



## Medieneinladung

Ansprechpartnerin Anja-Maria Meister  
Pressesprecherin  
Hochschulkommunikation  
Telefon +49 (0) 921 / 55 - 5300  
E-Mail anja.meister@uni-bayreuth.de  
Thema **Forschung/Abwanderung/ High Potentials**

# Wissenschaftsstiftung Oberfranken fördert Studie der Uni Bayreuth: Warum verlassen High Potentials die Region?

**„Brain Drain“ und „War for Talents“ – diese Schlagworte bewegen Unternehmer und Entscheider in Oberfranken besonders stark: Zwar gibt es eine hervorragende Unternehmens- und Wissenschaftslandschaft, doch besonders die vielversprechenden Absolventen der vier Hochschulen verlassen allzu oft Oberfranken für den ersten Job nach dem Studium und kehren nie wieder zurück. Warum das so ist und was man dagegen tun kann, das möchte eine Projektgruppe am **BWL-Lehrstuhl für Marketing und Konsumentenverhalten der Universität Bayreuth herausfinden. Gefördert wird sie dabei von der Wissenschaftsstiftung Oberfranken, die dafür eine Spende der nach dem NORMA-Gründer benannten Manfred-Roth-Stiftung einsetzt.****



Eine Studie der Uni Bayreuth soll die Ursachen für das Abwandern von Wissen und Fähigkeiten aus Oberfranken aufdecken und den Trend bremsen.

Um den dynamischen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben, brauchen Unternehmen exzellent ausgebildete Mitarbeiter, die besonders lernbereit und engagiert sind sowie ein hohes Maß an Eigeninitiative und Sozialkompetenz aufweisen. Das sind genau die Eigenschaften, welche die High Potentials der oberfränkischen Hochschulen mitbringen. Entsprechend umkämpft sind diese Absolventen: Konzerne drängen an die Hochschulen und werben die besten Studierenden schon frühzeitig an. Für die Region Oberfranken, deren mittelständisch geprägte Unternehmenslandschaft und Gesellschaft wäre es aber ein Gewinn, diese High Potentials hier zu halten. „Die Studierenden werden hier hervorragend ausgebildet, sehen ihre Zukunft jedoch häufig nicht hier“, sagt Dr. Pablo Neder, wissenschaftlicher Mitarbeiter am **BWL-Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten der Universität Bayreuth.** „Wir

sehen einen systematischen Brain Drain, also das Abwandern von Wissen und Fähigkeiten. Das beschert der Region Oberfranken, die in Teilen von einem Bevölkerungsrückgang betroffen ist, einen zusätzlichen Wettbewerbsnachteil gegenüber Regionen wie München oder Berlin.“

Neder untersucht in den kommenden Monaten, warum das so ist. Dabei wird Oberfranken wie eine Marke behandelt, der Absolvent wie ein Kunde, der sich für oder gegen die Marke entscheidet. Mit den Mitteln der Konsumentenforschung (z.B. nach dem Konzept der ‚Customer Journey‘) werden baldige



Absolventen der beiden Hochschulen für angewandte Wissenschaften Hof und Coburg, sowie der Universitäten Bamberg und Bayreuth befragt: Wie sieht der Entscheidungsprozess für die Wahl des Wohnortes und des Arbeitsplatzes nach dem Studium aus und welche Faktoren beeinflussen diesen Prozess? Welche Vor- und Nachteile sprechen aus Sicht der Studierenden für ein Leben in Oberfranken bzw. an den jeweiligen Hochschulstandorten? Wie können Hochschulen, Unternehmen, Kommunen und Organisationen sowie Wirtschaftskammern dazu beitragen, Hochschulabsolventen in der Region zu halten? Aufbauend auf diesen Erkenntnissen werden in Workshops (Design Thinking) konkrete Maßnahmen abgeleitet.

Ermöglicht wird dieses Projekt durch die Förderung der Wissenschaftsstiftung Oberfranken (WSO). Sie setzt dafür eine Spende der Manfred-Roth-Stiftung ein. WSO-Vorsitzender Dr. Ekkehard Beck erklärt: „Unser Ziel ist es, den Wissenschafts- und dadurch auch den Wirtschaftsstandort Oberfranken zu stärken. Da liegt es nahe zu erkunden, wie man sogenannte High Potential-Absolventen an die Region binden kann.“ Er macht klar, dass es auch im Interesse der Hochschulen liegt, sich des Themas anzunehmen: „Die Universitäten und Hochschulen in Oberfranken stehen angesichts des demografischen Wandels in Konkurrenz mit den Universitäten und Hochschulen in den Ballungsgebieten bei der Nachfrage nach Studierenden, bei der Förderung von Absolventen und bei der Gewinnung von hochqualifizierten Wissenschaftlern für Professuren und Lehrstühle. Nicht nur deshalb ist es von großem Interesse für Universitäten, Hochschulen und Unternehmen zu wissen, welche Gründe und Motive die Absolventen veranlassen, die Region zu verlassen.“

### Termin Scheckübergabe

**Datum/Zeit:** Mittwoch, 11. Juli, 10:00 Uhr

**Ort:** vor dem Gebäude RW I, Universität Bayreuth, Universitätsstraße 30, 95447 Bayreuth

**Anwesend:** NORMA-Niederlassungsleiter Röttenbach, Franz Fritzenschaft, Verkaufsleiter Röttenbach, Lutz-Ulrich Schott, WSO-Vorsitzender Dr. Ekkehard Beck, Maria Knott-Lutze, Kanzlerin der Hochschule Coburg, Dr. Hans F. Trunzer (WSO), Prof. Dr. Martin Leschke, Dekan der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und Dr. Pablo Neder, Wissenschaftlicher Mitarbeiter Lehrstuhl für BWL III, Marketing & Konsumentenverhalten

### Kontakt:

**Dr. Pablo Neder**

Lehrstuhl für BWL III: Marketing & Konsumentenverhalten Universität Bayreuth

RW I, Zimmer 2.166

Universitätsstraße 30

95447 Bayreuth

Tel: +49 (0) 921 / 55-6135

Mail: [pablo.neder@uni-bayreuth.de](mailto:pablo.neder@uni-bayreuth.de)

<http://www.marketing.uni-bayreuth.de>

### Über die Universität Bayreuth

Die Universität Bayreuth existiert seit 1975 und ist eine der erfolgreichsten jungen Universitäten in Deutschland. Sie liegt im ‚Times Higher Education (THE) Young University Ranking‘ 2018 auf Platz 30 der 250 weltweit besten Universitäten, die jünger als 50 Jahre sind. Interdisziplinäres Forschen und Lehren ist Hauptmerkmal der 151 Studiengänge an sechs Fakultäten in den Natur- und Ingenieurwissenschaften, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften sowie den Sprach-, Literatur und Kulturwissenschaften. Die Universität Bayreuth hat rund 13.400 Studierende, ca. 1.200 wissenschaftliche Beschäftigte, 240 Professorinnen und Professoren und etwa 950 nichtwissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie ist der größte Arbeitgeber der Region. (Stand 01.01.2018)