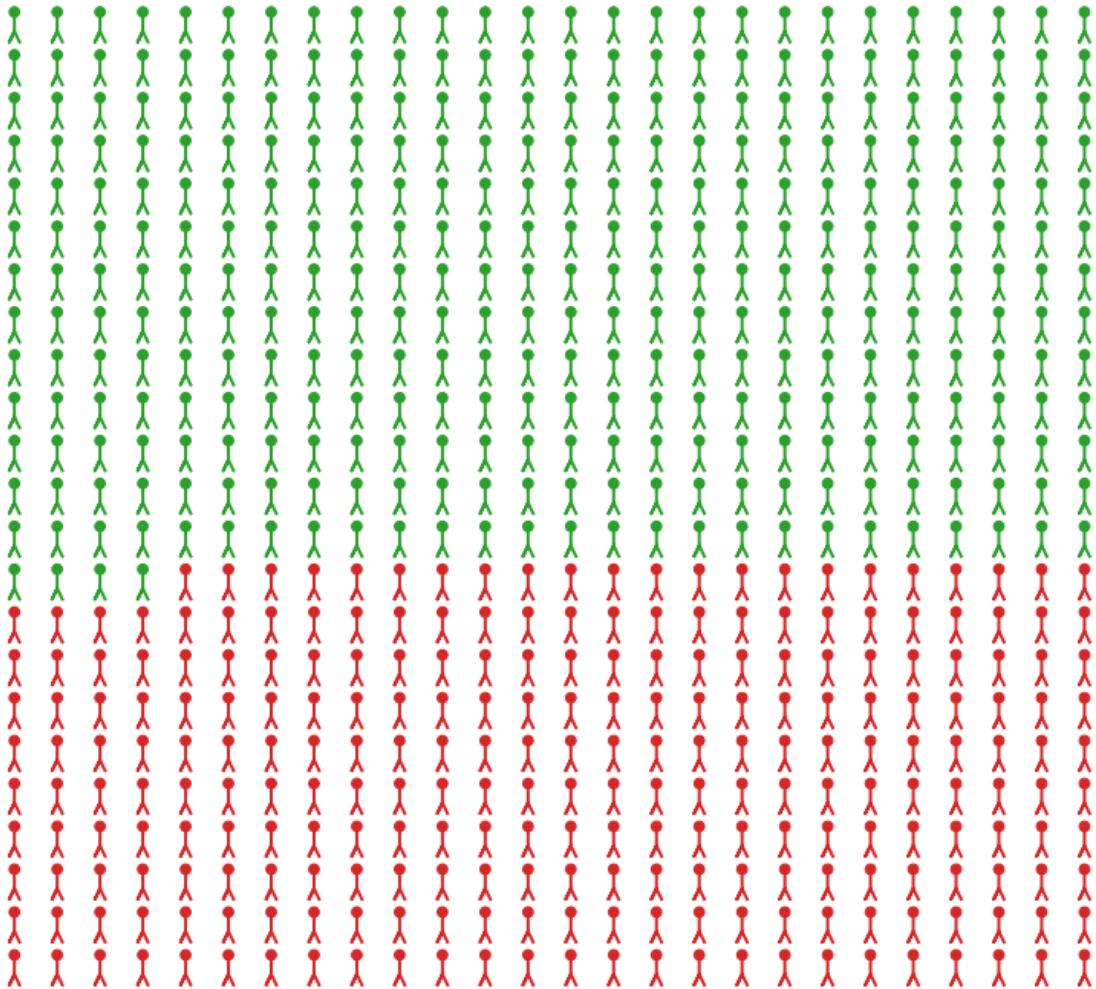


Bleiben oder Gehen?

Faktoren für den Verbleib von
Hochschulabsolvent*innen
in der trinationalen Metropolregion Basel

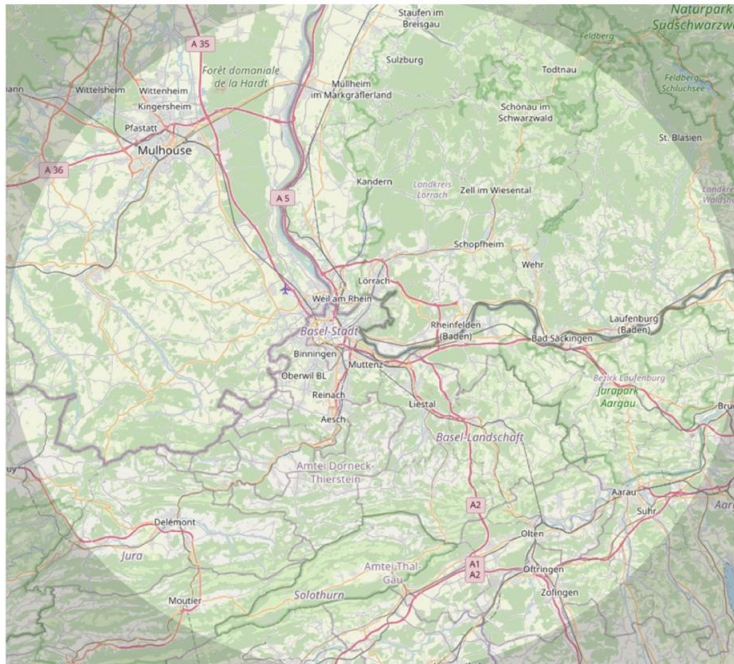




Inwiefern haben Sie
den Wunsch, nach
Ihrem Studium in
der trinationalen
Region Basel zu
wohnen?

43%

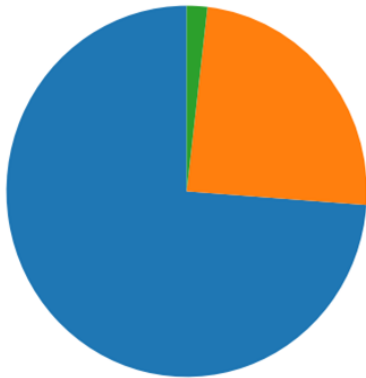
Trinationale Metropolregion Basel



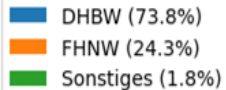
Gebiete in der Schweiz,
Deutschland und Frankreich
Die Kantone Basel-Stadt, Basel-
Land, Aargau, Solothurn
Die Landkreise Lörrach und
Waldshut
Das Département Haut-Rhin.

Die Umfrage erlaubt belastbare Einblicke

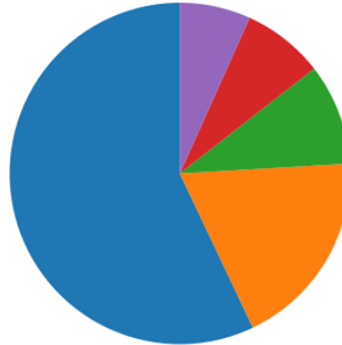
Verteilung der Hochschulen



Hochschulen



Verteilung der Fachbereiche

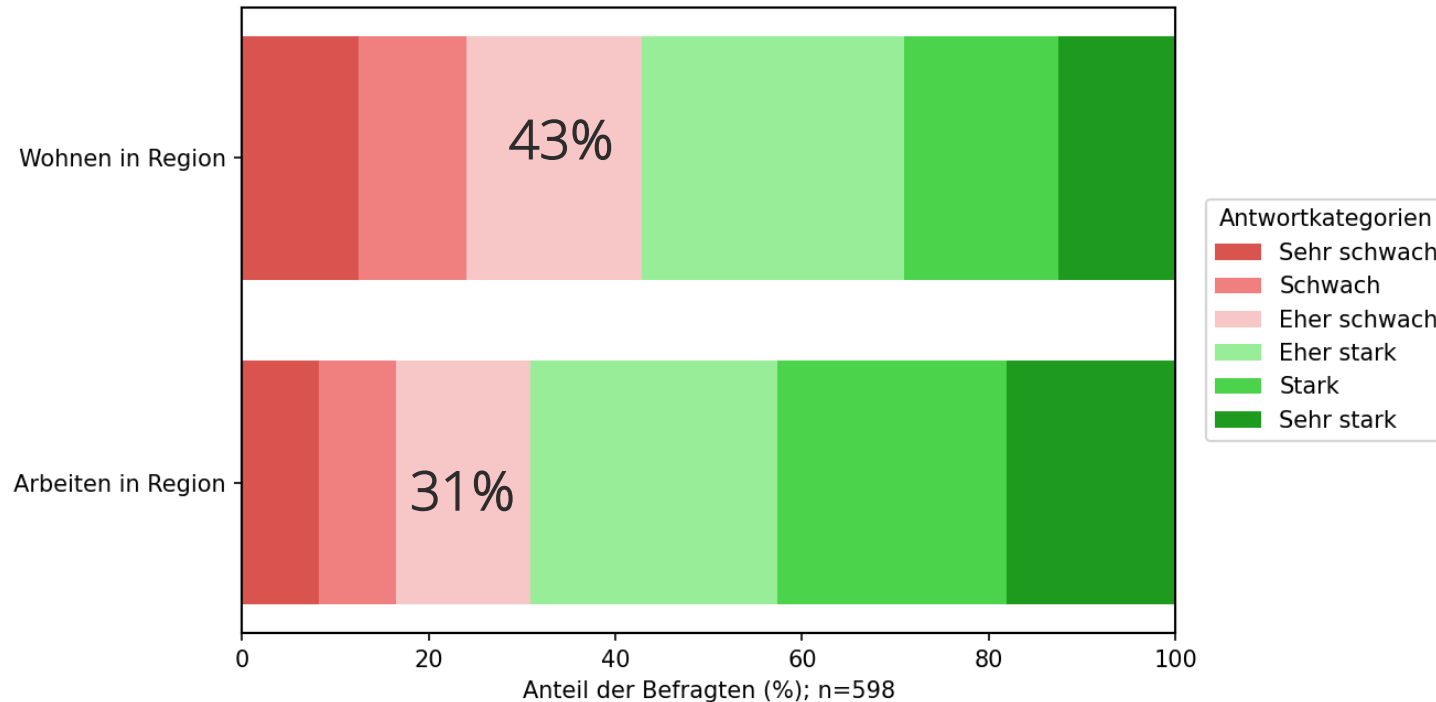


Fachbereiche

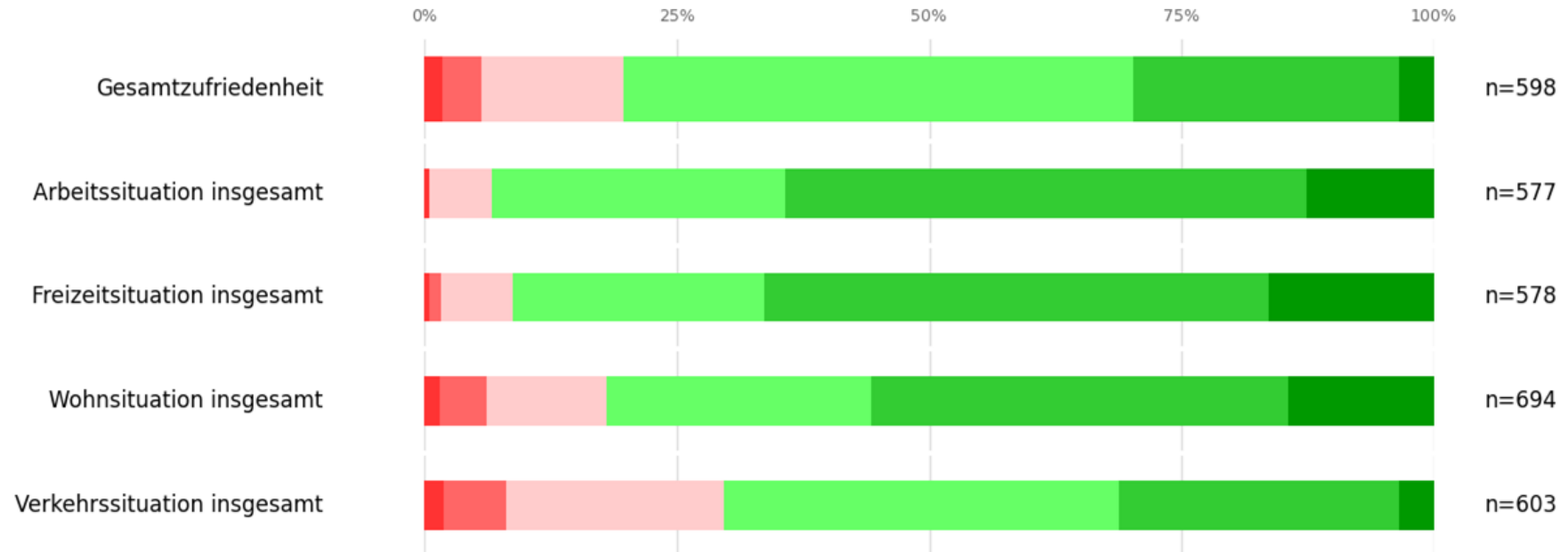


- Erhebungszeitraum:
11.11.24 - 10.02.25
- N = 867 (68% vollständig)
- Überwiegend
Bachelorstudierende (96,4 %)
- 10,6 Minuten mittlere
Beantwortungszeit (x+/-y)

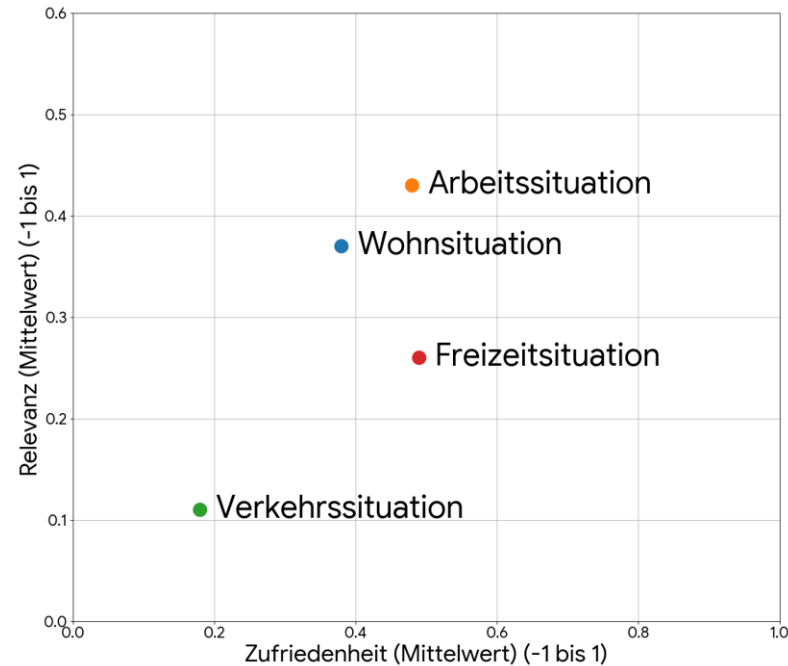
Ein großer Teil der Absolventen will nicht in der Region bleiben



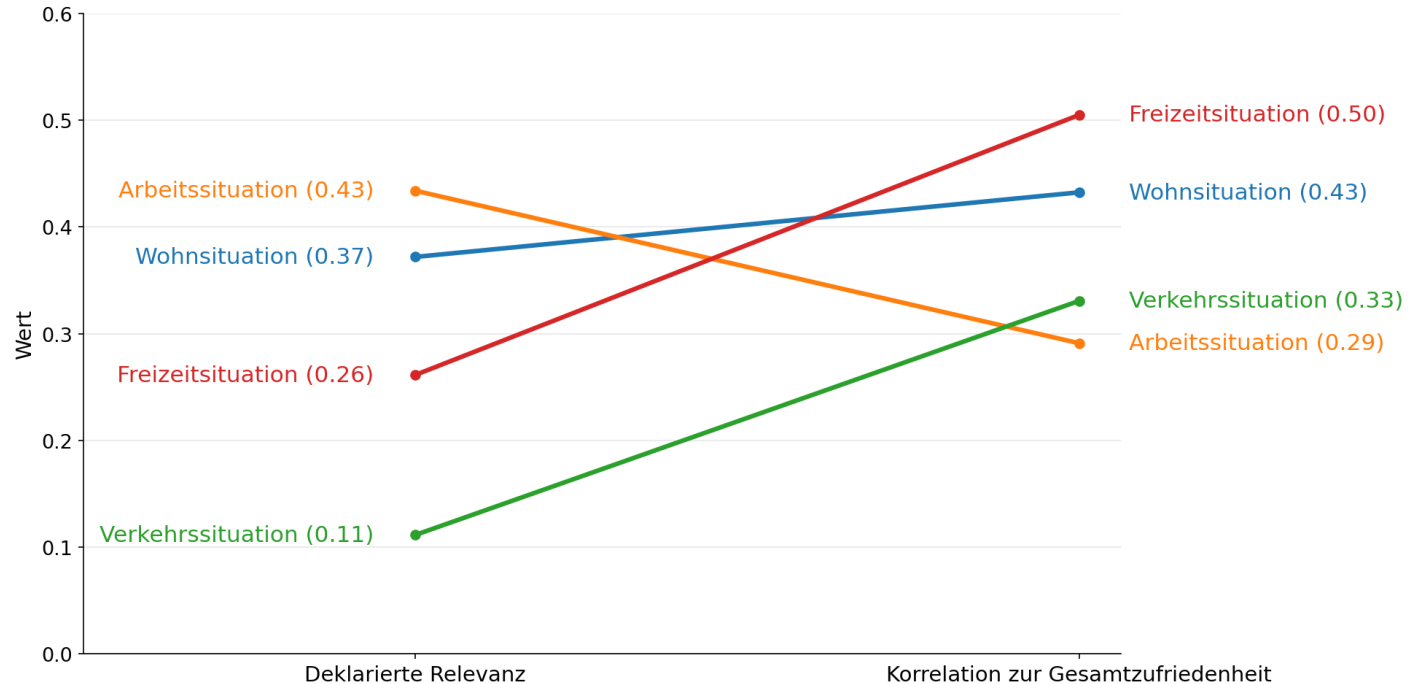
Vor allem Wohn- und Verkehrssituation werden kritisch beurteilt



Die schlecht bewertete Wohnsituation besitzt hohe Relevanz

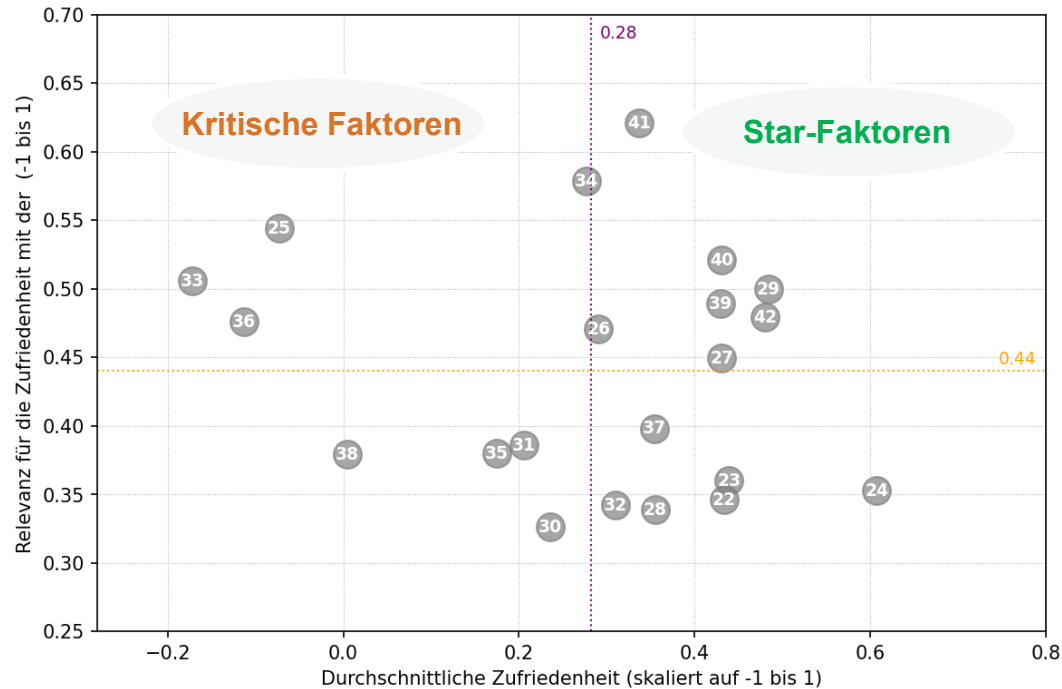


Deutliche Unterschiede in deklariert und gemessener Relevanz



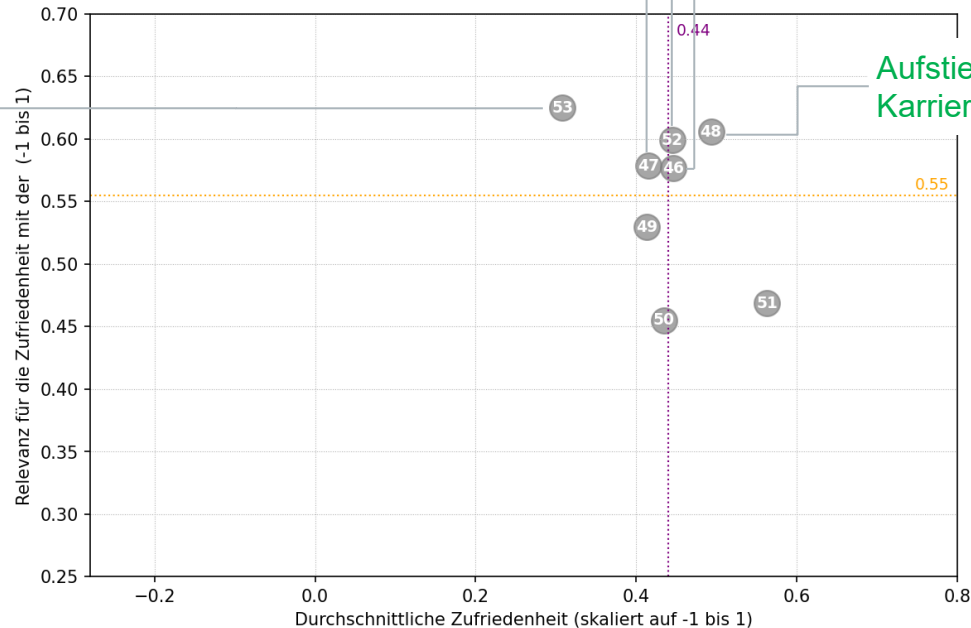
Handlungs- portfolios

Einführung Handlungsportfolios



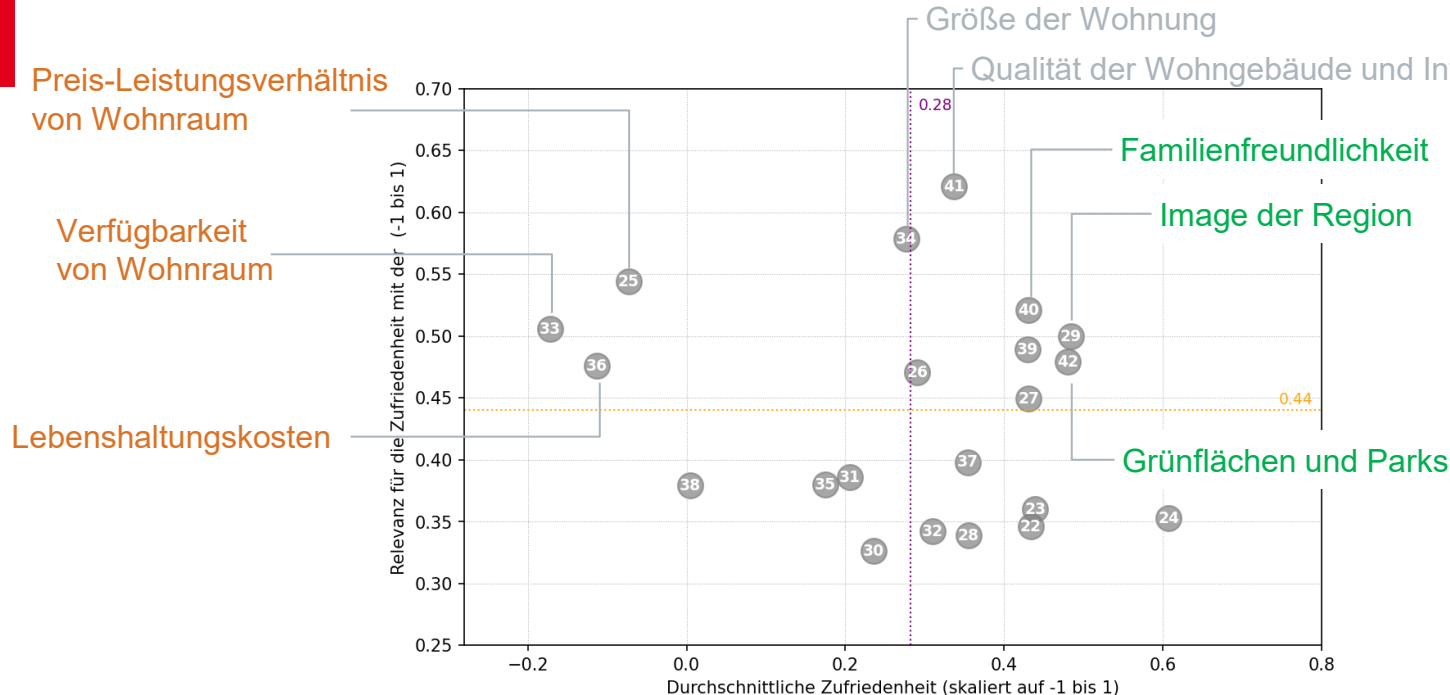
Handlungsportfolio zur **Arbeitssituation**

Möglichkeiten zur
Existenzgründung



v46: Angebot an Arbeitsstellen passend zu meiner Qualifikation, v47: Verfügbarkeit von Arbeitsstellen mit attraktiven Arbeitsinhalten, v48: Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten, v49: Höhe der Bezahlung, v50: Möglichkeit auf Teilzeitbeschäftigung, v51: Verfügbarkeit von Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten (z.B. Hochschulen), v52: Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, v53: Möglichkeiten zur Existenzgründung (z.B. Gründerförderung, Beratungsangebote, Netzwerke, Zugang zu Kapital, Regulierung, Verfügbarkeit / Preise von Büro- und Gewerbeflächen)

Handlungsportfolio zur Wohnsituation



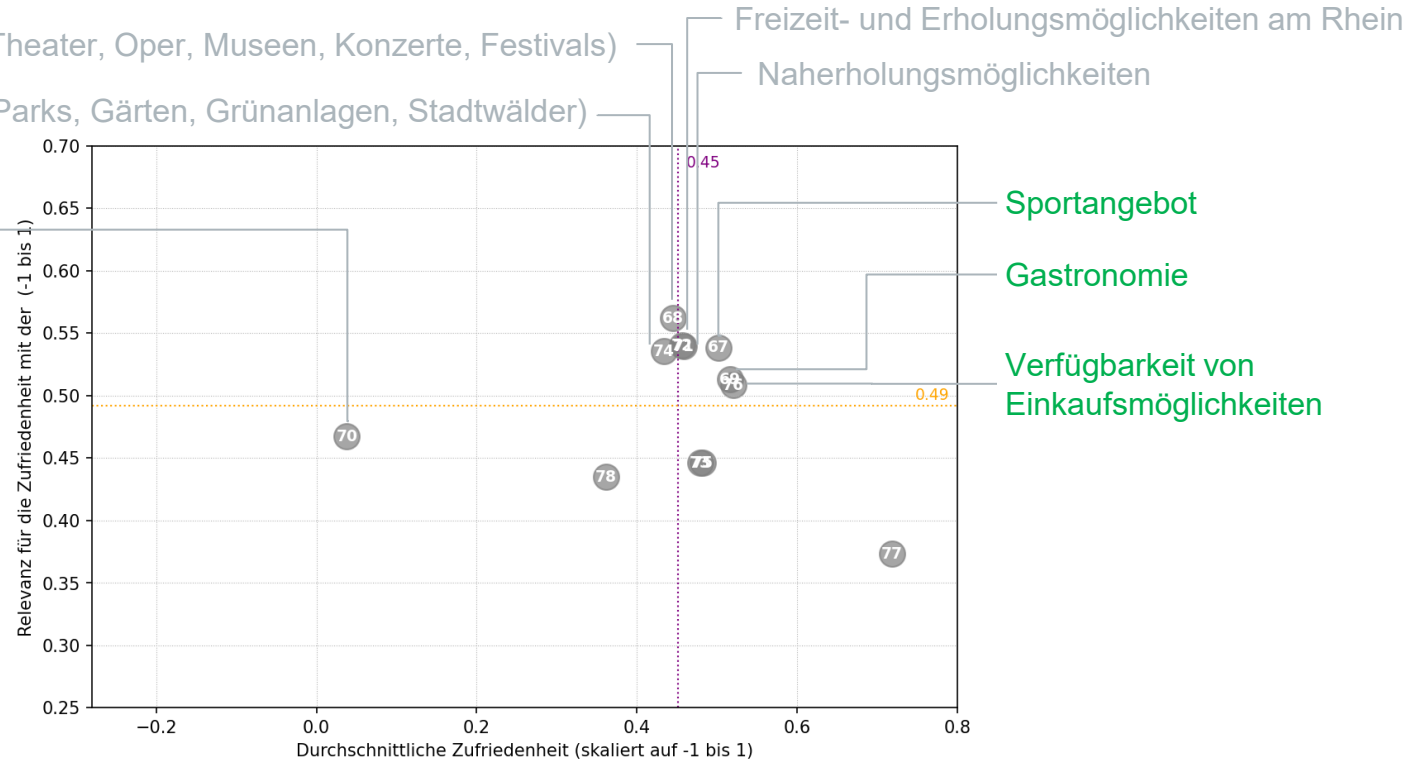
v22: Internetverbindung, v23: Nähe zu Familie und Freunden, v24: Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe, v25: Preis-/Leistungsverhältnis von Wohnraum, v26: Freizeitmöglichkeiten in der Nähe, v27: Soziale Umgebung (Nachbarn), v28: Medizinische Versorgung, v29: Image der Region, v30: Kriminalitätsraten, v31: Ansprechende Architektur, v32: Internationale Ausstrahlung, v33: Verfügbarkeit von Wohnraum, v34: Größe der Wohnung, v35: Offenheit der Bevölkerung, v36: Lebenshaltungskosten, v37: Geräuschkulisse / Verkehrsberuhigte Zonen, v38: Parkmöglichkeiten, v39: Sauberkeit der Umgebung, v40: Familienfreundlichkeit (z.B. Verfügbarkeit von Kitas, Schulen, Spielplätzen), v41: Qualität der Wohngebäude und Infrastruktur, v42: Zugang zu Grünflächen und Parks

Handlungsportfolio zur Freizeitsituation

Kulturangebot (Kino, Theater, Oper, Museen, Konzerte, Festivals)
 Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten am Rhein
 Naherholungsmöglichkeiten
 Öffentliche Grünflächen (Parks, Gärten, Grünanlagen, Stadtwälder)

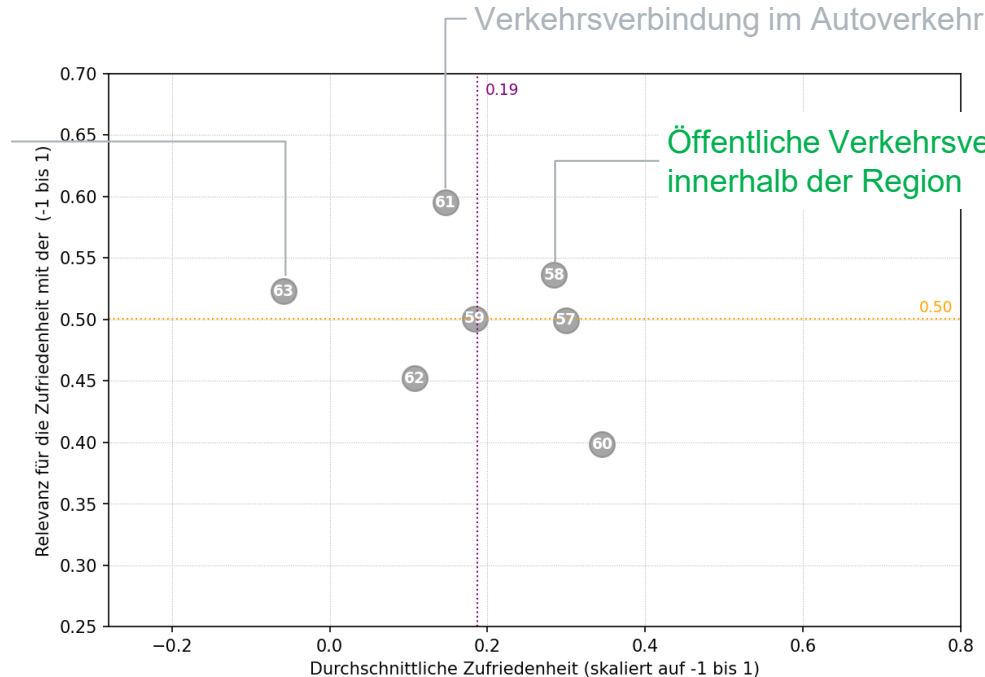
Nachtleben

v67: Sportangebot (Sportvereine, Schwimmbäder, Fitnessstudios, Sporthallen und -plätze, Sportgruppen, u. Ä.), v68: Kulturangebot (Kino, Theater, Oper, Museen, Konzerte und Festivals), v69: Gastronomie, v70: Nachtleben (Bars, Pubs, Diskotheken, Clubs, etc.), v71: Naherholungsmöglichkeiten (Parks, Gärten und Spaziergänge in der Natur), v72: Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten am Rhein, v73: Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten (Wandern, Trekking, Camping, etc.), v74: Öffentliche Grünflächen (Parks, Gärten, Grünanlagen, Stadtwälder), v75: Luftqualität, v76: Verfügbarkeit von Einkaufsmöglichkeiten, v77: Nähe zu den beiden Nachbarländern, v78: Möglichkeit der Nutzung von Preisunterschieden zwischen den verschiedenen Ländern (Frankreich, Deutschland, Schweiz)



Handlungsportfolio zur Verkehrssituation

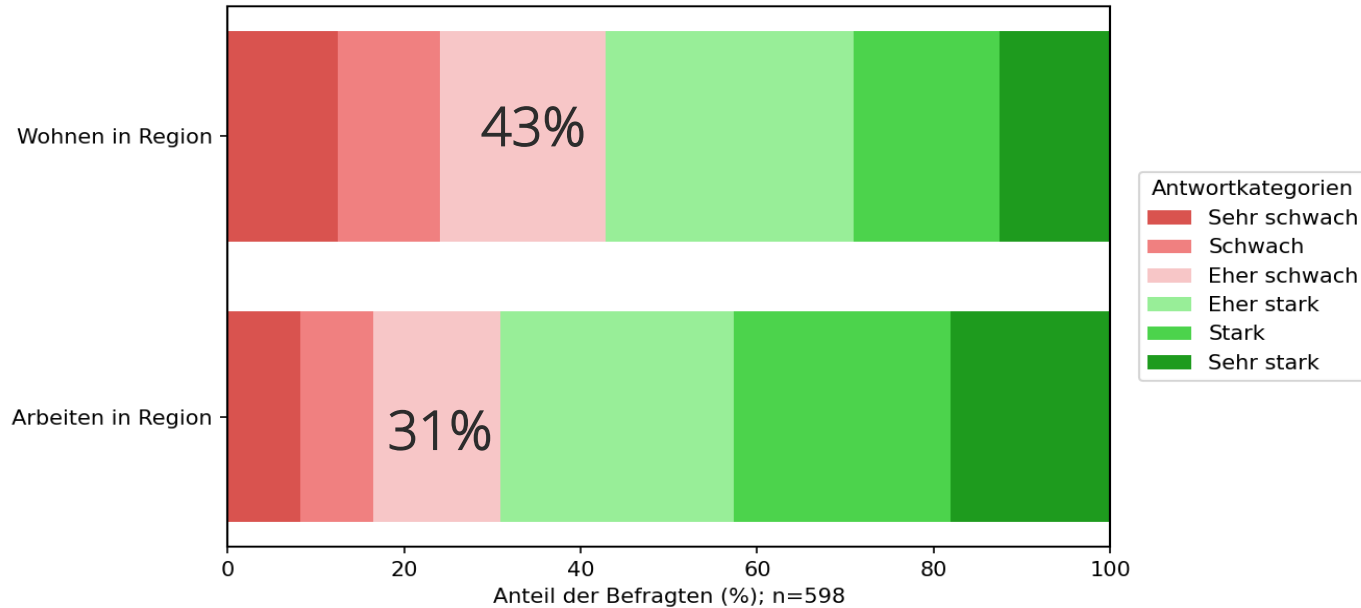
Verfügbarkeit von Parkraum



v57: Öffentliche Verkehrsverbindungen zu Zielorten innerhalb der Metropolregion Basel (nicht grenzüberschreitend), v58: Öffentliche Verkehrsverbindungen zu Zielorten innerhalb der Metropolregion Basel (grenzüberschreitend), v59: Öffentliche Verkehrsverbindungen zu Zielorten ausserhalb der Metropolregion Basel, v60: Angebot an Fahrradwegen, v61: Verkehrsverbindungen im Autoverkehr (Verkehrsaufkommen, Qualität der Strassen), v62: Verfügbarkeit von Ladestationen für Elektroautos, v63: Verfügbarkeit von Parkraum

Betrachtung des Bleibewunsches von Zugezogenen und Einheimischen

Ein großer Teil der Absolventen will nicht in der Region bleiben.



Einheimische



Einheimische



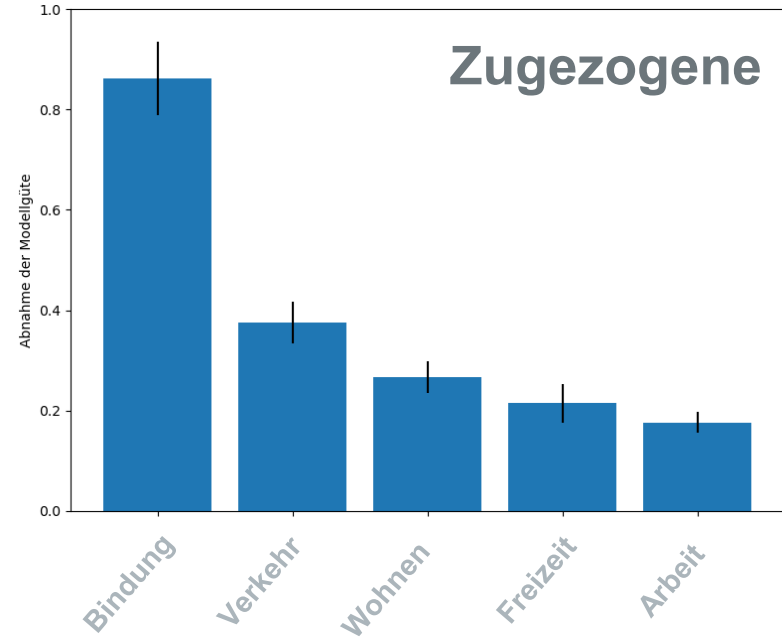
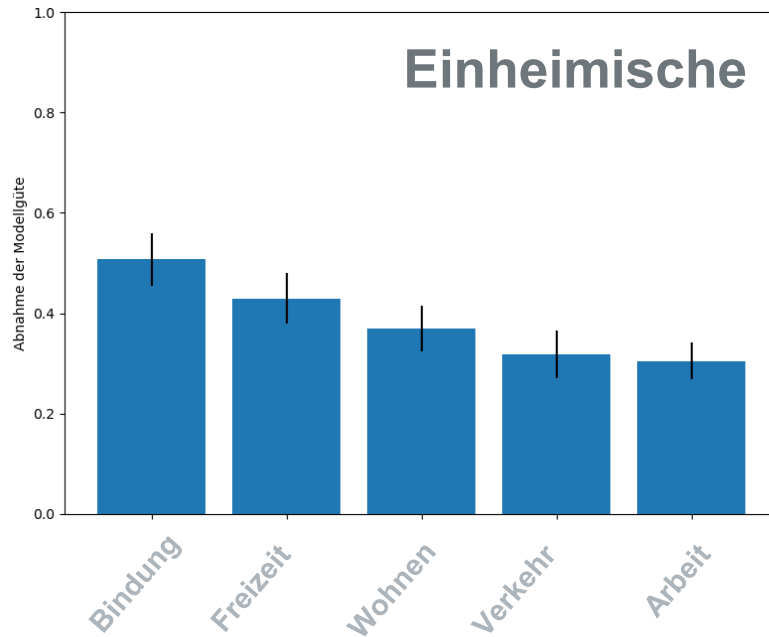
Einheimische



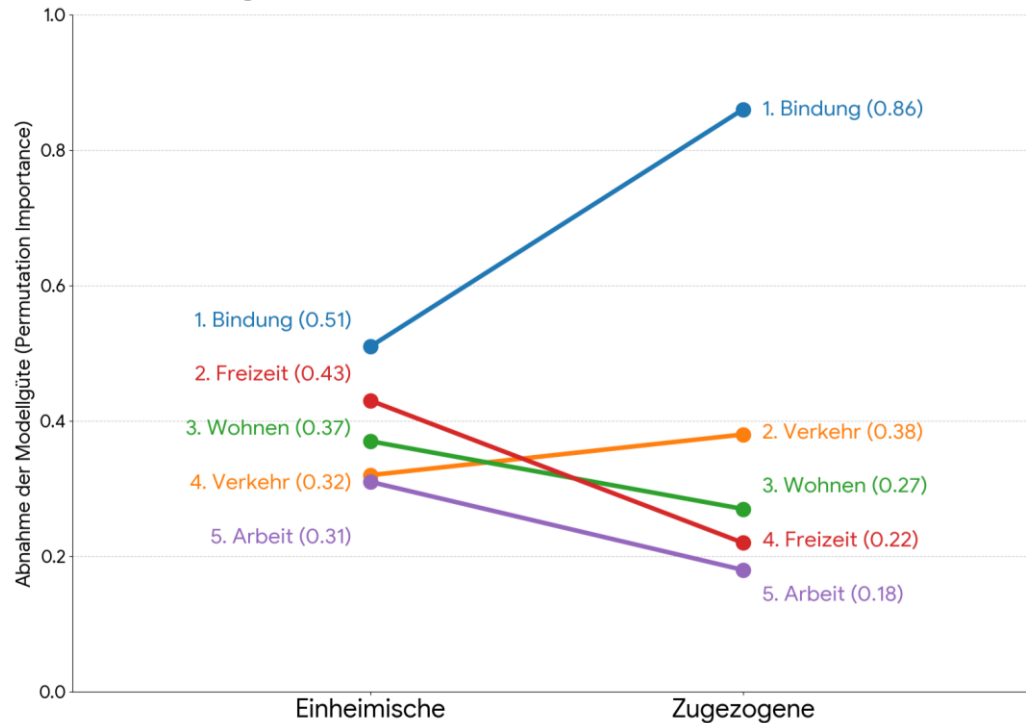
Zugezogene



Bindung hat für die Zugezogenen einen deutlich größeren Effekt auf den Bleibewunsch

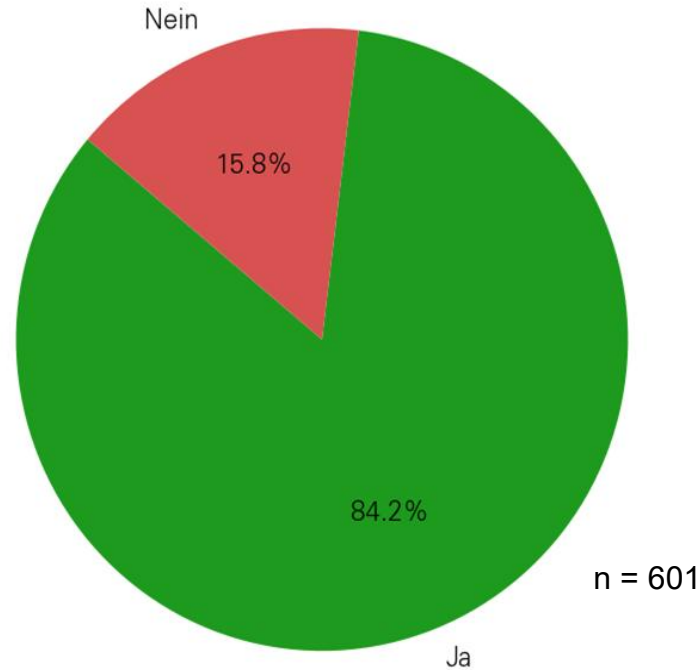


Bindung hat für die Zugezogenen einen deutlich größeren Effekt auf den Bleibewunsch

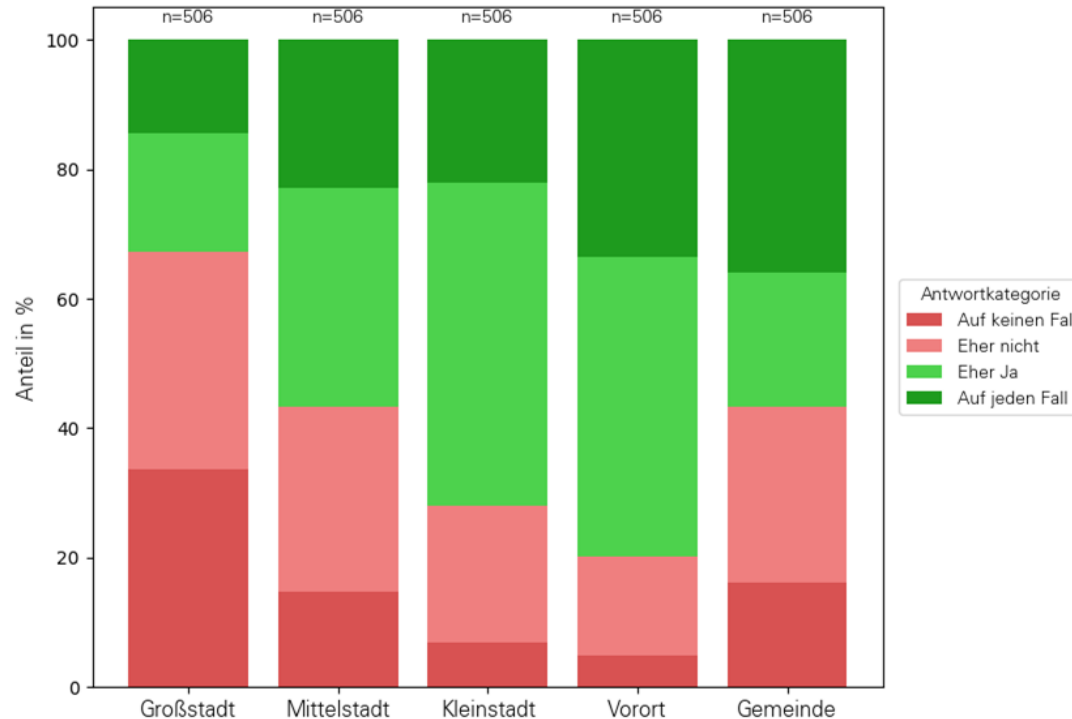


Stadts Land

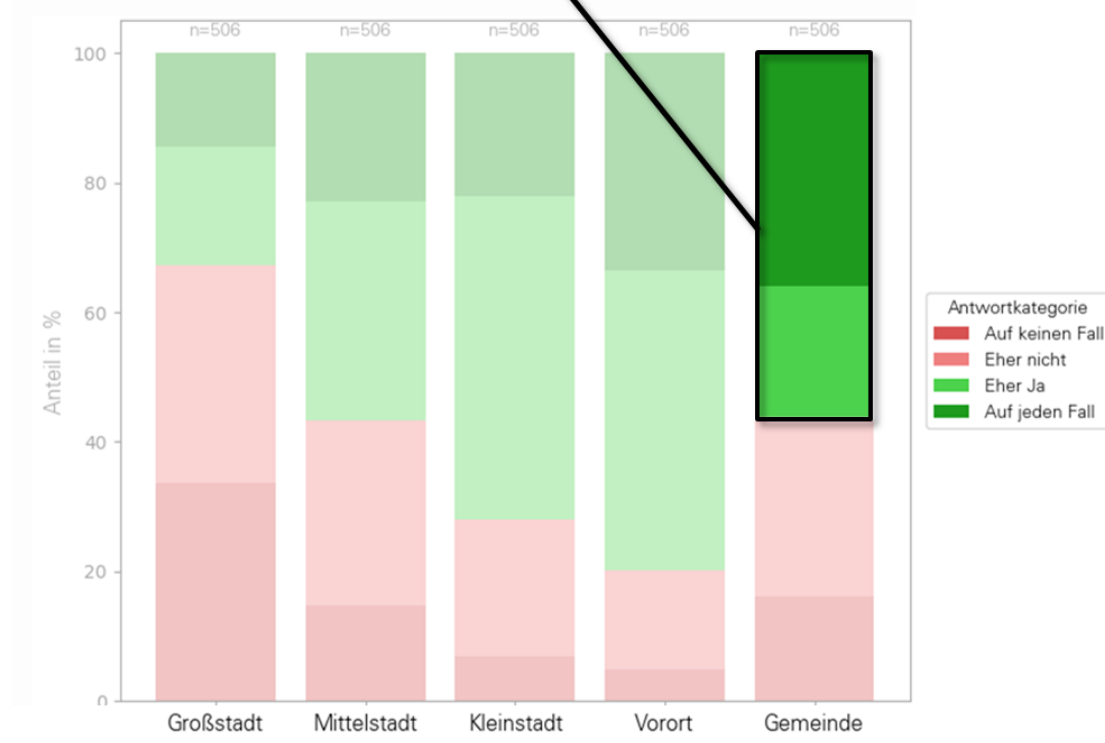
Haben Sie in Bezug auf die Wahl Ihres Wohnortes eine Präferenz für das Leben in einer Großstadt, Kleinstadt oder auf dem Land?



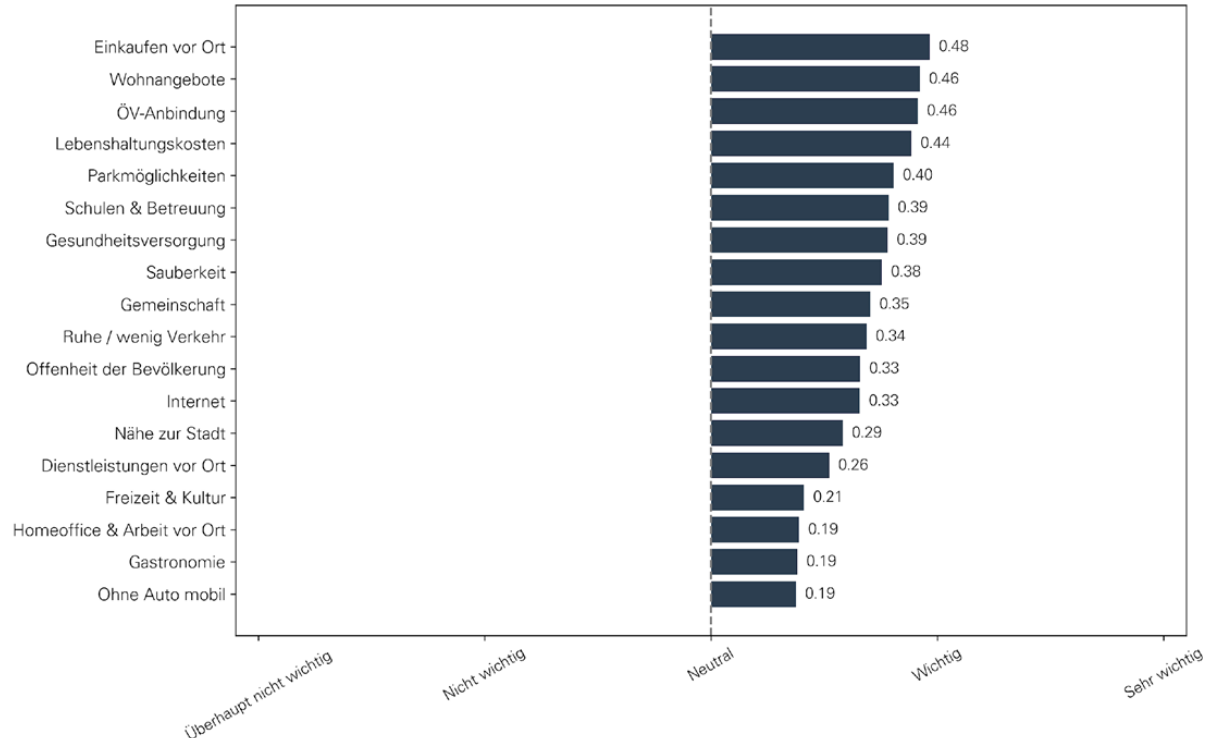
Wo können Sie sich vorstellen, nach Ihrem Studium zu wohnen?



Was müsste eine Gemeinde im ländlichen Raum bieten, damit Sie dort wohnen möchten?



Was müsste eine Gemeinde im ländlichen Raum bieten, damit Sie dort wohnen möchten?



Drei zentrale Erwartungsbereiche wurden aus 18 Einzelfragen herausgefiltert:



Faktor 1:
Anbindung
& Mobilität

- ÖV-Anschluss
- Stadtnähe
- fußläufige Erreichbarkeit ohne Auto



Faktor 2:
Lebensqualität
& Wohnen

- Internet
- Sauberkeit & Ruhe
- Parkplätze
- Wohnangebote
- Lebenshaltungskosten



Faktor 3:
Soziale
Infrastruktur

- Gesundheitsversorgung (Ärzte, Apotheken)
- Schulen & Kinderbetreuung
- Gemeinschaft (Vereine, offene Bevölkerung)
- Freizeit & Kultur
- Dienstleistungen

Qualitative Analyse

Qualitative Vertiefung durch Fokusgruppe

Zielsetzung

Vertiefung der quantitativen Umfrage durch persönliche Perspektiven, Kontext und Nuancierung

Profil der Teilnehmer

Geschlecht

5 weiblich, 4 männlich

Wohnort

2 Basel-Stadt
2 Basel-Landschaft
2 Solothurn
1 Aargau
1 Luzern
1 Saint-Louis (FR)

Alter

Mehrheit 21-25 (1 Person 30)

Studienrichtung

Bachelor Wirtschaft

Methode & Analyse

Datenerhebung

1 moderierte Fokusgruppe (Mai 2025),
Dauer ca. 60 Minuten

Auswertung

Vollständige Transkription, thematische Analyse angelehnt an Umfrage

Wiedererkennung und Bestätigung zentraler Umfrageergebnisse

Themenbereich	Bestätigung durch Fokusgruppe
Wahrnehmung Basel	Basel wird als „ <i>wunderschön</i> “, „ <i>überschaubar</i> “, „kleines grosses Dorf“ und „ <i>vielseitig</i> “ beschrieben – deckt sich mit hoher Gesamtzufriedenheit in der Umfrage.
Bleibewunsch	Zugezogene betonen eine fehlende emotionale Bindung.
Arbeitssituation	Mehrheit kann sich vorstellen in Basel zu arbeiten. Lohn, Aufstiegschancen und Jobverfügbarkeit sind zentrale Kriterien – wie auch in der Umfrage.
Wohnsituation	Hohe Wohnkosten und geringe Verfügbarkeit werden bestätigt. Nähe zu Nachbarländern als Vorteil gesehen.
Verkehr	Stau als grosses Problem bestätigt. Für die meisten ist das Pendeln von einer Stunde das Maximum.
Freizeit	Vielseitiges Freizeitangebot (v. a. im Sommer) wird bestätigt. Rhein als zentraler Begegnungsort positiv hervorgehoben.

Neue qualitative Vertiefungen und Ergänzungen

Saisonal unterschiedliche Freizeitqualität

Sommer

Rhein, Veranstaltungen, Lebensfreude → „Basel ist dann richtig lebendig“

Winter

Wahrnehmung als „tot“, „wenig los“, Stimmung „deprimierter“

Steuerliche Unterschiede beeinflussen Wohnwahl

Steuerunterschiede zwischen Gemeinden wird konkret für Wohnortwahl genannt

Besonders relevant bei ähnlicher Lage und Lebensqualität

→ Nicht Bestandteil der Umfrage, aber wichtiger Faktor bei Wohnortwahl

Temporärer Wegzug ≠ langfristiger Abbruch

Viele Teilnehmende planen temporären Wegzug (Master, Praktikum, Ausland)

Aber: starke Rückkehroption aufgrund familiärer Bindung, Freundeskreis, Heimatgefühl

→ Bleibewunsch differenziert betrachten: Wegzug als Phase, nicht als finaler Entscheid

Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Erklärungsmodelle

Psychologische Perspektive:

Place
Attachment
Affektiv

- Soziale Bindungen
- Räumliche Faktoren
- Wechselwirkung Person - Ort

Soziologische Perspektive:

Soziale Milieus
& Sozialkapital
Normativ

- Verwurzelte vs. expeditive Milieus
- Lokale vs. überregionale Netzwerke

Ökonomische Perspektive:

Humankapital-
theorie
Rational

- Kosten vs. Nutzen
- Einkommen, Karriere
- Arbeitsmarktsituation
- Mobilitätskosten
- Vorherige Mobilität

Cross-Border Perspektive:

Transnationaler
Sozialraum
Affektiv

- Trinationale Identität
- Transmobilität durch Sprache, Aufenthaltsrecht, Sozialversicherung, etc.

Standortattraktivität

- Arbeitsmarkt
- Einkommen & Lebenshaltung
- Wohnungsmarkt
- Infrastruktur & Erreichbarkeit
- Lebensqualität & Freizeit
- Soziales Umfeld & Offenheit
- Image & Zukunftsperspektive



Einflussmöglichkeiten
der Politik

Einheimische vs Zugezogene

Die konsistent positiveren Werte der Einheimischen vs. Zugezogenen erklären sich u.a. aus:

- **Place Attachment and Identity:** Stärkere emotionale Bindungen zu sozialen Netzwerken, Orten, Institutionen und kulturellen Praktiken in der Region („mein“ Ort).
- **Sozialkapital:** (Mutmasslich) höhere soziale Ressourcen fördern nicht nur emotionale Bindung, sondern auch konkrete Bleibeentscheidungen aufgrund praktischer Unterstützungsmöglichkeiten, Karrierechancen oder sozialer Verpflichtungen.
- **Mobilitätsbiografie-Hypothese:** Mobilität als normaler Bestandteil der eigenen Lebensbiografie senkt die Hemmschwelle für weitere Umzüge.

Erste Implikationen

- **Place Attachment gezielt fördern:** Zugezogene Studierende frühzeitig in regionale Netzwerke, Praxisprojekte und Communities einbinden und trinationale Identität aufbauen.
- **Regionale Talente stärken:** Studienangebote, Outreach und Übergänge für Schulabgänger:innen aus der Region gezielt ausbauen.
- **Bleibeperspektiven für Zugezogene verbessern:** Berufseinstieg erleichtern (Visa, Karriereberatung, Arbeitgeberkontakte), Rückkehrstrategien für Alumni entwickeln.
- **Wohn- und Lebensqualität als Haltefaktor stärken:** Attraktive Wohnangebote, Mobilitätsinfrastruktur und soziale Teilhabe als zentrale Standortmerkmale entwickeln.
- **Grenzüberschreitendes Fachkräftemonitoring etablieren:** Koordination zwischen Hochschulen, Wirtschaft und Politik zur langfristigen Talentbindung in der Metropolregion..

Junge Menschen nach dem Studium für das Wohnen gewinnen – Was Gemeinden wissen sollten

- **84 %** der jungen Menschen haben **klare Wohnpräferenzen** (Stadt, Land, Vorort)
- Besonders **Kleinstädte und Vororte** sind attraktiv – sie verbinden Nähe zur Stadt mit Ruhe und Wohnqualität
- **Gemeinden und Vororte** haben gute Chancen – wenn sie auf die **richtigen Faktoren** setzen
- **Ablehnung** ergibt sich meist durch fehlende Infrastruktur, Mobilität oder kulturelles Angebot

Was Gemeinden bieten müssen – Drei Erwartungsbereiche:

- **Faktor 1: Anbindung & Mobilität**
Gute ÖV-Verbindungen (auch abends/Wochenende)
Stadtnähe und Erreichbarkeit ohne Auto (z. B. Radwege, Carsharing)
Attraktive Pendeloptionen für junge Berufseinsteiger
- **Faktor 2: Lebensqualität & Wohnen**
Bezahlbarer Wohnraum, moderne Wohnangebote
Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomie, Nahversorgung
Ruhige Wohnlage, gute Umweltqualität, Parks & Freiräume
- **Faktor 3: Soziale Infrastruktur**
Gesundheitsversorgung (z. B. Hausärzte, Apotheken)
Kinderbetreuung, Schulen, Freizeitangebote
Kulturelle Angebote, Orte für Begegnung und Gemeinschaft

Handlungsempfehlungen für Gemeindepolitik

- Angebote für junge Erwachsene kommunizieren – sichtbar machen, was es bereits gibt
- Lücken schließen: Einkauf, ÖV, Begegnungsorte, Wohnen
- Beteiligung schaffen: Junge Menschen frühzeitig einbinden (z. B. Jugendforen, digitale Beteiligung)
- Stadt-Land-Kooperationen stärken – gemeinsame Planung mit Nachbargemeinden
- Wohnen als Lebensraum denken, nicht nur als Schlafstätte

Danke an ...

- Peter Billen, Tilmann Raff, Michael Jeive, Pascal Bürklin, Paul Kandzia, Lukas Thoman, Anna Dibowski, Maya Jellinghaus, Elena Jakic, Richard Hille, Nando Bürli
- die Dr. K. H. Eberle Stiftung
- die Studierenden der DHBW und FHNW, die an den verschiedenen empirischen Untersuchungen teilgenommen haben.