

Praxisprojekt Heimatliebe erbringt spannende Ergebnisse für Koblenz

Vier Master-Studierende des Fachs Pädagogik der Universität in Koblenz haben im Auftrag des Bundesverbandes Mittelständischer Wirtschaft Region Mittelrhein, der Unternehmensberatung für Markenstrategie & Design Concept X und des Transferteams der Universität Tiefeninterviews mit Rückkehrerinnen und Rückkehrern nach Koblenz geführt. Im Mittelpunkt der Interviews standen die Beweggründe des Wegzuges sowie des Rückzuges in die Heimatstadt.



(V.l.n.r.): Aylene Heyser, Alisa Häbel und Veronika Schmidt von der Universität in Koblenz eruierten, dass Jugenderinnerungen an die Heimat binden. Desiree Biegel und Tessa Vogel von Concept X sowie Sarah Walenta, BVMW, wollen Standortvorteile stärken.

Das Mastermodul „Integratives Forschungs- oder Entwicklungsprojekt“ des Studiengangs Pädagogik beinhaltet ein einjähriges Praxisprojekt, das die Studierenden in Form eines projektförmigen Auftrags bearbeiten. Im Rahmen dieses Projekts interessierte die Auftraggeber vor allem die Motive der Koblenzerinnen und Koblenzer, die aus ihrer Heimatstadt weggezogen sind und nach einer längeren Zeit an einem anderen Wohnort wieder zurückkehren. Insbesondere der Marketingspekt für Unternehmen und potentielle ArbeitnehmerInnen stand dabei im Fokus.

Die Studierenden Alisa Häbel, Aylene Heyser, Merve Menderes und Veronika Schmidt beschäftigten sich zunächst ausführlich mit dem Begriff Heimat und Migration sowie mit dem Push- und Pull-Modell der Migration von Everett S. Lee, um eine theoretische Grundlage für die Interviews zu legen. Die abstoßenden Push-Faktoren beinhalten beispielsweise sozio-ökonomische Gründe wie Arbeitslosigkeit oder fehlende Infrastruktur. Die anziehenden Pull-Faktoren umfassen unter anderem gute Jobangebote, gute Bildungs- und Wohnmöglichkeiten und ein breites Kultur- sowie Freizeitangebot.

Die Teilnehmer der acht Tiefeninterviews - sechs Frauen und zwei Männer - waren zwischen 24 und 38 Jahren alt. Während sie bezüglich sozio-ökonomischer Push- oder Pull-Faktoren kaum Aussagen machten, zeigte sich, dass die fehlende Vielfalt an Studien- und Ausbildungsmöglichkeiten bei den Befragten dazu geführt hat, Koblenz zunächst zu verlassen. Auch der Wunsch nach neuen Erfahrungen führte bei den Interviewpartnern zu einem Wegzug. Die Motivation zur Rückkehr in den Heimatort

bestand meist in der sozialen Vernetzung in Koblenz. Emotionale Gründe wie Geborgenheitsgefühle, Kindheitserinnerungen und Familie stehen deutlich im Vordergrund. Ökonomische Gründe oder besonders gute Jobangebote spielen als Beweggründe für eine Rückkehr eine untergeordnete Rolle. Positiv hervorgehoben werden darüber hinaus die günstigen Mietpreise in Koblenz in Vergleich zu den vorherigen Migrationsorten. Auch die Überschaubarkeit der Stadt und die Vielfalt der kulturellen Veranstaltungen und Möglichkeiten von abwechslungsreichen Ausflügen in der näheren Umgebung werden erwähnt.

Die Studierenden kommen in ihrem Projektbericht zu dem Ergebnis, dass das Studien- und Ausbildungsangebot in Koblenz weiter ausgebaut werden müsste, um die Region als Studentenstadt noch attraktiver zu machen. Ebenso sollten die vorhandenen Karrieremöglichkeiten durch gezielte Werbung der Unternehmen regional und überregional bekannt gemacht werden.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist die Steigerung der räumlichen Identifikation in der Gesamtbevölkerung: So sind nicht nur Kindheitserinnerungen bedeutsam, sondern auch Jugend- und Erwachsenenenerinnerungen. Dieser Faktor könnte beispielweise durch raumbezogenes Handeln wie ein Engagement im Vereinsleben gesteigert werden. „Koblenz hat schon ein gutes Angebot und zeitgleich noch viel ungenutztes Potenzial. Doch die Bindung zur Heimat wird vor allem in der Jugend stark geprägt. Deshalb ist es in dieser Phase wichtig, die Vorzüge der Stadt und der Region erlebbar zu gestalten. Um als starke Destinationsmarke wahrgenommen zu werden, ist eine deutlich stärkere Profilierung nötig, durch die begehrten Angebote und Attribute mit der Stadt Koblenz und auch mit der Region verbunden werden sollen,“ so Desiree Biegel und Tessa Vogel von Concept X. Sarah Walenta vom BVMW wird die Projektergebnisse beim Jungen Mittelstand vorstellen und gemeinsam mit diesem überlegen, wie die Ergebnisse zusammen mit Mitgliedsunternehmen ausgebaut werden könnte.