

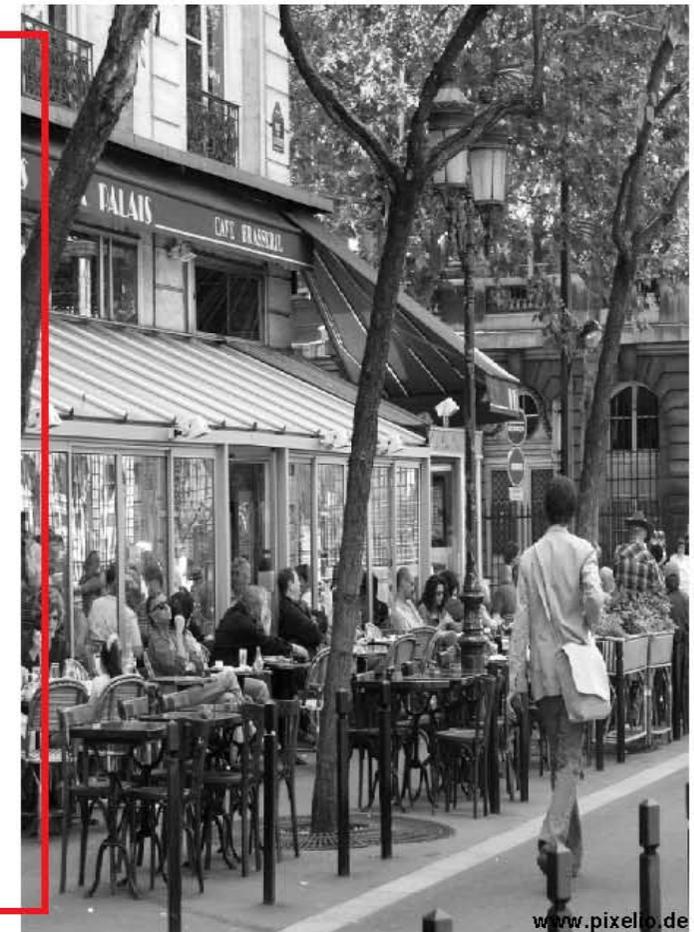


DEUTSCHLANDS COOLSTE STÄDTE – und wie Heidelberg dazu gehören kann

Heidelberg, 16. Juni 2009

Heidelberg steht im internationalen Wettbewerb um die **besten Talente** – Fünf Beobachtungen

1. Nur Städte, die die Talente der Kreativen Klasse anziehen, werden erfolgreich bleiben
2. Qualifizierte Talente werden immer knapper und selektiver bei der Wahl ihrer Stadt
3. Heidelberg gehört zu den kreativsten Städten Deutschlands mit Schwächen bei Toleranz, Urbanität und Offenheit
4. Heidelberger Talente schätzen Stadtbild und Bildungsmöglichkeiten und bemängeln Kultur- und Subkulturangebot an Ihrer Stadt
5. Heidelberg muss kreative Vielfalt stärker entwickeln um Talente zu binden



Richard Florida zeigt: Für **Kreative** ist die **Lebensqualität entscheidend** – nicht die Jobsicherheit und Bezahlung

Standortfaktoren der Kreativen Klasse

GRUNDERKENNTNIS

Arbeiter und Dienstleister:
"People follow jobs"

Kreative:
"Jobs follow people"

KRITERIEN FÜR ORTSWAHL

Arbeiter- und Dienstleister:

- 1 Job-Sicherheit
- 2 Bezahlung
- 3 Job-Verfügbarkeit

Kreative:

- 1 Lebensqualität
- 2 Berufliche Herausforderung
- 3 Berufliche Flexibilität

Klassische Standortfaktoren spielen für die Kreative Klasse bei ihrer Ortsentscheidung eine **geringe Rolle**

Entwicklungsstrategien für die Kreative Klasse

Was zieht Kreative an?

- 1 **Lebensqualität**
 - 2 **Berufliche Herausforderung**
 - 3 **Berufliche Flexibilität**
 - ⋮
- 

WICHTIG

Förderung spezifischer Stadtkultur

- Ethnische und kulturelle Vielfalt
- Urbane Wohnviertel
- Nachtleben, z.B. Musikszene, Restaurants

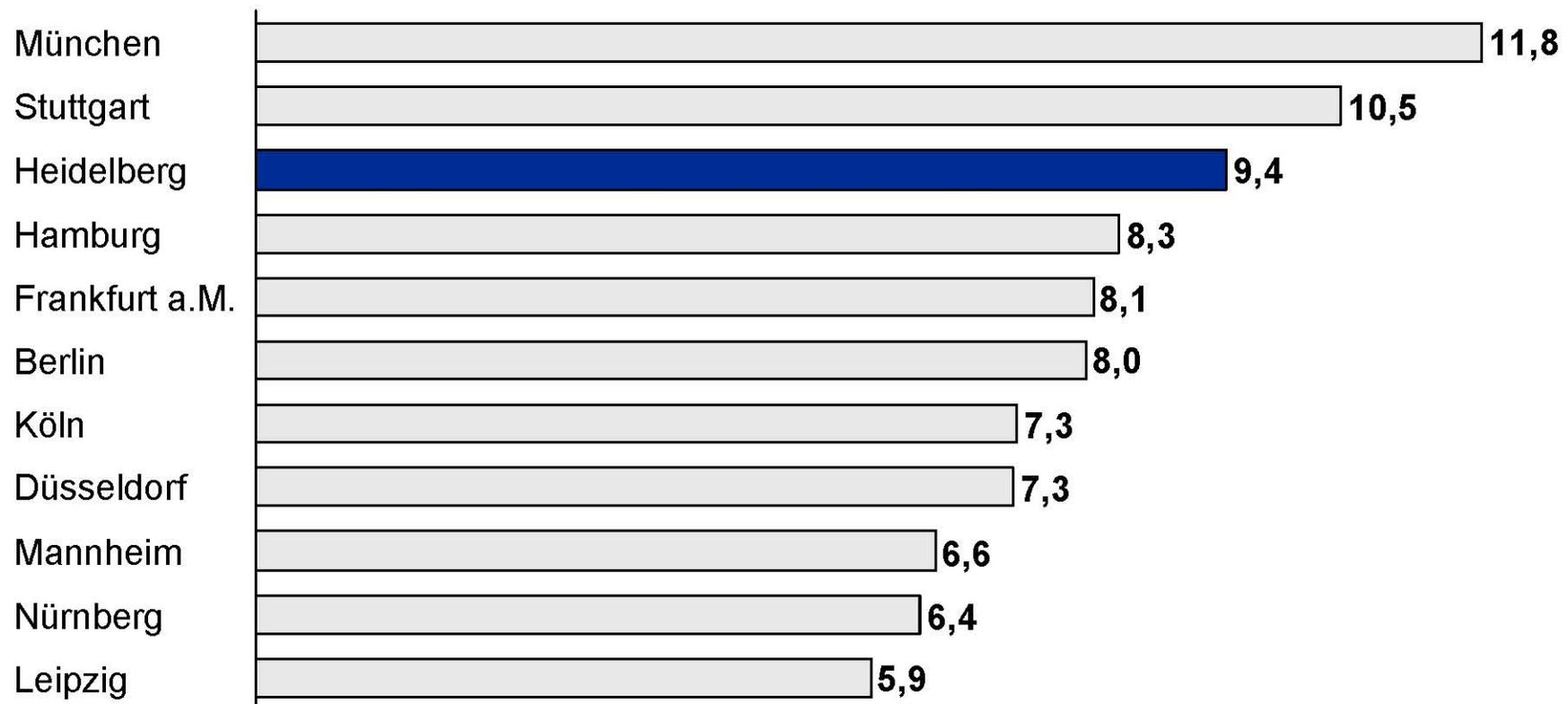
UNWICHTIG

Schaffung einer generischen Stadt

- Ansiedlung von Einkaufszentren
- Räumliche Trennung von Zuwanderern
- Mega-Sportstätten

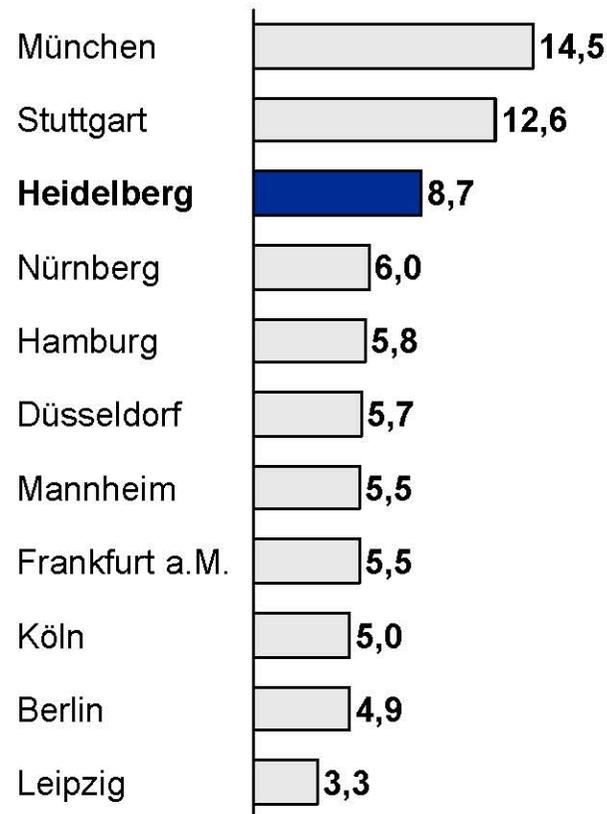
Beobachtung 3: Heidelberg bringt gute Voraussetzungen für die Zukunft mit und liegt beim RB-Kreativitätsindex auf Platz 3

ERGEBNIS DES RB-KREATIVITÄTSINDEX 2008

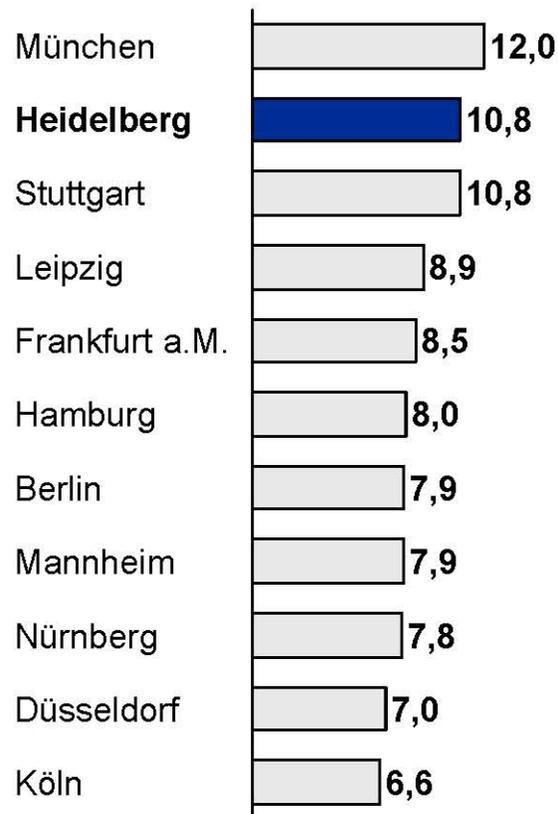


Heidelberg stark bei Technologie und Talent – Aufholbedarf bei Toleranz

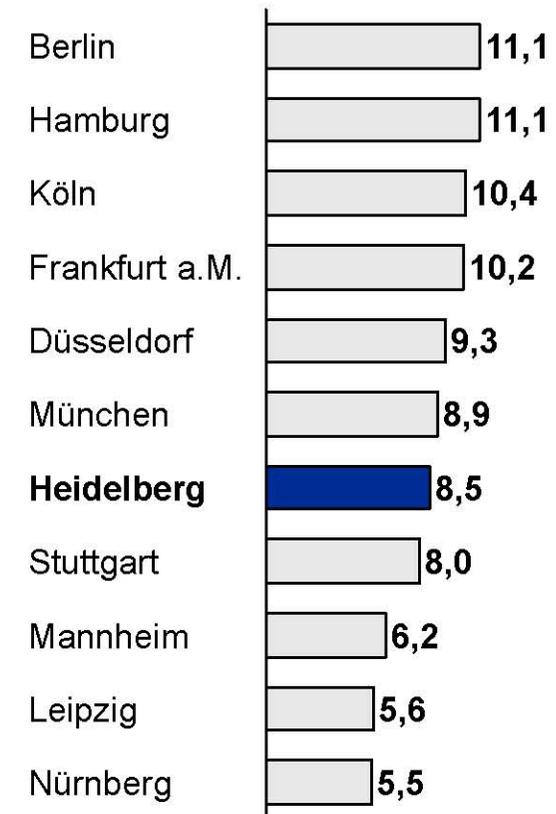
1 TECHNOLOGIEINDEX



2 TALENTINDEX



3 TOLERANZINDEX



Die Fragen "Was schätzen Talente an Heidelberg?" und "Welche Talente passen zu Heidelberg" stehen im Fokus der Marktforschung

TECHNOLOGIE

TALENT

TOLERANZ



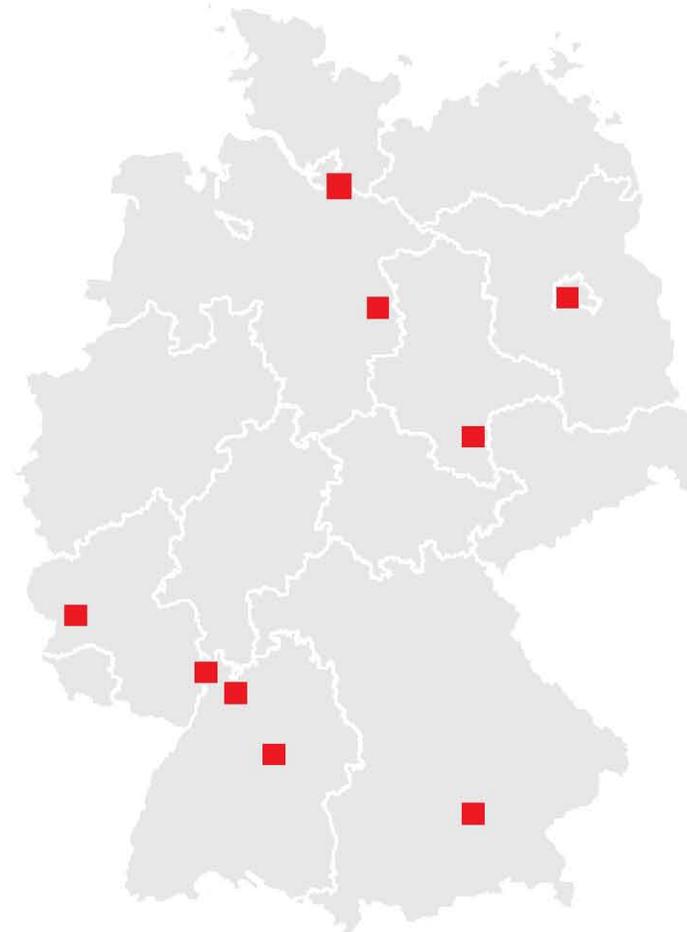
Marktforschung

- 2.500 Befragte – Studenten – Aus neun deutsche Städten
- Vielfältige Studienrichtungen: Von Ingenieurwissenschaften, Informatik, Kunst & Design, Medizin, Architektur, Geistes- und Naturwissenschaften bis zu BWL

Insgesamt 2.500 Befragten aus neun deutschen Städten beantworten wichtige Fragestellungen zu den Talentgruppen

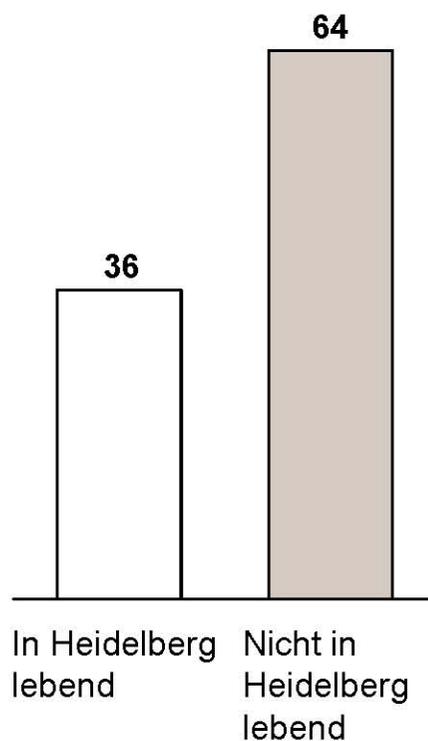
STUDENTEN

- Talentgruppen
 - Technische Innovatoren:
Ingenieurwissenschaften,
Naturwissenschaften, Informatik
 - Kreative Mitte/Kunst und Kultur:
BWL, Geistes- und Sozialwissen-
schaften, Kunst, Design, Musik
- Sample: 2.555 Studierende
 - Heidelberg (22%)
 - 8 weitere deutsche Städte
(78%)

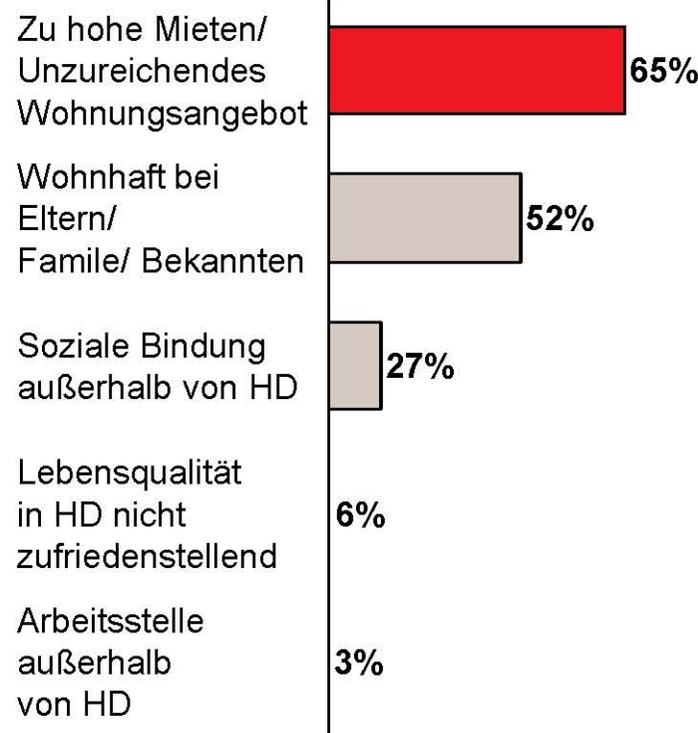


64% der Heidelberger Studenten wohnen *nicht* in Heidelberg – Wohnungsmarkt ist größtes Problem für Studenten

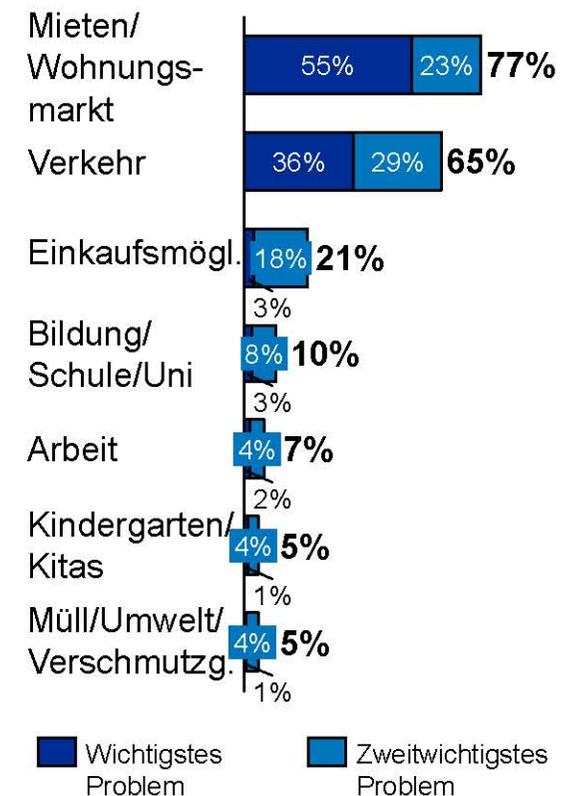
Wohnort der Studenten [%]¹⁾



Häufigste Gründe für das Wohnen außerhalb von Heidelberg²⁾



Wichtigste Problem in Heidelberg²⁾

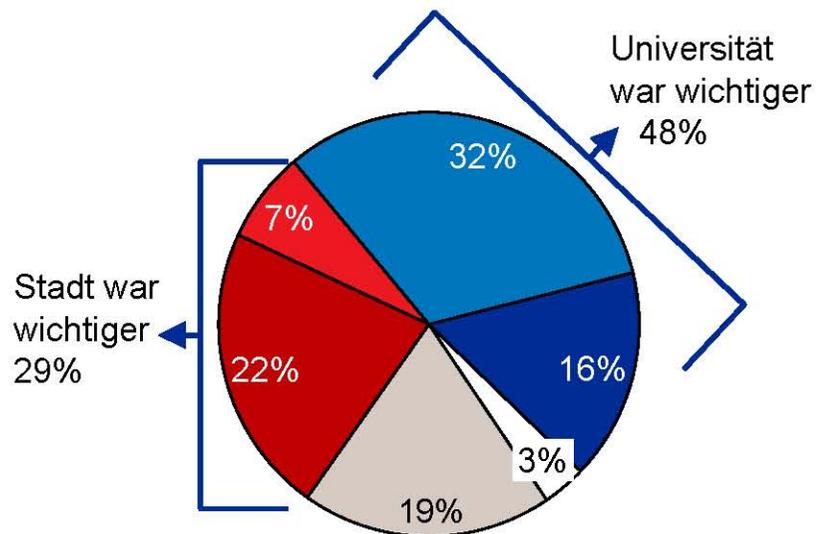


1) Studenten an Universität, PH, SRH Hochschule, HfJS, 2) Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik Heidelberg, Roland Berger Marktforschung

Studenten kommen aufgrund der Universität nach Heidelberg – Aus dem Ausland wegen der Reputation und ihrer Sprachkenntnisse

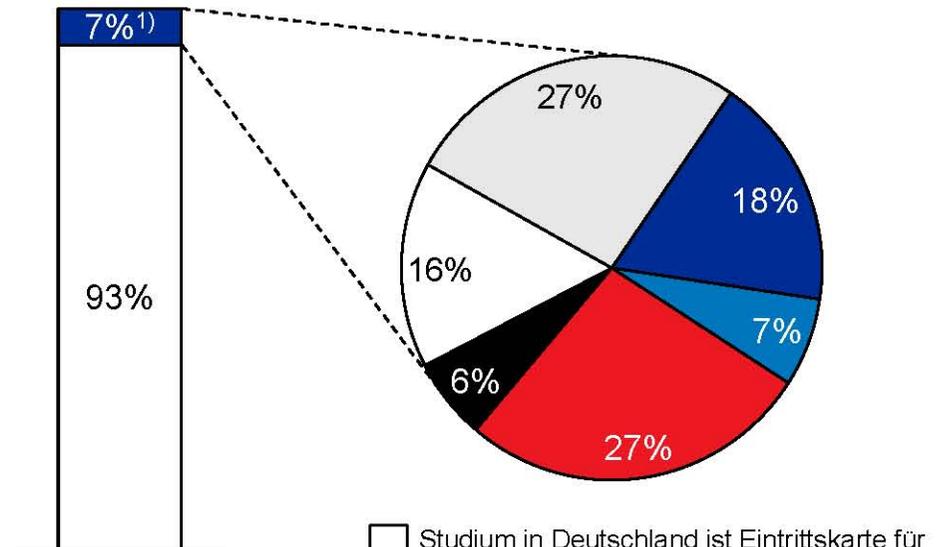
Grund um in Heidelberg zu studieren
[% der Befragten]



- Erst Auswahl einiger Städte, dann Entscheidung für Universität
- Stadt war ausschlaggebend, Wahl der Universität unwichtig
- Erst Auswahl einiger Universitäten, dann Entscheidung für Stadt
- Universität war ausschlaggebend, Wahl der Stadt unwichtig
- Keine Auswahl, Studienfach war nur an Universität belegbar
- Keiner der genannten Gründe war relevant

Quelle: Statistisches Bundesamt, Roland Berger Marktforschung

Ausländische Studenten in Heidelberg
[% der Befragten]



Land der Hochschulberechtigung

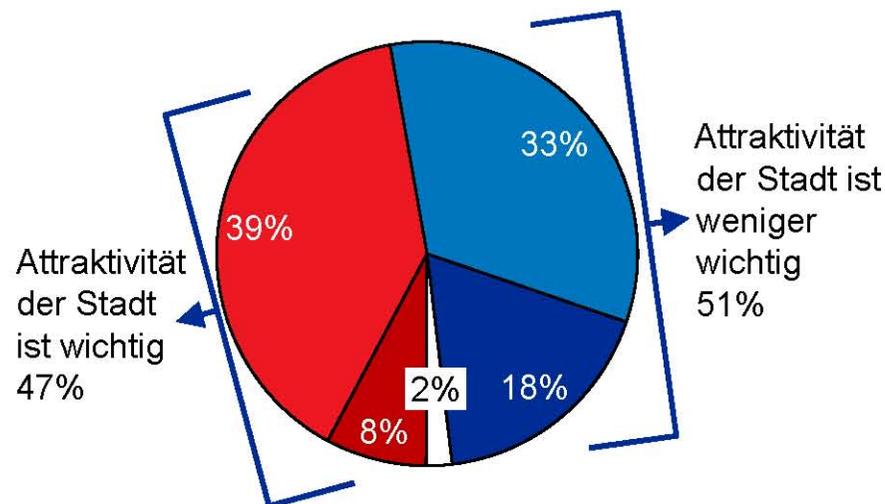
- Ausland
- Deutschland

1) Amtliche Statistik:
16% an Universität,
PH, HfJS

- Studium in Deutschland ist Eintrittskarte für intern. Arbeitsmarkt
- Deutsches Studium in meiner Fachrichtung ist international anerkannt
- In Deutschland erhält man gutes Studium für geringen Preis
- Lebensqualität in deutschen Städten ist hoch
- Aufgrund meiner Sprachkenntnisse/ Hochschulzugangsberechtigt.
- Keiner der genannten Gründe war relevant

Für 47% ist die Attraktivität der Stadt wichtig – Nur 34% der Studenten wollen nach ihrem Studium in Heidelberg bleiben

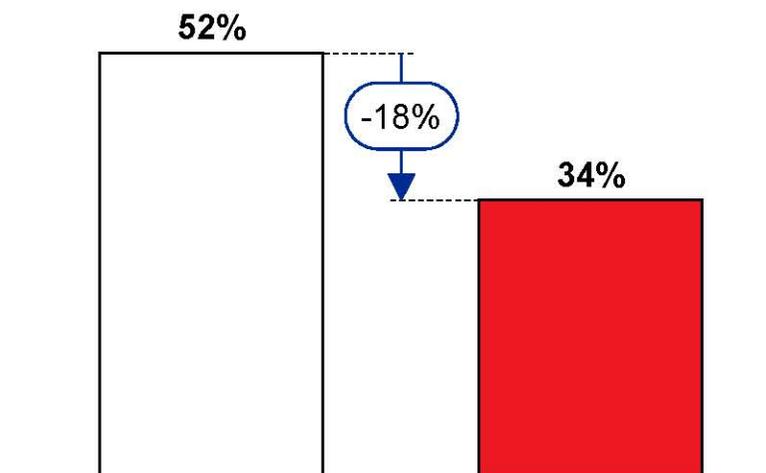
Bedeutung der Attraktivität der Stadt für Wahl des Lebensmittelpunktes [% der Befragten]



- Aufgrund der Attraktivität kommt für mich überhaupt nur eine Stadt in Frage
- Ich werde zunächst eine Vorauswahl der Städte treffen und dann dort eine Arbeit suchen
- Die Attraktivität der Stadt ist für mich weniger wichtig, andere Gründe wie Nähe zu Familie, Freunde sind wichtiger
- Die Attraktivität der Stadt ist für mich wenig wichtig, die Arbeit, Einkommensniveau und die Inhalte sind wichtiger
- Die Attraktivität der Stadt ist mir völlig egal

Pläne nach dem Studium¹⁾

Erwarten Sie eine Anstellung nach Ihren Vorstellungen in Heidelberg oder Region zu finden?
Möchten Sie nach Ihrem Studium in Heidelberg leben?



Denken eine passende Anstellung in der Region zu finden
Möchten in Heidelberg bleiben

Der Städteprofiler visualisiert die Attraktivität von Städten anhand von 8 Standortfaktoren

Attraktivitätsfaktoren für Metropolen

FAKTOREN



Atmosphäre

- Flair
- Mentalität der Bürger
- Lebensgefühl



Bildung/

- #### Wissenschaft
- Hochwertige Wissenschaft
 - Gutes Bildungsangebot



Kultur

- Hochkultur
- Off-/Unterhaltungs-/ Sub-Kultur



Moderne Stadt

- Effizienter ÖPNV
- Technischer Fortschritt
- Wirtschaftliche Dynamik



Events/Sport

- Großveranstaltungen/Festivals
- Sportangebote



Stadtbild

- Grün-/Freizeitanlagen
- Gewässer
- Attraktive Umgebung



Shopping

- Vielfältige Einkaufsmöglichkeiten
- Breites und attraktives Angebot



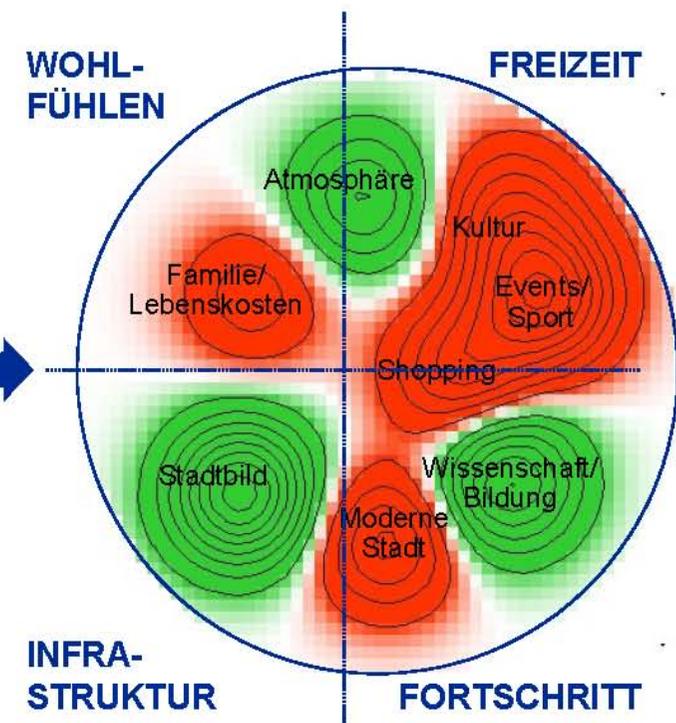
Familie/Lebenskosten

- Attraktiv für Familie
- Angemessene Lebenshaltungskosten
- Gute Kinderbetreuung

HEIDELBERG

WOHL-
FÜHLEN

FREIZEIT



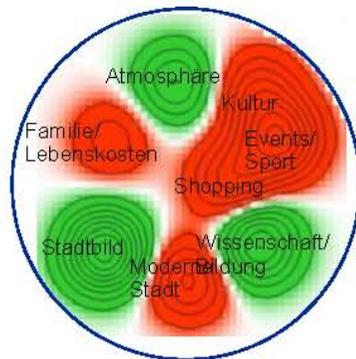
■ Überdurchschnittlich erfüllt

■ Unterdurchschnittlich erfüllt

Beobachtung 4: Unterschiedliche Wahrnehmung deutscher Städte: Heidelberg mit schönem Stadtbild, Stuttgart familienfreundlich

City-Profile im Vergleich

HEIDELBERG



Atmosphäre/Flair



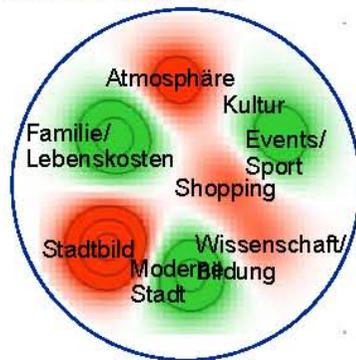
Wissenschaft
und Bildung



Stadtbild/
Grünflächen



STUTTGART



Wirtschaftliche Dynamik

Angemessene
Lebenshaltungskosten

Familienbewusstsein



Events/Sport

■ = Zustimmung / ■ = Ablehnung

- Die beiden Städte sprechen unterschiedliche Standortbedürfnisse an:
 - Heidelberg wird von Talenten als die Stadt mit einem schönen Stadtbild, hervorragender Bildung und einem angenehmen Flair wahrgenommen
 - Stuttgart gilt als moderne, familienfreundliche Stadt mit einem Mangel an Flair und Atmosphäre

Die Bedürfnisse einiger wichtiger Talente erfüllt Heidelberg derzeit nicht hinreichend

HEIDELBERG STEHT FÜR...

Athmosphäre/Flair



Wissenschaft und Bildung



Stadtbild/Grünflächen



✓ = in Heidelberg vorhanden ⚡ = Heidelberg mit Schwächen

TALENTE SIND ZUFRIEDEN MIT...

Atmosphäre/
Flair



Stadtbild/
Grünflächen



Wissenschaft/
Bildung



... EINIGE ERWARTEN ABER ZUSÄTZLICH...



Niedrige
Lebens-
haltungskosten



Wirtschaftliche
Dynamik/Aufstieg



Kultur/Sub-
kultur

... UND LEGEN KEINEN WERT AUF...



Großevents
Sportevents
Shopping

Mit Hilfe der RB Profiler Methodik wurden die Talente nach Ihren Standortbedürfnissen und Werteprofilen segmentiert



Kreative Gestalter

- Studium von künstlerischen Fächern und der Geisteswissenschaften
- Attraktivität der Stadt ist ihnen sehr wichtig – Sie schätzen urbane und lebendige, Atmosphäre, vielfältiges Kulturangebote
- Ruhe und Sicherheit ist ihnen weniger wichtig



Lebensfrohe Gründer

- Studium der Medizin, Kunst/ Design und Wirtschaft in Metropolen oder an exklusiven Unis
- Sie möchten oft selbstständig werden, ein guter Standort wird geprägt durch ein gutes Sport- und Shoppingangebot, aber auch (Sub-) Kulturszene
- Sie sind emotional vital und leistungsorientiert, legen Wert auf Prestige und Service



Rationale Innovatoren

- Studium der Ingenieurwissenschaften und Informatik sowie Wirtschaft mit technischem Schwerpunkt
- Bei der Wahl einer Stadt spielt der Job und die Nähe zur Familie und Freunden eine große Rolle
- Sie legen Wert auf Leistung und Effizienzstreben, Individualität, Innovation, Qualitäts- und Service



Unabhängige Innovatoren

- Studium der Informatik, Kunst/ Design, Geistes- sowie Ingenieurwissenschaften
- Attraktivität der Stadt spielen eine untergeordnete Rolle, wichtiger sind berufliche Entfaltungsmöglichkeiten, niedrige Lebenshaltungskosten und wirtschaftliche Dynamik ihrer Umgebung
- Zeit für sich selbst zu haben ist Ihnen wichtig



Traditionelle Dienstleister

- Studium der Wirtschafts-, Ingenieurwissenschaften und Medizin an Top-Universitäten
- Ein guter Standort bietet: Stadtbild mit Grün- und Freizeitmöglichkeiten, Qualität/ Vielfalt Bildungsangebots, Vereinbarkeit mit Wünschen der Familie
- Vitalität spielen ebenso eine Rolle wie die Leistung und Erfahrung



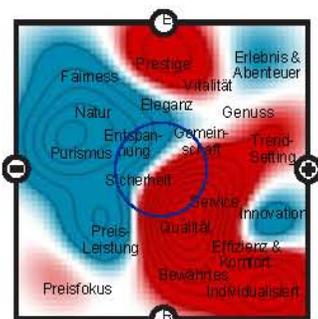
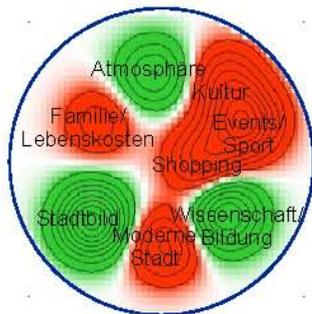
Nachhaltige Dienstleister

- Vornehmlich Studium der Geisteswissenschaften mit Priorität für Städte mit Flair – charaktervolle Studentenstädte sowie multikulturelle Großstädte
- Sie legen viel Wert auf Sicherheit, Entschleunigung, Familie- und Freunde
- Gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit sind ihnen wichtig

"Nachhaltige Dienstleister" und "Traditionelle Dienstleister" haben einen hohen Fit zu Heidelberg

FIT ZU HEIDELBERG

City-Profil



Werteprofil



HOHE ÜBEREINSTIMMUNG

MITTLERE ÜBEREINSTIMMUNG

GERINGE ÜBEREINSTIMMUNG

69% Nachhaltige Dienstleister



47% Traditionelle Dienstleister



30% Unabhängige Innovatoren



22% Rationale Innovatoren



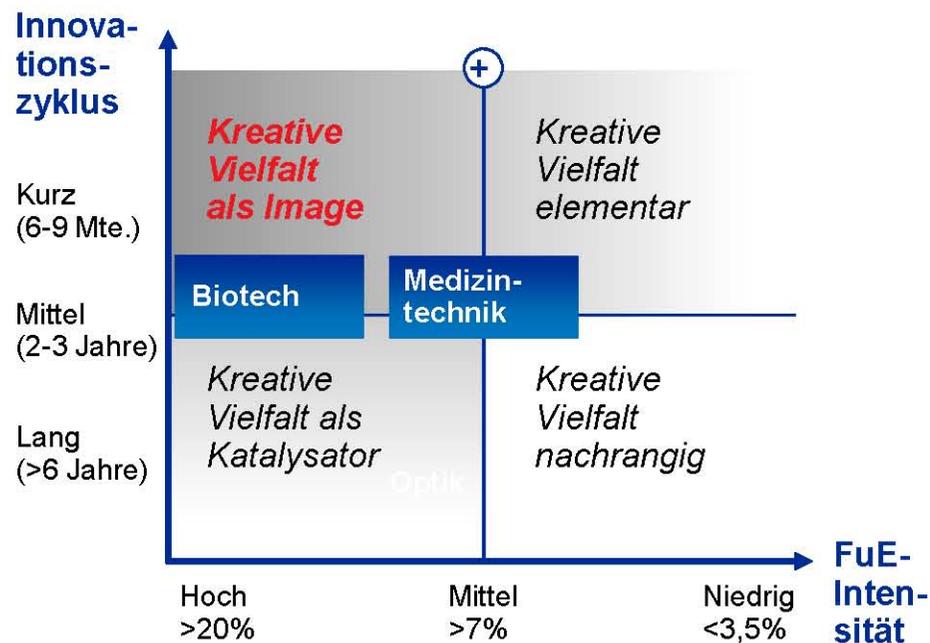
16% Lebensfrohe Gründer



13% Kreative Gestalter



Empfehlung für Heidelberg: Talente durch Kultivierung der kreativen Vielfalt binden und als wirtschaftliche Multiplikatoren nutzen



STRATEGIE: "JOBS FOLLOW TALENT"



- Heidelbergs Ausgangssituation ist gut – Universität zieht Talente an, die Heidelberg stärker binden muss, um den Wirtschaftsfaktor Kreative Klasse zu entwickeln
- Ausbau der kreativen Vielfalt und (Sub-) Kultur als Imagefaktor durch gezielte Maßnahmen, sowie stärkere Vermarktung des vorhandenen Angebots
- Stärkung und Vernetzung der Cluster in der Metropolregion, um für Innovatoren attraktiver zu werden