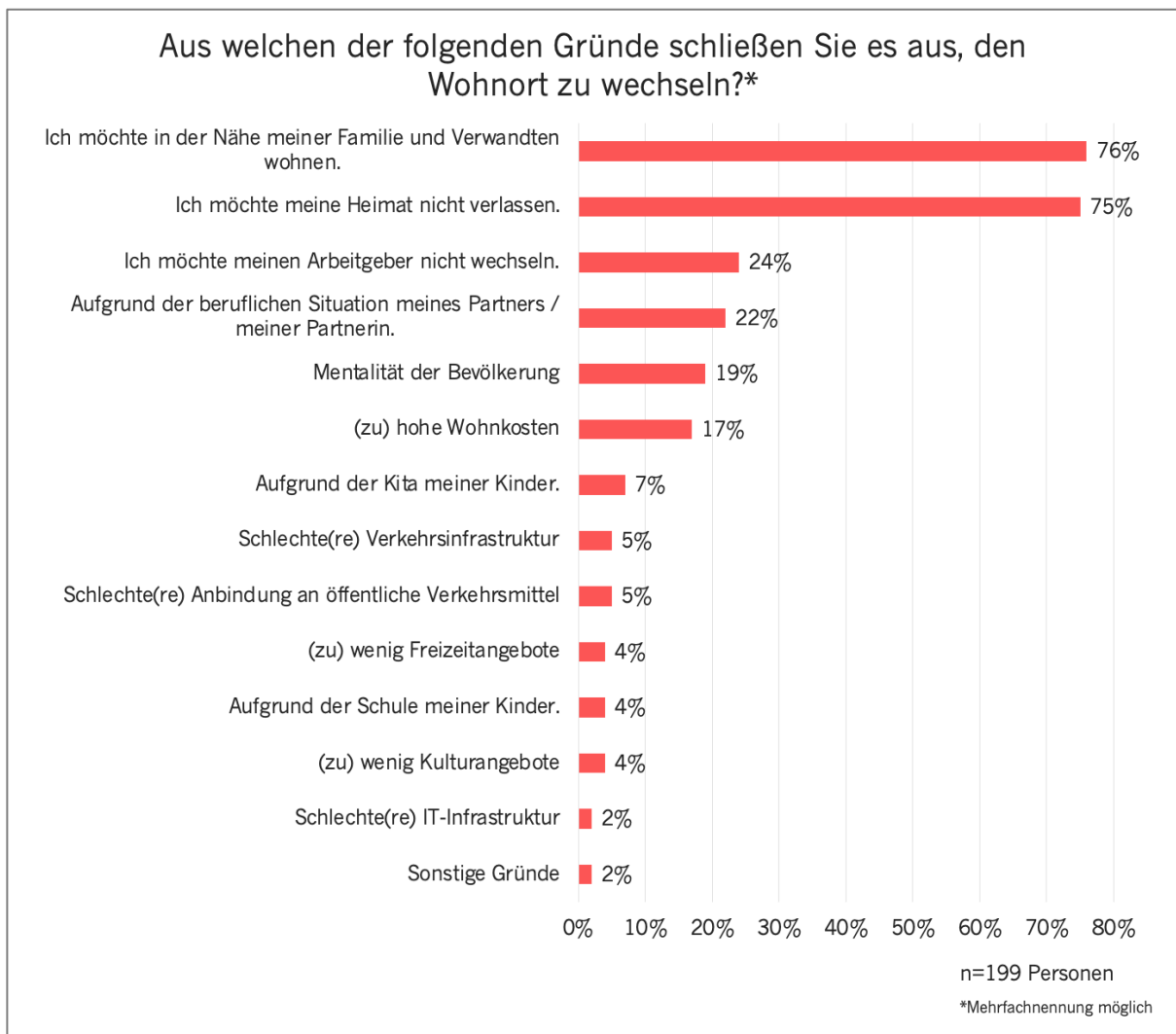


Abb. 2: Gründe, den Wohnort nicht zu verlassen

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

Mit dem Blick auf die Bundesländer als Wohnort-Regionen lässt sich folgendes konstatieren: 78% der befragten Young Professionals zeigen Mobilität über die Bundeslandsgrenzen hinweg. Allerdings gibt es Präferenzen. Nicht jedes Bundesland ist gleichermaßen als Wohnort attraktiv. Es lassen sich drei Cluster identifizieren:

- Besonders beliebt und attraktiv sind Hamburg und Bayern (Cluster 1).
- Ebenfalls werden Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Berlin, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Hessen als attraktiv wahrgenommen (Cluster 2).
- Schleswig-Holstein bewegt sich zwischen Cluster 2 und 3.
- Durch eine eher geringe Attraktivität zeichnen sich Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Brandenburg, Thüringen, das Saarland und Sachsen-Anhalt aus (Cluster 3).

Es zeigt sich, bis auf einige wenige Ausnahmen, ein West-Ost-Gefälle.

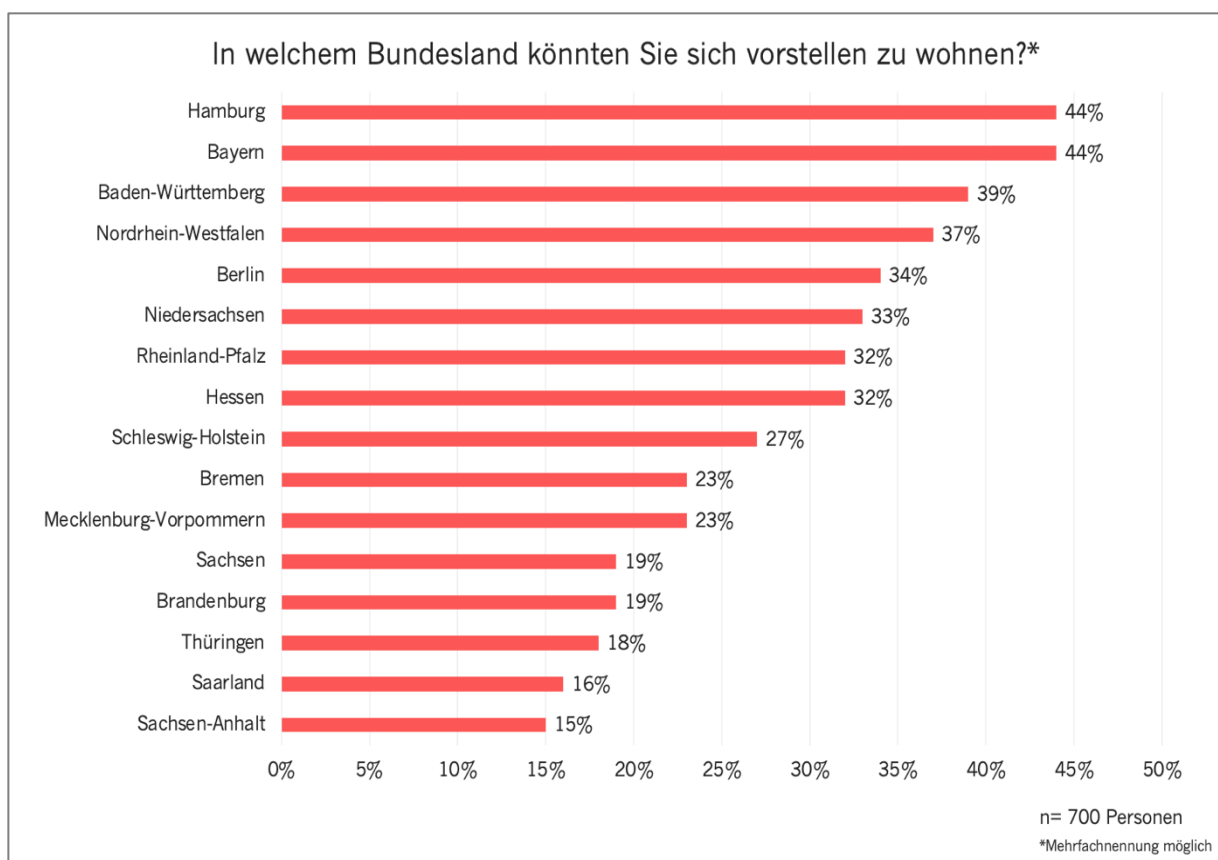


Abb. 3: Bundesländer Wohnort

Wenn es um die Faktoren, die zur Attraktivität des Wohnraums beitragen, geht, ist im Einzelnen festzustellen:

- Von besonderer Bedeutung sind die Verkehrsinfrastruktur und der ÖPNV, IT-Infrastruktur, Sicherheit, bezahlbarer Wohnraum, niedrige Lebenshaltungskosten, Bildungsangebote sowie Nähe zur Natur.
- Von mittlerer Relevanz sind Angebote an Arbeitgebern, Erholungsmöglichkeiten und Freizeitangebote.
- Immobilienangebote sowie das Schulsystem werden als wichtig, aber im Moment nur bedingt relevant eingestuft. Es ist davon auszugehen, dass viele Young Professionals Familie für sich (noch) nicht realisiert haben.

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

- Eine geringere Bedeutung wird der urbanen Umgebung, Kulturangeboten sowie der Berichterstattung über den Wohnort in den Medien zugewiesen. Im Zusammenhang mit der Berichterstattung in den Medien fällt auf, dass Männer dem eine größere Bedeutung beimessen als Frauen das tun (Männer: 31%, Frauen: 20%).

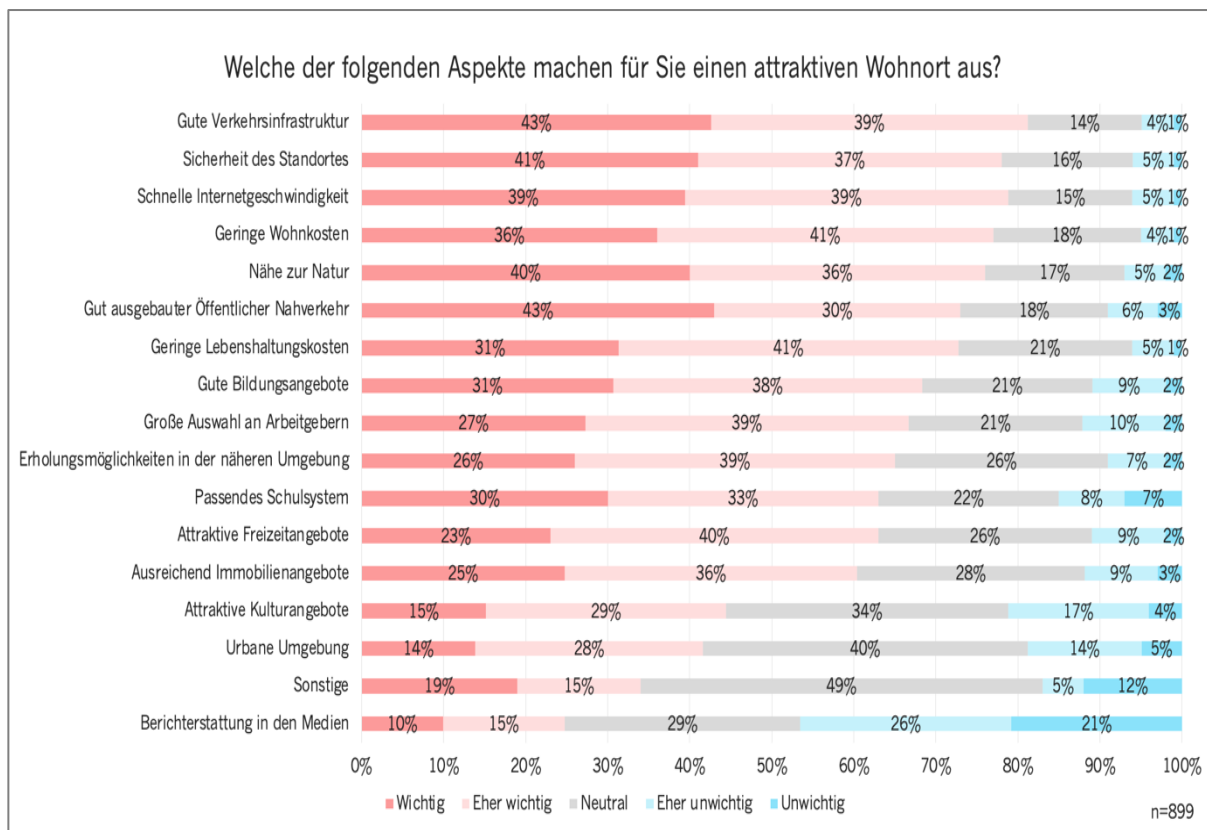


Abb. 4: Attraktivitätsfaktoren Wohnort

2.2 Perspektive Arbeitsort

47% der Befragten suchen aktiv oder passiv nach einem Job. Drei von vier der befragten Young Professionals suchen in der Nähe nach einem Job (nicht mehr als 100 km entfernt). Dies resultiert mit hoher Wahrscheinlichkeit auch aus ihrer Heimatverbundenheit und der Nähe zur Familie (siehe oben). Heimatverbundenheit und Nähe zur Familie werden im Rahmen der Untersuchung als zentrale Gründe benannt, eine Region nicht zu verlassen.

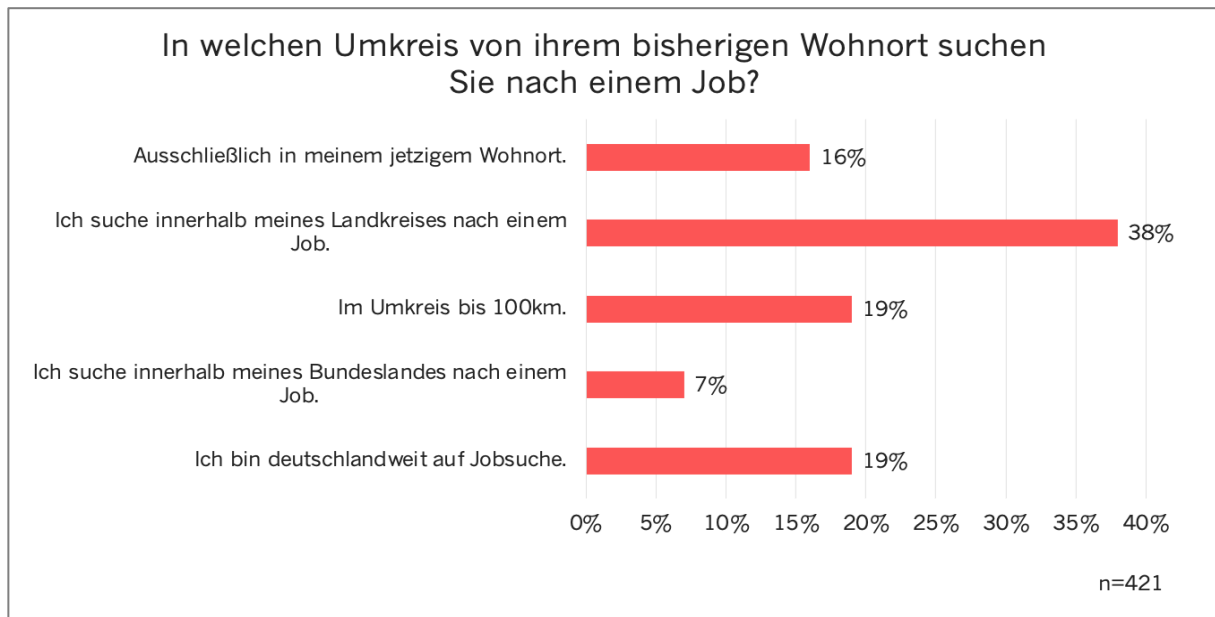


Abb. 5: Umkreis der Jobsuche

Wird der Gender-Fokus auf die Ergebnisse gelegt, lässt die Untersuchung die These zu, dass Frauen im Umkreis ihres Wohnortes suchen, während Männer in die Welt hinausziehen. Auf den zweiten Blick sollte relativiert werden, dass auch die befragten Männer die Region mögen und dort gerne bleiben möchten. Dennoch haben sie einen deutlich weiteren Radius bei der Jobsuche.

Für den „idealen“ Arbeitgeber würde Mann/Frau jedoch „über den Schatten springen“. Trotz Heimatverbundenheit und Familienbezug sind drei von vier Young Professionals bereit, die Region zu verlassen, wenn ein Arbeitgeber als „ideal“ wahrgenommen wird. Es gibt jedoch einen Unterschied zwischen Frauen und Männern: Während 82% der Männer bereit sind jobbedingt umzuziehen, sind es nur 70% der Frauen.

Grundsätzlich zeigt sich, dass der „ideale“ Arbeitgeber eine höhere Bedeutung als der Wohnort hat. Für den „idealen“ Arbeitgeber würden die meisten Young Professionals mobil sein und umziehen – zumindest für eine gewisse Zeit. Werden die Ergebnisse des Kapitels Wohnort mit den Ergebnissen des Kapitels Arbeitsort kombiniert, ist davon auszugehen, dass die Wahrscheinlichkeit einer Rückkehr in die Heimatregion gegeben ist.

Auf die Frage, in welches Bundesland die Young Professionals für den „idealen“ Arbeitgeber ziehen würden, antworten die Befragten wie folgt:

- Die Bewertung des Arbeitsortes ähnelt der Bewertung des Wohnortes.
- Entsprechend dem Wohnort ist nicht jedes Bundesland gleichermaßen als Arbeitsort attraktiv. Es lassen sich vier Cluster bilden:
 1. Als besonders attraktiv gelten Bayern, Hamburg, Baden-Württemberg und Bayern (Cluster 1).
 2. Ebenfalls werden Nordrhein-Westfalen, Berlin, Hessen, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz als attraktiv wahrgenommen (Cluster 2).
 3. Eine geringere Attraktivität weisen Schleswig-Holstein, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen und Thüringen auf (Cluster 3).
 4. Das Saarland und Sachsen-Anhalt zeigen den geringsten Attraktivitätswert (Cluster 4).

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

Ein West-Ost-Gefälle ist sichtbar.

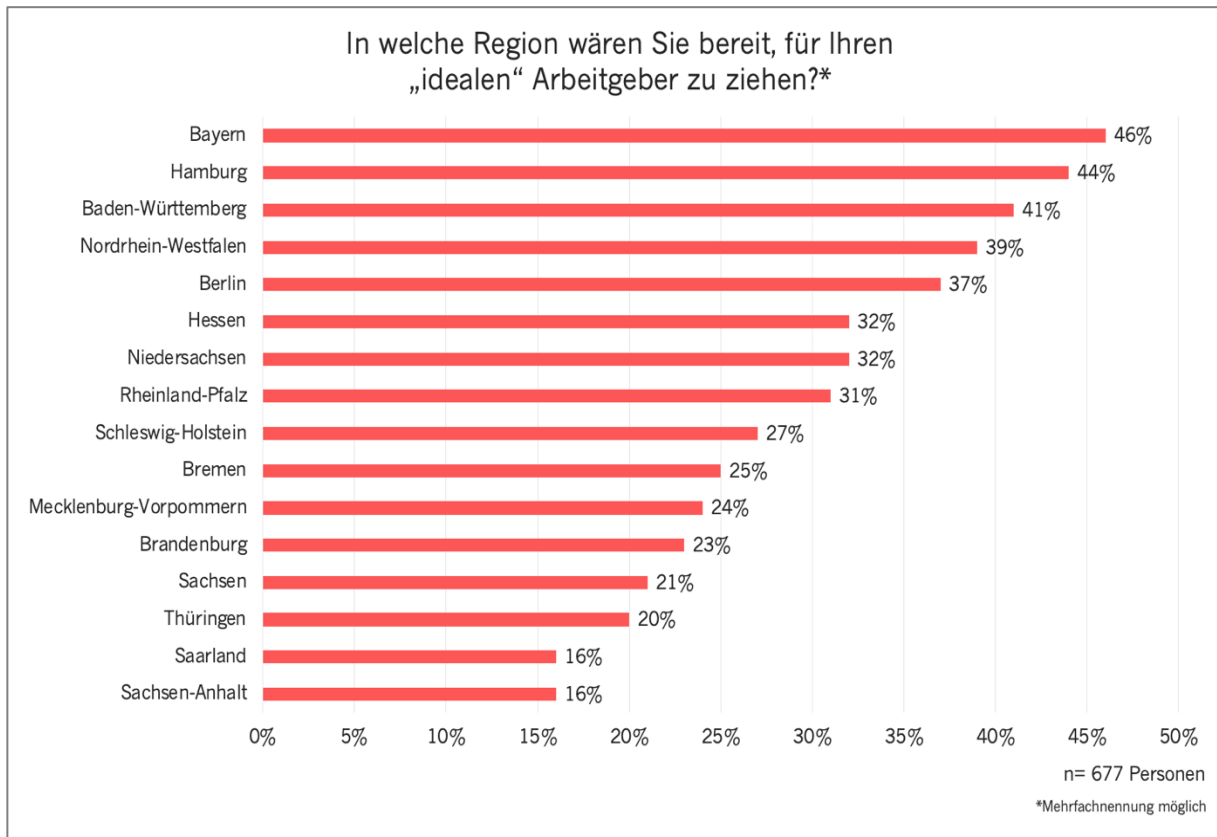


Abb. 6: Bundesländer Arbeitsort

Auf die Frage, ob die Attraktivität des Arbeitsstandortes eine Rolle spielt, antworten 70% der Befragten Young Professionals mit „Ja“. Hier ist zu berücksichtigen, was die Young Professionals als Attraktivitätsfaktoren in Bezug auf Standort identifizieren.

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

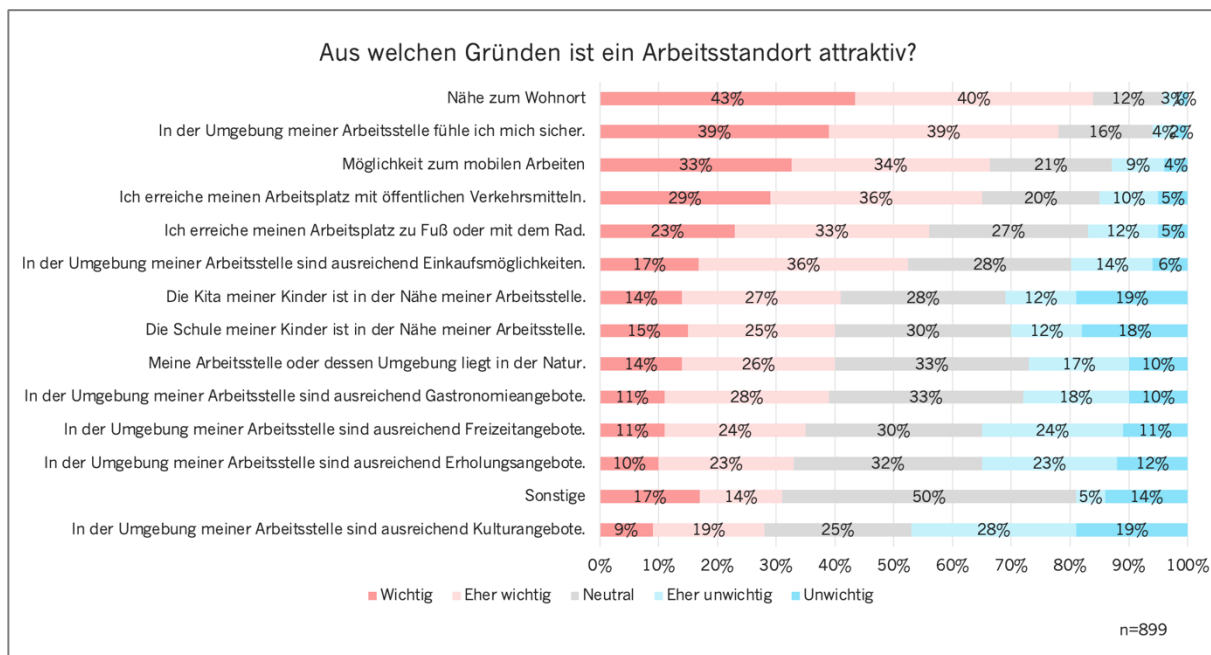


Abb. 7: Attraktivitätsfaktoren Arbeitsort

Die Faktoren, die die Attraktivität des Arbeitsstandortes ausmachen, lassen sich in vier Prioritätsstufen einteilen:

- Als 1. Priorität gelten Wohnortnähe und Sicherheit. Sicherheit wird auch in Bezug auf den Wohnort mit hoher Priorität gesehen.
- Als 2. Priorität lassen sich der mobile Arbeitsplatz, der ÖPNV sowie die Nutzung des Rads zum Arbeitsplatz oder die Fußläufigkeit zum Arbeitsort identifizieren. Darüber hinaus scheinen auch Einkaufsmöglichkeiten eine Rolle zu spielen. Während der Mittagspause oder nach getaner Arbeit noch den Einkauf zu erledigen, ist durchaus ein Attraktivitätsfaktor.
- Die Nähe zu Natur spielt im Zusammenhang mit dem Arbeitsort nur eine eher untergeordnete Rolle.
- Auf den ersten Blick scheint das auch für Schule und Kita zu stimmen. Wenn man jedoch berücksichtigt, dass die Gruppe der Young Professionals, die bereits Kinder haben, eher klein ist, relativieren sich die vergleichsweise geringen Werte. Es ist davon auszugehen, dass viele Young Professionals mit Kindern eine Kinderbetreuung als sehr wertvoll einschätzen. Somit gelten Schule und Kita grundsätzlich als Attraktivitätsfaktoren.
- Erholungs- und Kulturangebote sind nur bedingt von Bedeutung.

Wird geschlechterspezifisch ausgewertet, ergibt sich ein durchaus unterschiedliches Bild.

- Den befragten Männern sind ausreichende Freizeitangebote in der Umgebung der Arbeitsstelle wichtiger als den weiblichen Befragten (Männer: 41%, Frauen: 30%).
- Für Fast die Hälfte der männlichen Young Professionals sind ausreichend Gastronomieangebote in der Arbeitsumgebung von Bedeutung, wohingegen dies nur für ein Drittel der befragten Frauen wichtig ist (Männer: 45%, Frauen: 34%).
- Ausreichend Erholungsangebote in der Umgebung der Arbeitsstelle sind für 42% der Männer von Interesse, aber nur 26% der an der Untersuchung beteiligten Frauen.
- Fast doppelt so viele befragte Männer wie Frauen finden ausreichend Kulturangebote in der Arbeitsumgebung wichtig (Männer: 38%, Frauen: 19%).

ATTRAKTIVITÄT EINES STANDORTES

- Ein Drittel mehr der männlichen Befragten geben an, dass der Arbeitsstandort in der Nähe von Natur attraktiv ist (Männer: 48%, Frauen: 33%).
- 8 von 10 Frauen ist es wichtig, sich in der Umgebung der Arbeitsstelle sicher zu fühlen. Währenddessen geben 7 von 10 Männern dies als Attraktivitätsfaktor der Arbeitsstelle an (Männer: 74%, Frauen: 82%).

Grundsätzlich gilt, dass die männlichen befragten Young Professionals höhere Ansprüche an den Arbeitsstandort stellen als Frauen. Lediglich das Thema Sicherheit ist den befragten Frauen wichtiger.

Die IBE-Studie nimmt auch explizit die Vergütung in den Fokus. Beeinflusst die zu erwartende Vergütung in der Region des Arbeitgebers die Wahl des Arbeitsstandortes? Fast 70% der befragten Young Professionals bewerten die Vergütung als Selektionskriterium, wenn es um den Standort des Arbeitgebers geht. Dies ist eindeutig ein Standortnachteil für Ostdeutschland und ein Standortvorteil für Süddeutschland.

Darüber hinaus wird die Möglichkeit des mobilen Arbeitsplatzes in Beziehung zum Arbeits- und Wohnort gesetzt. Es wird deutlich, dass mit zunehmendem Anteil von mobiler Arbeit der Arbeitsstandort eine geringere Rolle spielt. Beträgt der Anteil der mobilen Arbeit weniger als 50%, hat der Arbeitsort für 42% der befragten Young Professionals eine Bedeutung. Steigt der Anteil der mobilen Arbeit über die 50% hinaus, sind es nur noch 32% der Befragten, für die der Arbeitsort wichtig ist.

3. Zusammenfassung

Im Rahmen der IBE-Studie lassen sich folgende Thesen ableiten:

Perspektive Wohnort

- Bei den Young Professionals steht der ländliche Raum hoch im Kurs. Viele leben in urbanen Zentren, können sich aber vorstellen, in Zukunft im ländlichen Raum und in einer Kleinstadt zu wohnen.
- Bei den Bundesländern als Wohnort gibt es Präferenzen. Es lässt sich ein West-Ost-Gefälle feststellen.
- Viele Young Professionals zeigen einen Familienbezug und eine Heimatverbundenheit. Diese beiden Faktoren tragen erheblich dazu bei, einen Wohnort nicht zu verlassen. Mit Abstand, aber mit einer gewissen Relevanz, werden die Treue zum Arbeitgeber, die Partnerschaft, Wohn- und Lebenshaltungskosten (in anderen Regionen) sowie Mentalitätsunterschiede benannt.
- Die Attraktivität eines Wohnortes zeichnet sich vor allem durch die Verkehrsinfrastruktur und den ÖPNV, die IT-Infrastruktur, Sicherheit, bezahlbaren Wohnraum, niedrige Lebenshaltungskosten, Bildungsangebote sowie Nähe zur Natur aus. Für Young Professionals scheinen Kulturangebote und urbane Umgebungen keine große Rolle zu spielen.
- Viele Young Professionals suchen in der Nähe nach einem Job (nicht mehr als 100 km entfernt). Dies resultiert mit hoher Wahrscheinlichkeit auch aus ihrer Heimatverbundenheit und der Nähe zur Familie. Dies gilt insbesondere für weibliche Young Professionals.

Perspektive Arbeitsort

- Für den „idealen“ Arbeitgeber würden jedoch die meisten Young Professionals „ihre“ Region verlassen, mobil sein und umziehen – trotz Heimatverbundenheit und Familienbezug. Vor allem die männlichen Young Professionals zeigen dieses Muster.
- Die Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass die Wahrscheinlichkeit einer Rückkehr in die Heimatregion gegeben ist.
- Ähnlich wie bei dem Wohnort gibt es beim Arbeitsort Präferenzen, wenn es um die Bundesländer geht. Es lässt sich auch hier ein West-Ost-Gefälle feststellen.
- Was die Attraktivität des Arbeitsortes betrifft, so stehen Sicherheit und Wohnortnähe an erster Stelle – gefolgt von der Möglichkeit des mobilen Arbeitens, dem ÖPNV und der Nutzung des Rads.
- Die Vergütung in der Region des Arbeitgebers spielt ebenfalls eine Rolle. Dies ist ein Standortnachteil für Ostdeutschland und ein Standortvorteil für Süddeutschland.
- Nicht zuletzt wird in der Befragung deutlich, dass mit zunehmendem Anteil von mobiler Arbeit der Arbeitsstandort eine geringere Rolle spielt.