

**JUGENDSTUDIE  
MÜNSTERLAND,  
OSTWESTFALENLIPPE  
UND SÜDWESTFALEN 2020 –  
CHANCEN UND PERSPEKTIVEN**





# INHALT

Vorwort	4
DAS SIND WIR – Münsterland e.V., OstWestfalenLippe GmbH und Südwestfalen Agentur GmbH	6
UTOPIA Südwestfalen: Jugendkonferenz und Denkwerkstatt	9
ERGEBNISSE DER JUGENDSTUDIE MÜNSTERLAND, OSTWESTFALEN- LIPPE UND SÜDWESTFALEN 2020	13
• Bindung an die Region	14
• Mobilität	16
• Zukunftswünsche	18
• Freizeitwünsche	22
• Bleiben oder Gehen	24
ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	26
JUGENDLICHE IN DEUTSCHLAND UND DEN WESTFÄLISCHEN REGIONEN – Ein Kommentar von Prof. Dr. Mathias Albert	27
WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE JUGENDSTUDIE FÜR UNSERE REGIONEN?	30
UNSERE AKTIONSFELDER	31
AUSGEWÄHLTE ANGEBOTE IN UNSEREN AKTIONSFELDERN	32
FAZIT	34
DAS LIEGT UNS AM HERZEN	37
STATEMENTS AUS UNSEREN REGIONEN	38

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Leserinnen und Leser,



wann haben Sie in der jüngeren Vergangenheit in Ihrer Arbeit 800 Mal ungefiltertes und gleichzeitig konstruktives Feedback erhalten? Wertvolle Rückmeldungen für Entscheidungsfindungen in dieser Häufigkeit sind rar gesät.

Auch wenn der Name Jugendstudie es vielleicht nicht unmittelbar impliziert, steckt genau das hinter der Begrifflichkeit: fundierte Fragen und Gespräche mit den Jugendlichen und jungen Menschen der drei Regionen Münsterland, OstWestfalenLippe und Südwestfalen; ihr unverstellter Blick auf ihre Heimat — mit allen Vor- und Nachteilen.

Wir, die drei westfälischen Regionen, haben uns gemeinsam dieser Jugendstudie angenommen: Denn Probleme machen nicht Halt an Ortsschildern und Grenzmarkierungen. Gerade in ländlich strukturierten Räumen stehen wir vor der Herausforderung, jungen Menschen moderne Lebensentwürfe zu ermöglichen und ihnen somit Alternativen zu den Metropolregionen zu bieten.

Die Ergebnisse der Studie sprechen Probleme an, machen aber gleichsam Mut, dass uns Lösungen gelingen können. Die viel beschriebene Landflucht lässt sich beispielsweise nicht erkennen, dagegen werden die Defizite in der Mobilität von den jungen Menschen klar benannt — auch weil es für sie nicht nur bedeutet, von A nach B zu kommen: „Mobil zu sein“ ist für sie verbunden mit Teilhabe am gesellschaftlichen und kulturellen Leben.

Ausgehend von den Erkenntnissen der Jugendstudie lassen sich wichtige Kernthemen benennen und so konkrete Angebote für die jungen Menschen in unseren Regionen ableiten. Ob die Coronakrise ihre Anspruchshaltung und Gewichtung verändert oder Einfluss auf die Gestaltungsmöglichkeiten nimmt, lässt sich noch nicht absehen. Unser Anspruch aber bleibt unverändert: Die Regionen gemeinsam mit den Menschen zu gestalten, bedeutet insbesondere die Einbindung jener, denen die Zukunft gehört. Das heißt, wir müssen ihre Bedürfnisse in der Regionalentwicklung wie auch in den Strukturprogrammen REGIONALE 2022 und 2025 berücksichtigen.

Wir wünschen gute Erkenntnisse!

”

Um die Stärken der drei Regionen weiterzuentwickeln, sind kraftvolle Partner sowohl inner- als auch außerhalb der Region von großem Wert. Die Regionen in Westfalen ähneln sich in vielerlei Hinsicht. Da liegt es nahe, Wissen und Ressourcen zu bündeln, um für vergleichbare Herausforderungen neue Erkenntnisse und Lösungsansätze zu suchen und zu finden. Nicht zuletzt gewinnt unser gemeinsames Wort so auch an Gewicht gegenüber Dritten.

“



  
Klaus Ehling,  
Vorstand  
Münsterland e.V.



  
Herbert Weber,  
Geschäftsführer  
OstWestfalenLippe GmbH



  
Hubertus Winterberg,  
Geschäftsführer  
Südwestfalen Agentur GmbH

# DAS SIND WIR



Das Münsterland ist grün und bunt, kultiviert, modern, voller Gemeinschaft und Herz: Die Region, die die vier Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf sowie die Stadt Münster umfasst, ist eine Region voller Potenzial für DAS GUTE LEBEN. Die rund 1,6 Millionen Münsterländerinnen und Münsterländer bewegen sich auf gut 5940 Quadratkilometern in einem Spannungsfeld zwischen Stadt und Land, Tradition und Moderne, Bodenständigkeit und innovativer Kraft. Als Regionalmanagement-Organisation mit Markenführung initiiert und koordiniert der **Münsterland e.V.** Projekte für die und aus der Region und leistet Netzwerkarbeit in den Themenfeldern Wirtschaft und Wissenschaft, Kultur und Tourismus. Rund 50 Beschäftigte arbeiten mit viel Herz daran, die Region weiterzuentwickeln – denn genau bei ihnen laufen die Fäden zur Umsetzung regionaler Interessen zusammen: Mit dem Ziel, das Münsterland als innovativen, attraktiven und leistungsfähigen Stand- und Urlaubsort zu stärken, erreicht die Organisation ein hohes Maß an Effektivität, Transparenz und regionalem Konsens. Weitere Informationen finden Sie unter [www.muensterland.com](http://www.muensterland.com). [#dasguteleben](https://www.instagram.com/dasguteleben)



Die **OstWestfalenLippe GmbH** – Gesellschaft zur Förderung der Region – ist die Regionalentwicklungs- und Regionalmarketinggesellschaft für OstWestfalenLippe. Träger sind die Kreise Gütersloh, Herford, Höxter, Lippe, Minden-Lübbecke, Paderborn sowie die kreisfreie Stadt Bielefeld und der „Wirtschaft und Wissenschaft für OWL e.V.“, in dem Wirtschaft und Hochschulen aus OWL zusammengeschlossen sind. Seit über 27 Jahren arbeitet die Gesellschaft daran, die Position der Region im Standortwettbewerb zu stärken und einen Beitrag zur Zukunftssicherung des Wirtschafts- und Kulturraums zu leisten. Zu den entsprechenden Handlungsfeldern gehören die wirtschaftsorientierte Regionalentwicklung, Tourismusmarketing, die Koordination regionaler Kulturförderung sowie die regionale Umsetzung arbeitsmarktpolitischer Programme des Landes NRW. Unter der Überschrift „Wir gestalten das neue UrbanLand OstWestfalenLippe“ richtet die Gesellschaft die REGIONALE 2022 aus. Innovative Projekte sollen Stadt und Land näher zusammenbringen und für gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz OWL sorgen. Weitere Informationen finden Sie unter [www.ostwestfalen-lippe.de](http://www.ostwestfalen-lippe.de).

Um mit klugen Ideen, Tatkraft und koordiniertem Handeln gemeinsam die Region Südwestfalen zu stärken, wurde die Südwestfalen Agentur GmbH 2008 gegründet. Getragen wird sie durch die fünf Kreise Südwestfalens: Olpe, Soest, Siegen-Wittgenstein, Hochsauerlandkreis und Märkischer Kreis sowie den Verein „Wirtschaft für Südwestfalen e.V.“. Die Agentur bündelt die Kräfte von Politik und Wirtschaft in der Region. Sie moderiert und forciert die Umsetzung mehrerer Förderprogramme. Bei der REGIONALE 2025 etwa entwickeln viele Partner mit ihr innovative Projekte, um Antworten auf die sich verändernden Herausforderungen für Leben, Wohnen und Arbeiten in der Region zu geben. Ergänzend koordiniert sie zusammen mit den Kommunen die Smart-City-Strategie Südwestfalens und bindet mit der Jugendkonferenz UTOPIA junge Leute in die Zukunftsgestaltung ein. Unter dem Dach der Regionalmarketing-Kampagne „Südwestfalen – Alles echt“ sorgt die Agentur dafür, das außergewöhnliche Profil der wirtschaftsstarke und grünen Region deutschlandweit bekannt zu machen und Schülern, Studierenden und Fachkräften ihre vielfältigen Perspektiven aufzuzeigen. Weitere Informationen finden Sie unter [www.suedwestfalen-agentur.de](http://www.suedwestfalen-agentur.de).



# UTOPIA SÜDWESTFALEN JUGENDKONFERENZ UND DENKWERKSTATT



Die demografischen Entwicklungen stellen besonders ländlich geprägte Räume, die auch zukünftig attraktiv zum Leben und Arbeiten bleiben wollen, vor Herausforderungen. Dabei hängt deren Zukunft stark mit den Wünschen und Perspektiven junger Menschen zusammen. Doch wie beurteilen junge Menschen ihre Zukunft hier? Welche Veränderungen wünschen sie sich, die die Region dauerhaft attraktiv machen? Was hält sie in ihren Dörfern und Städten? Was zieht sie hinaus, wie lassen sie sich nach der Ausbildung oder dem Studium zur Rückkehr bewegen?

# UTOPIA SÜDWESTFALEN JUGENDKONFERENZ

Mit diesen und ähnlichen Fragen beschäftigt sich die **Jugendkonferenz** und **Denkwerkstatt UTOPIA Südwestfalen** seit 2015 gemeinsam mit jungen Menschen im Alter von 16 bis 26 Jahren. Organisiert von der Südwestfalen Agentur GmbH erhalten sie in regelmäßigen Veranstaltungen den Raum, frei, quer und visionär zu denken – konkret zu der Zukunft ihrer Region. Dabei bekommen sie spannende Einblicke in laufende Prozesse der regionalen Entwicklung und die Möglichkeit, gemeinsam eigene Ideen zu verwirklichen.

Die konstruktiven und zukunftsweisenden Ideen und Blickwinkel der jungen Menschen werden Vertreterinnen und Vertretern aus Politik und Wirtschaft sowie auf Fachvorträgen und Messen vorgestellt und fließen in die Prozesse der REGIONALE 2025 ein. Der monatlich tagende UTOPIA-Beirat, gewählt im Rahmen der Denkwerkstätten, vertritt außerdem die Stimmen der jungen Menschen in den Gremien der REGIONALE 2025. „Wir beschäftigen uns in Südwestfalen schon lange mit dem Thema, junge Menschen stärker einzubinden. Wir haben über die Jahre immer wieder Projekte initiiert und durchgeführt, aus denen dann schließ-

lich die Idee der UTOPIA erwachsen ist“, erläutert Dr. Stephanie Arens, Leiterin der REGIONALE 2025 und Prokuristin der Südwestfalen Agentur GmbH.

Die dabei entstandenen Projekte sind ganz unterschiedlich. Neben einem Jugendfilmprojekt zur Zukunft der Dörfer gab es einen südwestfälischen Schüler\*innenwettbewerb, in dem Schüler\*innen aus der Region das Brettspiel „Vision Südwestfalen“ für den Einsatz im Unterricht entwickelt haben. Das Spiel wurde an alle Schulen Südwestfalens verteilt und kann nun im Unterricht eingesetzt werden. Auch das „Gap Year Südwestfalen“, ein Berufsorientierungsjahr für junge Menschen, fand in der UTOPIA seinen Ursprung. Die Jugendkonferenz und Denkwerkstatt UTOPIA wurde 2015 ins Leben gerufen und wird seit 2017 als Modellvorhaben vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert. Auch darüber hinaus plant die Südwestfalen Agentur GmbH, die erfolgreichen Dialoge mit der jungen Generation fortzuführen. Die Jugendstudie bietet unseren Regionen dabei ein starkes Fundament, um Dialogformate mit jungen Menschen weiterzuentwickeln und auszubauen.



*In den Gremien der REGIONALE 2025 zählt unsere Meinung genauso wie die Stimmen aus Wirtschaft, Politik und gesellschaftlichen Organisationen.*

*Wir beraten gemeinsam über Projekte und Ideen. Das ist cool, denn wir jungen Menschen brauchen mehr Möglichkeiten, mitreden zu können und uns einzubringen.*

Mike



*Bei den UTOPIA-Veranstaltungen merke ich immer wieder, wie toll und wichtig der Austausch mit anderen engagierten jungen Leuten ist. Auch wenn wir vielleicht 80 Kilometer voneinander entfernt wohnen, stehen wir vor den gleichen Fragen und Herausforderungen.*

Rabea



## ERGEBNISSE DER JUGENDSTUDIE MÜNSTERLAND, OSTWESTFALENLIPPE UND SÜDWESTFALEN 2020

Auswertung und Kommentierung von Iris Morgenstern /  
Institut für Bildungskoooperation, Münster

Im Sommer 2019 wurden im Auftrag der drei westfälischen Regionen 779 junge Menschen aus OstWestfalenLippe, Südwestfalen und dem Münsterland mit Hilfe eines Onlinefragebogens befragt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind zwischen 16 und 26 Jahren alt. Sie gehen zu Schule, studieren oder sind bereits berufstätig. Alle sprechen Deutsch und manche von ihnen zusätzlich Türkisch, Russisch, Niederländisch oder eine andere Sprache.

Sie beantworteten Fragen dazu, wie es ihnen in der Region geht, was ihre Interessen sind und was sie sich für die Zukunft wünschen.

Aufbauend auf den Ergebnissen der standardisierten Befragung wurden zu Beginn des Jahres 2020 zusätzlich 18 Jungen und Mädchen persönlich befragt. Sie kommen im Folgenden auch zu Wort.

## BINDUNG AN DIE REGION

Alle jungen Menschen sehen gute berufliche Perspektiven für sich. Solange nicht ausgefallene Berufe gewählt werden, sind sich Jungen wie Mädchen sicher, zukünftig gefragte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu sein. Das betrifft sowohl diejenigen, die einen Hochschulabschluss anstreben als auch Jungen und Mädchen, die einen handwerklichen oder

kaufmännischen Beruf erlernen. Sie fühlen sich in der Region zu Hause und leben gerne hier. Ihr Verhältnis zu den Eltern ist gut und auch zur entfernteren Familie haben sie in der Regel ein gutes Verhältnis. Freundeskreise und Sportvereine tun ein Übriges, um die jungen Menschen in der Region zu halten. Auffällig ist, dass die jungen Menschen etwas weniger

entschieden sind, wenn es darum geht, ihre Lebensziele in der Region verwirklichen zu können. Zu ihren Lebenszielen gehören in der Regel Partnerschaft und eine eigene Familie. Zum jetzigen Zeitpunkt ist für die jungen Menschen noch nicht abzusehen, ob auch der oder die Partnerin in der Region einen Job finden wird. Deshalb sind sie bei der Beant-

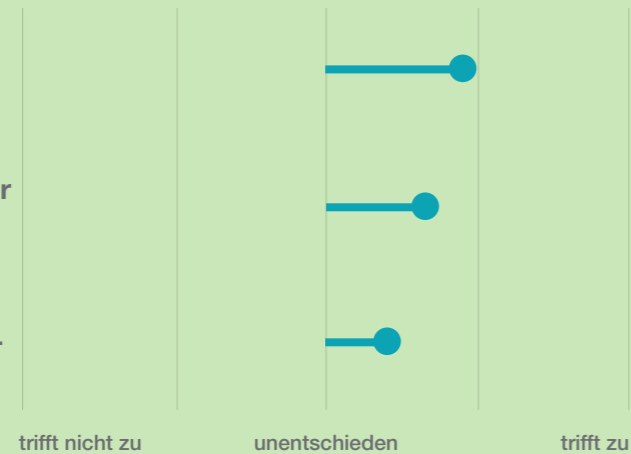
wortung dieser Frage noch zögerlicher. Fakt ist aber auch, dass sich Zukunftsvorstellungen über alternative Mobilitätskonzepte im Moment noch nicht verwirklichen lassen. Auch das kann einen Einfluss auf die Einschätzung haben, wie gut sich Lebensziele insgesamt in der Region verwirklichen lassen.

## WIE BIST DU AN DIE REGION GEBUNDEN?

Ich habe in der Region berufliche Perspektiven.

Ich fühle mich in der Region zu Hause.

Ich kann in der Region meine Lebensziele verwirklichen.



Quelle: Onlinebefragung



## ZITATE

*Ich liebe das Leben auf dem Dorf. Selbst jetzt, wo ich in der WG in der Stadt wohne, fahre ich oft zu meinen Eltern, weil mir das Dorfleben fehlt.*

(Mia, 17 Jahre)

*Wir streben ja beide Berufe an, die im Moment sehr gesucht sind. Ich gehe davon aus, dass wir uns die Arbeitsstellen werden aussuchen können.*

(Cellia und Henry, 19 und 21 Jahre)

*Ich muss zum Studieren erst einmal weggehen. Aber ich will danach unbedingt wieder in die Region kommen, um in der Nähe meiner Eltern zu sein, wenn diese einmal Hilfe brauchen. Meine Familie steht mir sehr nahe.*

(Sophie, 18 Jahre)

*Meine Schwester ist Maskenbildnerin. Die arbeitet natürlich nicht hier in der Gegend, sondern geht für einzelne Filmprojekte jedes Mal woanders hin.*

(Leander, 24 Jahre)



# MOBILITÄT

Mobilität ist DAS Thema unter jungen Menschen. Der fehlende, unzureichend organisierte und unzuverlässige Nahverkehr verhindert Freizeitaktivitäten, reduziert die Chancen bei Bewerbungen, verlängert den Verbleib im Schul- und Übergangssystem und führt zur Gefährdung der jungen Menschen, wenn letzte Anschlüsse nicht erreicht werden oder Busse und Züge ein-

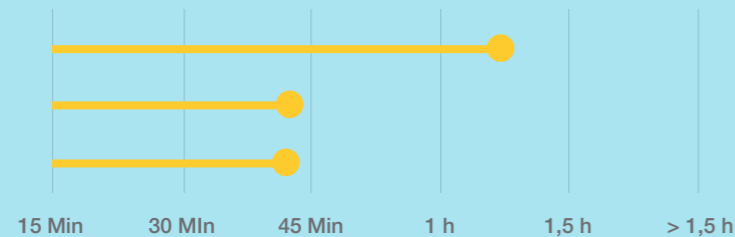
fach ausfallen. Selbst der vorgeschriebene Schulbesuch kann im Extremfall nicht sichergestellt werden, wenn Haltestellen wegen ungünstiger Witterungsverhältnisse nicht angefahren werden. Die jungen Menschen sind auf ihre Eltern angewiesen, solange sie noch nicht volljährig sind. Weniger privilegierte Jugendliche fühlen sich im Stich gelassen und dieses Gefühl

nehmen sie in ihr Erwachsenenleben mit. Der Nahverkehr ist DIE Kontaktstelle der jungen Menschen mit der örtlichen Infrastruktur. Es wundert also nicht, dass sie die Region auch nach ihren Mobilitätsangeboten bewerten. Auch Jugendliche im ländlichen Raum sind umweltbewusst und wünschen sich Alternativen zum motorisierten Individualverkehr. Bei einigen

Personen führt die Frustration auch dazu, dass ihr Interesse an größeren Städten wächst. Vermutlich ist die negative Mobilitätserfahrung auch ein Grund dafür, dass die jungen Menschen – obwohl sie sich heimisch fühlen und gute berufliche Chancen sehen – glauben, ihre Zukunftspläne nur mit Einschränkungen in der Region verwirklichen zu können.

## WELCHE FAHRZEITEN WÜRDDEST DU MAXIMAL AKZEPTIEREN?

in der Freizeit  
zur Arbeit  
zur Schule



Quelle: Onlinebefragung



Meine Freundin macht eine Ausbildung in Kassel. Wenn ich hier mit der Schule fertig bin, werde ich da auf jeden Fall auch hingehen. **Ich will keinesfalls mein ganzes Leben lang auf das Auto angewiesen sein.**

(Hannes, 19 Jahre)

Ich wollte vor einem halben Jahr mal mit dem Zug nach Köln zu einem Konzert fahren. Ich hatte extra einen Zeitpuffer eingebaut. **Aber dann ist der Zug ausgefallen und ich habe das Konzert verpasst. Das Geld für die Konzertkarte gibt mir natürlich keiner wieder.**

(Lea, 19 Jahre)

Wenn ich als Auszubildender nicht zur Schule, sondern in den Betrieb fahren muss, **schaffe ich es nur pünktlich, wenn mich ein Kollege mit dem Auto bei mir zu Hause abholt.**

(Tarik, 17 Jahre)

Vor zwei Jahren habe ich einmal den letzten Anschlusszug nach Hause verpasst, weil mein Bus Verspätung hatte. **Dann habe ich die Nacht auf dem Bahnhof verbracht.**

(Nadja, 17 Jahre)

Ich akzeptiere ja, dass **auf dem Land nur einmal in der Stunde ein Bus kommt. Aber dass ich bei jedem Umsteigen auch nochmal eine Stunde warten muss, weil die Fahrpläne nicht aufeinander abgestimmt sind, kann ich nicht verstehen.**

(Katharina, 20 Jahre)

# ZUKUNFTSWÜNSCHE

Kleine und mittlere Städte sind für junge Menschen attraktiver als Dörfer oder Großstädte bzw. Metropolen. Dörfer sind für die befragten jungen Menschen vor allem deshalb weniger reizvoll, da dort die Versorgung mit dem öffentlichen Personennahverkehr optimierungsbedürftig ist. Denn viele von ihnen mögen durchaus das ländliche

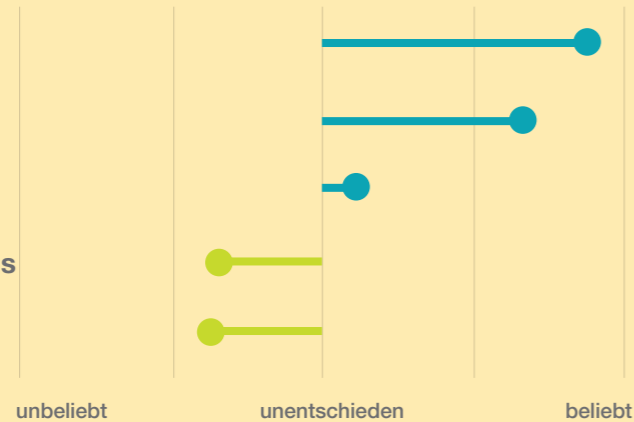
Leben: Führen dort Busse, Regionalbahnen oder andere Verkehrsmittel häufiger und vor allem zuverlässiger, würden sie es auch eher in Betracht ziehen, in einem Dorf zu leben. Zunächst bevorzugte „Starterwohnungen“, also erste eigene kleine Wohnungen, sind auf dem Land jedoch rar gesät. Die in einem späteren Lebensabschnitt

bevorzugte Wohngröße ließe sich jedoch dort am ehesten verwirklichen: das Einfamilienhaus mit einem großen Garten. Hier spiegelt sich der Wunsch wider nach eigener Familie, Familienzusammenhalt mit Eltern, Großeltern, Geschwistern und anderen Verwandten sowie die Bedeutung von Freundschaften. Das gesamte soziale Umfeld ist

für die Jugendlichen demnach von hohem Wert, was im Kontrast zu einer möglichen Anonymität in großen Städten steht.

## WIE MÖCHTEST DU SPÄTER WOHNEN?

- In einem Einfamilienhaus
- Mit einem großem Garten
- Mit einem kleinem Garten
- In einem Reihenhaus
- In einer Wohnung

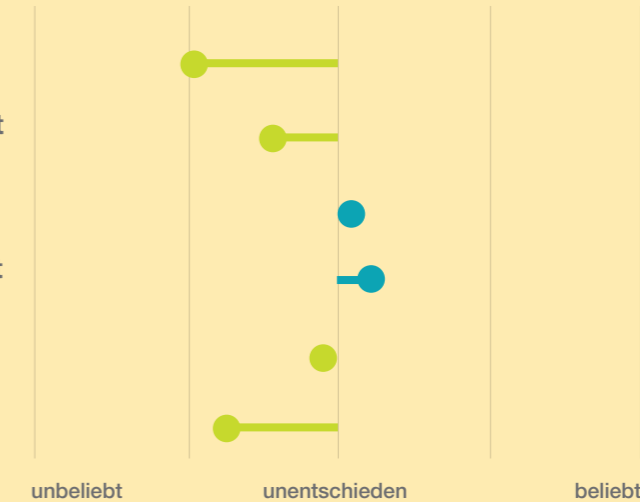


Quelle: Onlinebefragung



## WO WÜRDEST DU GERNE WOHNEN?

- In einem Dorf (bis 2.000 EW)
- In einer Mikrostadt (bis 5.000 EW)
- In einer Kleinstadt (bis 20.000 EW)
- In einer Mittelstadt (bis 100.000 EW)
- In einer Großstadt (bis 500.000 EW)
- In einer Metropole (ab 500.000 EW)



Quelle: Onlinebefragung



# ZUKUNFTSWÜNSCHE

Blicken junge Menschen in die Zukunft, sehen sie gute Chancen für sich in der Region. Sie wissen, dass sie beste Voraussetzungen auf dem Arbeitsmarkt haben und gehen davon aus, aus einem breiten Angebot an Arbeitsplätzen wählen zu können. Auf die Frage nach ihren Ansprüchen an die Arbeit antworten sie wie typische Vertreterinnen

und Vertreter ihrer Generation und sind eher praktisch veranlagt: Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, mehr Zeit für Freunde, Hobbies und Ehrenamt, Zeiteinsparungen bei den Arbeitswegen, mehr Flexibilität und Eigenverantwortung. Diese Aspekte sind ihnen wichtiger als ein hohes Einkommen oder eine beeindruckende

Karriere. Als Trends spielen hier Work-Life-Balance und flexible Arbeitszeiten mit hinein. Für sie gelten große, internationale Unternehmen ebenso wie Mittelständler als attraktive Arbeitgeber. Wichtig sind für diese Generation lediglich die Identifikation mit dem, was sie tun und eine gewisse Sinnhaftigkeit. Unterm Strich wünschen sich die

jungen Menschen einen sicheren Arbeitsplatz und ein lebenswertes Leben.

## WO MÖCHTEST DU SPÄTER ARBEITEN?

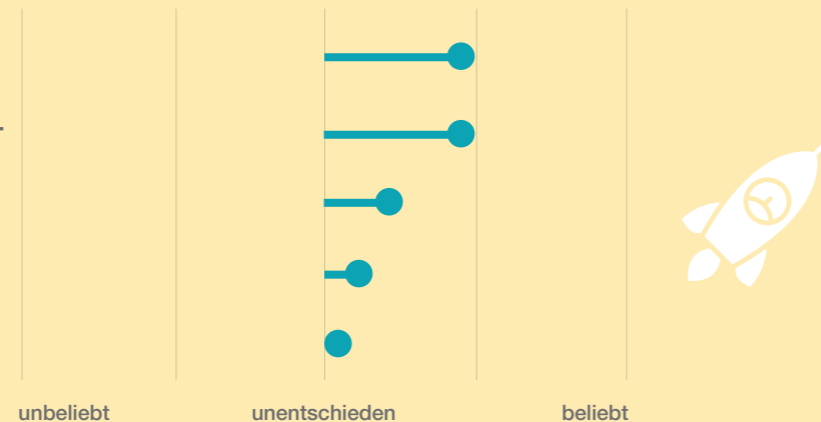
In einem großen internationalen Unternehmen

In einem kleinen oder mittelständischen Unternehmen

Im öffentlichen Dienst

In einem Startup

Im Unternehmen der Familie



Quelle: Onlinebefragung

## ZITATE

*Wenn ich später arbeite, will ich auf jeden Fall geregelte Arbeitszeiten haben. Familie und die Vereinsarbeit ist mir extrem wichtig. Dafür verzichte ich gern auf das Riesengehalt. Zum Glück sind die Mieten in der Gegend auch nicht so hoch – da kommt man auch mit weniger Geld aus.*

(Fabian, 23 Jahre)

*Ich habe gerade einen Kurs in Holzbearbeitung angefangen, der mir total Spaß macht. Im Grunde hätte ich diese Möglichkeit gern auch dann noch, wenn ich eine Stelle gefunden habe.*

(Leonie, 26 Jahre)

*Ich will als Ärztin meine eigene Praxis hier in der Nähe haben. Da kann ich selbst entscheiden, wie viel ich arbeite und meine Arbeitszeit reduzieren, wenn ich Kinder habe. Da klappt es dann auch, Familie und Beruf miteinander zu verbinden.*

(Henrike, 21 Jahre)

*Nach meinem Berufseinstieg in der Unternehmensberatung würde ich dann gerne in ein ortsansässiges Unternehmen wechseln. Wenn man Glück hat, beträgt da die Regelarbeitszeit nur 35 Stunden pro Woche.*

(Jochen, 26 Jahre)

## FREIZEITWÜNSCHE

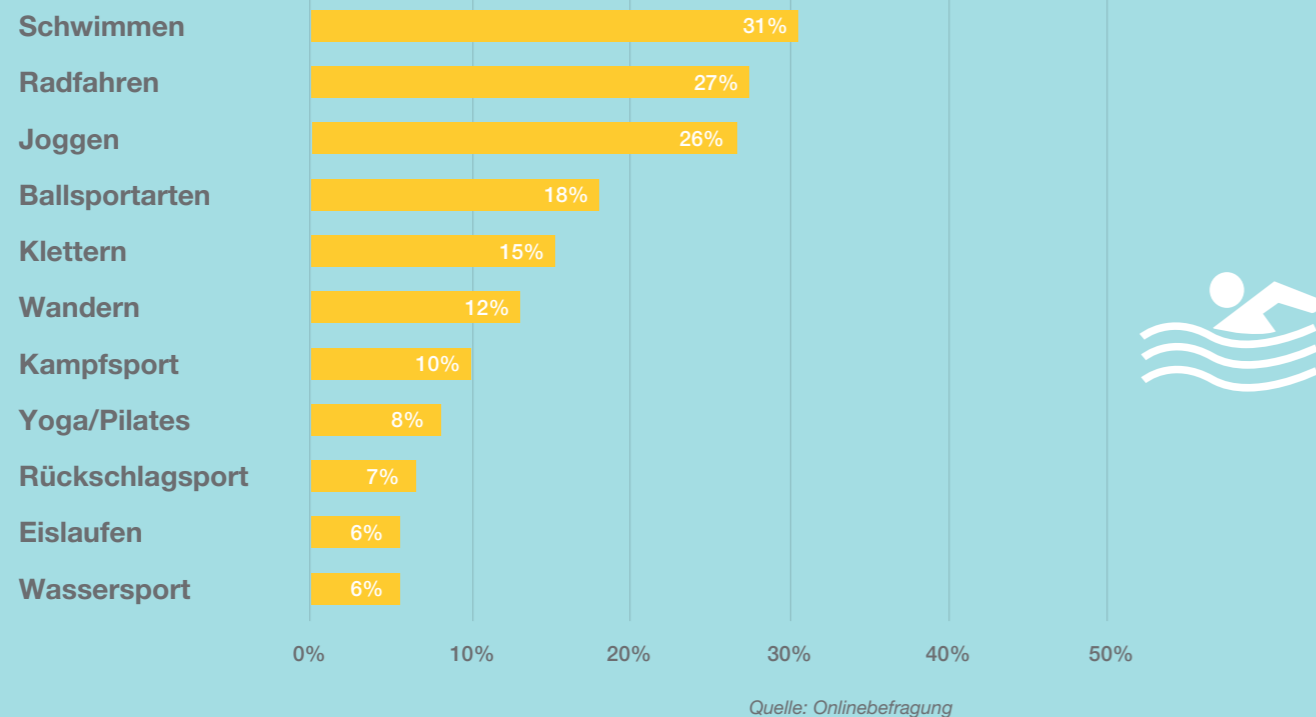
Die meisten jungen Menschen sind mit den Freizeitmöglichkeiten in den Regionen zufrieden. Für sie gibt es in jedem Ort einen Sportverein und wenn der nicht die passenden Angebote hat, dann hat sie bestimmt der Verein im Nachbarort. Auch kommerzielle Angebote wie Kletter- oder Trampolinhallen sind inzwischen an vielen Standorten vorhanden. Mitunter bestehen

Wünsche nach sehr speziellen oder teuren Freizeitbeschäftigungen, die sich nicht sofort erfüllen lassen. Teilweise fehlt den jungen Menschen auch das Wissen über alle Angebote, weshalb sie es als verbesserungswürdig bezeichnen. Ein reales Problem ist die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Da manche Angebote gar nicht oder nur mit Mühe erreichbar sind, werden sie

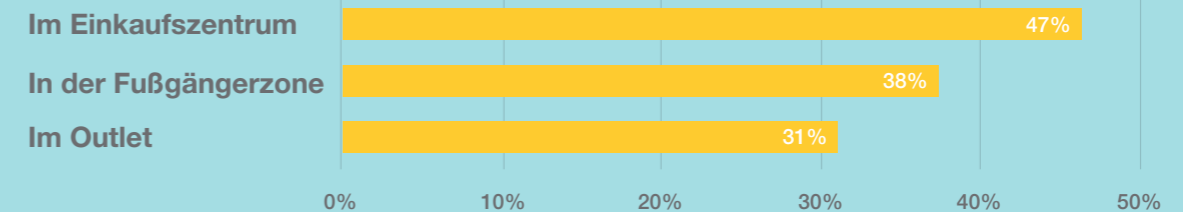
von jungen Menschen nicht berücksichtigt. Das betrifft vor allem die weniger privilegierten jungen Menschen. In der Onlinebefragung haben wir gefragt, welche Freizeitmöglichkeiten so wichtig sind, dass man schlechte Laune bekommt, wenn sie nicht vorhanden sind. Dahinter steht die Überlegung, dass das reine Vorhandensein von Angeboten die Lebenszufriedenheit erhöht, selbst wenn sie nur hin und wieder genutzt werden. Mit Schwimmen, Radfahren und Joggen werden hier drei Individualsportarten genannt, die sich zeitunabhängig ausüben las-

sen. Schwimmhallen kommt also eine besondere Bedeutung zu und Radfahren hat eine Doppelfunktion als zusätzliches Verkehrsmittel. Gute Voraussetzungen für Radfahrer zu schaffen, ist deshalb für die Zufriedenheit der jungen Menschen sehr wichtig. Eine große Rolle für die Freizeitgestaltung spielt das Shoppen. Für junge Menschen sind vor allem Einkaufszentren wichtig, weil sie dort auch Bars und Restaurants besuchen können. Von Bedeutung ist hierbei insbesondere, ob und wie sie zu den Zentren hin- und wieder wegkommen.

## WELCHE SPORTARTEN MÖCHTEST DU UNBEDINGT AUSÜBEN KÖNNEN?



## WO GEHST DU AM LIEBSTEN SHOPPEN?



Im Grunde kann man sich nicht beschweren. **Es gibt in jedem Ort mindestens einen Sportverein und wenn es da nicht die richtige Mannschaft für mich gibt, fahre ich halt in den nächsten Ort.**

(Marius, 25 Jahre)

Ich würde mit meinem Freund gern einen Tanzkurs machen. **Aber der kostet für zehn Termine über hundert Euro pro Person, also 200 Euro für uns beide.** Auch Reitstunden oder Gesangsunterricht kann ich mir nicht leisten.

(Maike, 17 Jahre)

## BLEIBEN ODER GEHEN

Den meisten jungen Menschen gefällt ihre Region: Dort wollen sie gerne bleiben oder nach Abschluss ihrer Ausbildung zurückkehren, um auch bei ihrer Familien, Freunden und Sportvereinen zu sein. Besonders die Nähe zu Eltern und Geschwistern ist vielen wichtig. Ihnen ist sehr bewusst, dass sie in der Region gute berufliche Chancen haben. Sie

gehen davon aus, dass sie sich die Arbeitsstelle werden aussuchen können – zumindest solange sie einen nicht allzu exotischen Beruf wählen. Trotzdem gibt es für sie auch mögliche Gründe zum Gehen: vor allem ein Partner oder eine Partnerin in einer anderen Region. Dann können Wochenendurlaube dorthin durchaus den Wunsch nach einem

Leben ohne Auto, aber mit verlässlichen Verkehrsmitteln wecken. Das stellt die Region vor ein Problem, wenn sie ihre jungen Menschen trotz der Partnerinnen oder Partner halten möchte und einen Braindrain – die Abwanderung von Talenten und Arbeitskräften – verhindern möchte: Denn gut ausgebildete Jugendliche sind überall hoch willkommen und

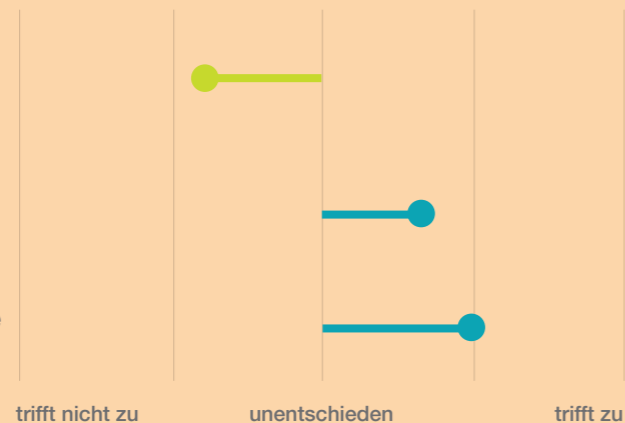
werden somit auch in den aufnehmenden Regionen gute berufliche Chancen haben.

## WELCHE GRÜNDE GIBT ES WEGZUGEHEN?

Ich will so schnell wie möglich weg aus der Region.

Für den Job würde ich weggehen.

Für die Liebe würde ich weggehen.



Quelle: Onlinebefragung

## ZITATE

Die Eltern meines Freundes haben eine Tischlerei direkt im Nachbardorf. Da kann ich auf jeden Fall anfangen. Und selbst, wenn das nicht geht, ist direkt nebenan eine andere Tischlerei. **Ich mache mir um Arbeit keine Sorgen.** Deshalb mache ich ja die Ausbildung als Tischler.  
(Tim, 17 Jahre)

Ich bin sehr glücklich hier. Kann gar nicht genau erklären, warum. Ich bin eben hier aufgewachsen. Das ist halt so. Dann ist man einfach heimisch.  
(Jana, 17 Jahre)

Ich glaube, dass ich mit meiner technischen Ausbildung überall einen Job bekommen werde.  
(Lars, 19 Jahre)

Mein Freund kommt auch aus der Region und wird auch hier arbeiten können. **Ich kann mir eigentlich nur vorstellen, hier wegzugehen, wenn ich einen anderen Partner hätte, der woanders leben und arbeiten will.** Dann würde ich auch mitgehen.  
(Sarah, 22 Jahre)

Ich mag einfach das Dorfleben. Manchmal fahre ich nach der Uni nochmal zu meinen Eltern – einfach weil mir das Dorf fehlt.  
(Pia, 21 Jahre)

# ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

**Junge Menschen fühlen sich in ihrer Heimatregion wohl und sind durch Familie, Freunde und Vereine stark mit ihr verbunden.**

Wenn irgendwie möglich, wollen sie bleiben und hier ihr Leben als Erwachsene führen - zunächst in der eigenen kleinen „Starterwohnung“ und anschließend am liebsten in einem Einfamilienhaus mit einem großen Garten und in einer Stadt mittlerer Größe.

Besonders beschäftigt die jungen Menschen das Thema Mobilität. Für Freizeitaktivitäten nehmen sie auch längere Anfahrten in Kauf. Zur Arbeit wollen sie allerdings nicht länger als 45 Minuten unterwegs sein und schätzen hierbei kurze Wege. Als besonders unbefriedigend empfinden die jungen Menschen in ihrer Region die Versorgung mit dem öffentlichen Personennahverkehr. Hier wünschen sie sich verlässlichere und preiswertere Angebote.

Wichtiger als Karriere und Gehalt ist jungen Menschen, neben der Arbeit noch Zeit für Familie und Hobbies zu haben. Junge Menschen sind sich sicher, dass sie in der Region die Auswahl zwischen verschiedenen Arbeitsstellen haben werden. Allerdings wissen sie ebenfalls, dass sie auch in anderen Regionen gefragte Arbeitskräfte sein werden. Da jedoch der Weg in den Beruf über die Ausbildung führt, müssen junge Menschen unter Umständen ihre Region verlassen. Viele von ihnen sehen das aber auch als Chance, um neue Eindrücke zu sammeln und danach umso zufriedener in ihre Region zurückzukehren. Auch als Erwachsene ist ihnen intensiver Kontakt zu ihren Eltern und Geschwistern wichtig. Sie würden die Region nur dann verlassen, wenn ihr Partner oder ihre Partnerin woanders zu Hause wäre.

*Das Institut für Bildungskooperation GmbH & Co. KG (IfBk) mit Sitz in Münster hat sich innerhalb weniger Jahre mit innovativen Konzepten im Bereich der mehrphasigen Berufsorientierung auf Planungs- und Umsetzungsebene innerhalb des deutschen Bildungssystems etabliert. Dabei werden neue Konzepte in ihrer Entwicklung und Auswirkung durch das Zentrum für Berufsorientierung und Berufsverlaufsforschung (ZBB) der Westfälischen Wilhelms Universität Münster begleitet und evaluiert.*

# JUGENDLICHE IN DEUTSCHLAND UND DEN WESTFÄLISCHEN REGIONEN



*Prof. Dr. Mathias Albert ist seit 2001 Professor für Politikwissenschaft an der Fakultät für Soziologie der Universität Bielefeld. Er ist gegenwärtig Sprecher des Graduiertenkollegs „World Politics“. Seit 2002 ist er für die wissenschaftliche Konzeption und Leitung der Shell Jugendstudie mitverantwortlich. Seine wichtigsten Forschungsgebiete sind Jugendforschung, Theorien der Weltgesellschaft sowie globale Konfliktformationen.*

Die Jugendstudie der westfälischen Regionen zeichnet ein insgesamt positives Bild der jungen Menschen in Ostwestfalen-Lippe, im Münsterland sowie in Südwestfalen. Sie zeigen sich als insgesamt stark mit ihren Heimatregionen verbunden. Sie stellen hohe Erwartungen an ihren Beruf, der ihnen nicht nur als Selbstzweck dienen soll. Dabei lässt sich keine Tendenz zu einer Art „regionaler Nestflucht“ erkennen. Ganz im Gegenteil stehen die Heimatregionen mit den dort vorhandenen vielfältigen sozialen Bindungen bei den jungen Menschen hoch im Kurs. So es denn im angestrebten Wunschberuf möglich ist, stellt der Verbleib in der Region für die meisten jungen Menschen eine zumindest realistische Perspektive, oftmals auch ein erstrebenswertes Ziel dar.

Die erstmals 2020 veröffentlichte westfälische Jugendstudie legt einen dezidierten Schwerpunkt auf berufliche Perspektiven Jugendlicher. Anders als die seit 1953 erscheinende bekannteste deutschlandweit angelegte Jugendstudie, die Shell Jugendstudie, fokussiert die westfälische Jugendstudie auf einige in Bezug auf die Herkunftsregionen von jungen Menschen besonders interessierende Fragen. Anders als die Shell Jugendstudie zielt sie also nicht auf eine möglichst breite Vermessung jugendlicher Lebenswelten oder etwa die politischen Einstellungen Jugendlicher.

Gerade deshalb lohnt es sich aber, beide Studien nebeneinander zu legen. Entsprechen jungen Menschen in den westfälischen Regionen dem in der Shell Jugendstudie gezeichneten Bild hinsichtlich der Berufsorientierung von jungen Menschen in Deutschland? Zunächst einmal lautet die Antwort hierauf eindeutig: Ja. Wie für ihre Altersgenossinnen und Altersgenossen überall in Deutschland stellen auch die jungen Menschen in den westfälischen Regionen hohe Erwartungen an ihren (gegenwärtigen oder zukünftigen) Beruf. Dieser soll hohe Flexibilität und Erfüllung bieten und eine gute Vereinbarkeit von Familie und Arbeit gewährleisten. Bei all diesen Anforderungen an den Beruf konnte die Shell Jugendstudie dabei zeigen, dass trotzdem die Sicherheit des Arbeitsplatzes ganz oben auf der Präferenzliste Jugendlicher steht, wenn sie denn zwischen den verschiedenen Erwartungen an den Beruf wählen müssten – eine Präferenz, die sich im Zuge des wirtschaftlichen Einbruchs im Jahre 2020 sicher noch verstärkt haben dürfte.

Die westfälische Jugendstudie ergänzt dieses Ergebnis, dass die Sicherheit des Arbeitsplatzes bei den jungen Menschen hoch im Kurs steht, um zwei kaum zu unterschätzende Beobachtungen. Erstens bedeutet für

Jugendliche „Sicherheit“ ganz allgemein immer auch eine lebensweltliche Geborgenheit. Hieraus erwächst die hohe Wertschätzung von Familie und Freundeskreis, welche naturgemäß im geographischen Nahraum angesiedelt sind. Zweitens besteht eine hohe Bereitschaft, auch die eigene berufliche Zukunft in diesem Nahraum zu suchen. Natürlich wirken die klassischen „Push“-Faktoren eines mangelnden Angebotes sowohl an Studien- und Arbeitsplätzen als auch an geeigneter Infrastruktur auch hier – aber offensichtlich nicht mit einer besonders ausgeprägten Schubkraft.

So wenig besonders die jungen Menschen in den westfälischen Regionen im Vergleich zu anderen jungen Menschen in Deutschland auch sein mögen. Sie widersprechen auf jeden Fall einem gängigen Vorurteil, nachdem es sich hier um Regionen handelt, die Jugendliche am liebsten verlassen würden. Politik und Wirtschaft sind gemeinsam gefordert, dass hier vorhandene Bleibeabsichten auch realisiert werden können.

Prof. Dr. Mathias Albert  
*Fakultät für Soziologie  
Universität Bielefeld*



# WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE JUGENDSTUDIE FÜR UNSERE REGIONEN?

Die Jugendstudie macht deutlich, was die jungen Menschen in den drei Regionen bewegt. Sie zeigt uns auf, wo der Schuh drückt und was wir in unseren Regionen besser machen können, um für diese Generation und folgende Generationen lebenswert zu bleiben. Gleichzeitig rückt die Studie in den Fokus, was richtig gut bei uns ist und worauf wir aufbauen können.

Wir, Münsterland, OstWestfalenLippe und Südwestfalen, nehmen die Ergebnisse der Studie sehr ernst. Wir haben auf ihrer Grundlage die vier Aktionsfelder Attraktive Mobilitätsangebote, Lebendige Wohn- und Freizeitmöglichkeiten, Berufliche Perspektiven und Zielgruppengerechte Ansprache eruiert und festgestellt, dass wir in diesen Bereichen bereits sehr aktiv sind.

In unseren aktuellen, aber auch in unseren zukünftig geplanten Maßnahmen und auf den folgenden Seiten finden diese Aktionsfelder bereits Berücksichtigung. Den jeweiligen Regionen entsprechend bilden sie in unterschiedlichen Farben gekennzeichnet aktuelle Projekte ab, die gerne online erforscht werden dürfen. So viel möchten wir Ihnen aber versprechen: Ein Klick ins Internet lohnt sich in jedem Fall.



# UNSERE AKTIONSFELDER

**ATTRAKTIVE MOBILITÄTS-ANGEBOTE**

**LEBENDIGE WOHN- UND FREIZEITMÖGLICHKEITEN**



**BERUFLICHE PERSPEKTIVEN**

**ZIELGRUPPENGERECHTE ANSPRACHE**





# AUSGEWÄHLTE ANGEBOTE IN UNSEREN

## ATTRAKTIVE MOBILITÄTSANGEBOTE

### Mobiles Münsterland

Die Mobilität im ländlichen Raum soll im Reallabor Mobiles Münsterland verbessert werden. Hier werden verschiedene Verkehrsmittel, wie Bike- und Car-Sharing, On-Demand-Angebote und Express-Busse an verschiedenen Standorten im Münsterland getestet: [www.muensterland.com/wirtschaft/umwelt-und-verbraucher/mobilitaet/](http://www.muensterland.com/wirtschaft/umwelt-und-verbraucher/mobilitaet/)

### Ostwestfälische Mobilitätsplattform

Die Ostwestfälische Mobilitätsplattform (OMP) macht die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln einfach und attraktiv. Sämtliche Mobilitätsangebote inklusive Sharing und Minimobilität werden in Kombination miteinander nutzbar gemacht. Die OMP bündelt zukünftig Information, Buchung und Abrechnung auf Grundlage einer einheitlichen Datenbasis in einer App: [www.urbanland-owl.de/projekte/die-neue-mobilitaet/ostwestfaelische-mobilitaetsplattform/](http://www.urbanland-owl.de/projekte/die-neue-mobilitaet/ostwestfaelische-mobilitaetsplattform/)

### SAM – Südwestfalen Autonom & Mobil

Der Elektrobus SAM liefert einen kleinen Vorgeschmack auf die Mobilität von morgen – für alle. Der voll automatisierte Elektrobus bewegt sich ohne Lenkrad – geführt durch Sensoren und Kameras – selbstständig durch den Straßenverkehr. Bis zu sechs Personen können SAM kostenlos nutzen: [www.sam-unterwegs.de](http://www.sam-unterwegs.de)

## BERUFLICHE PERSPEKTIVEN

### Service Onboarding@Münsterland

Neulinge, Rückkehrerinnen und Rückkehrer werden beim Ankommen, Wohlfühlen und Hierbleiben unterstützt sowie Arbeitgeber beim Employer Branding. Mit einer persönlichen Beratung zu den Themen Wohnen, Leben und Arbeiten soll (neuen) Fachkräften das *Münsterland* erleichtert werden. Münsterlandweite Willkommensevents helfen dabei, soziale Kontakte zu knüpfen, denn die Wahl des Arbeitsplatzes ist auch immer eine Entscheidung für den zukünftigen Lebensraum: [www.onboarding-muensterland.com](http://www.onboarding-muensterland.com)

### Start-up-Szene OWL

In den letzten Jahren hat sich in OstWestfalenLippe eine blühende Start-up-Szene entwickelt. Eine ganze Reihe von Start-up-Zentren wie die Founders Foundation, das Denkwerk und die Garage33 unterstützen Gründer und Gründerinnen beim Aufbau ihrer Start-ups. Beim jährlichen „Hinterland of Things“ Start-up-Event kommen über 1.000 junge Menschen nach Bielefeld und treffen auf Unternehmen, Investoren, Forschungseinrichtungen sowie Medien: [www.hinterland-of-things.de](http://www.hinterland-of-things.de)

### Gap Year Südwestfalen

Das „Gap Year Südwestfalen“ bietet Schulabgänger\*innen ab 18 Jahren sowie Hochschulabsolvent\*innen und jungen Menschen mit Berufsausbildung vielseitige Einblicke in unterschiedliche Berufe, Unternehmen und Arbeitsbereiche an - Mehr Praxiserfahrung in neun Monaten geht kaum! Der einfache Gedanke: Ein Praxisjahr zur Orientierung und den Berufseinstieg für junge Menschen in Südwestfalen. Mit bis zu drei dreimonatigen Praktika in verschiedenen Unternehmen und einem Quartal zur freien Gestaltung können sich junge Menschen ihr individuelles Praxisjahr gestalten: [www.gapyear-suedwestfalen.com](http://www.gapyear-suedwestfalen.com)

# AKTIONSFELDERN



## LEBENDIGE WOHN- UND FREIZEITMÖGLICHKEITEN

### Dein Münsterland

DAS GUTE LEBEN im Münsterland bietet charmante Orte mit rotem Klinker und elegantem Sandstein, historischen Ortskernen und gepflegten Gärten - aber auch viel Raum für innovatives Arbeiten, frische Ideen, Wohnen und Leben, für Ausflüge, Draußensein, Radfahren, Picknick oder Ausritte: [www.muensterland.com/tourismus](http://www.muensterland.com/tourismus)

### OWL.Kultur-Plattform

OstWestfalenLippe hat eine reiche Kulturszene – in den Städten und auch auf dem Land. Mit der OWL.Kultur-Plattform wird das Kulturangebot der Region leicht zugänglich gemacht und Kulturschaffende vernetzt. Mithilfe von Cloud-Technologien bietet die Plattform Kulturinteressierten nach ihren individuellen Interessen ausgeglichene Angebote an: [www.urbanland-owl.de/projekte/die-neuen-kommunen-ohne-grenzen/owlkultur-plattform/](http://www.urbanland-owl.de/projekte/die-neuen-kommunen-ohne-grenzen/owlkultur-plattform/)

### Heimvorteil HSK

Das Projekt Heimvorteil HSK unterstützt Rückkehrer\*innen und die, die es noch werden möchten, bei ihrer Rückkehr in die Heimat. Dabei hält das Projekt die Rückkehrer\*innen über Freizeit- und Karrieremöglichkeiten im Hochsauerlandkreis auf dem Laufenden. Denn viele Gründe sprechen für Südwestfalen bzw. das Sauerland – Familienfreundliche Unternehmen, optimale Work-Life-Balance, bezahlbarer Wohnraum: [www.heimvorteil-hsk.de](http://www.heimvorteil-hsk.de)

## ZIELGRUPPENGERECHTE ANSPRACHE

### MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

Das Münsterland kann alles sein: dein Urlaubsziel, dein Arbeitsplatz, dein Zuhause. Deine Region. Das Münsterland macht glücklich! Denn im Münsterland erwartet dich DAS GUTE LEBEN in all seinen Facetten: in deiner Freizeit, beim Job, im Urlaub und Zuhause. Das Münsterland ist ein Paradies für alle, die mit dem Fahrrad und Pferd unterwegs sind. Zwischen Schlössern und Burgen findest du hier Traumjobs bei starken Arbeitgebern und die schönsten Picknickplätze. Egal ob in der Stadt oder auf dem Land, im Münsterland lässt es sich überall gut leben: [www.muensterland.com](http://www.muensterland.com)

### UrbanLand OstWestfalenLippe

Unter der Überschrift „Wir gestalten das neue UrbanLand OstWestfalenLippe“ wird in OWL ein regionales Strukturentwicklungsprogramm mit Themen wie die Verbesserung der Mobilität sowie Siedlungs- und Raumentwicklung umgesetzt. Die Projekte sind in die Zukunft gerichtet und berücksichtigen die Wünsche junger Menschen an Wohnen, Arbeiten, Freizeitgestaltung, Fortbewegung... beispielsweise auch Projekte zur beruflichen Weiterbildung: [www.urbanland-owl.de](http://www.urbanland-owl.de)

### Digital. Nachhaltig. Authentisch: Südwestfalen – Alles echt!

Ob Instagram oder Online-Werbung: Die umfassende Dachmarketing-Kampagne „Südwestfalen - Alles echt!“ spricht gerade junge Menschen besonders an und zeigt die besonderen Stärken und Perspektiven der Region auf. Zudem werden u.a. im Rahmen der REGIONALE 2025 spannende Projekte entwickelt, um das Wohnen, Leben und Arbeiten systematisch weiterzuentwickeln - insbesondere mit Blick auf die Bedürfnisse junger Menschen. Die Jugendkonferenz und Denkwerkstatt UTOPIA bezieht dabei junge Menschen mit ein: [www.suedwestfalen.com](http://www.suedwestfalen.com)

# FAZIT

„Junge Menschen sind unsere Zukunft“ – ein viel zitierter Satz. Doch wie schaffen wir eine Zukunft, die sich an den Bedürfnissen und Wünschen junger Menschen orientiert? Wie motivieren wir sie, zu bleiben, zurückzukehren oder neu in unsere Regionen zu ziehen?

Dank dieser erstmals in den Regionen durchgeführten Jugendstudie schauen wir mit einem frischen Blick auf die Herausforderungen und Wünsche junger Menschen hinsichtlich der regionalen Entwicklung. Gleichzeitig stellt die Studie den Auftakt für einen stetigen Dialog und Austausch mit jungen Menschen dar. Denn eins machen die Ergebnisse mehr als deutlich: Die Bedürfnisse junger Menschen unterliegen einem ständigen Wandel. So müssen auch wir Regionen unsere Herangehensweisen an ihre unterschiedlichen Lebensphasen anpassen.

Wir Regionen wollen diesen Wandel aufmerksam verfolgen, die jungen Menschen ernst nehmen und ihren Stimmen mehr Gehör und Gewicht verleihen. Umso wichtiger ist dabei der berühmte „Blick über

den Tellerrand“ von einer Region zur anderen und umgekehrt. So profitieren wir von den gegenseitigen Erfahrungen und können strategische Allianzen und Netzwerke in den Regionen und untereinander auf- und ausbauen. Dadurch erhoffen wir uns themen- und projektbezogene Kooperationen in den drei Regionen zum Aufbau von Lernpartnerschaften und zur Stärkung eigener Positionen und Zielsetzungen.

Mit Blick auf die Themen Fachkräftesicherung, Mobilität, Freizeit und Wohnen sowie die Einbindung und zielgruppengerechte Ansprache junger Menschen, zählen wir, der Münsterland e.V., die OstWestfalen-Lippe GmbH und die Südwestfalen Agentur GmbH im Folgenden auf, was uns in unseren Regionen besonders am Herzen liegt.





## DAS LIEGT UNS AM HERZEN

- Unsere Regionen sind attraktive und lebendige Lebensmittelpunkte für junge Menschen. Hier ist das Leben lebenswert.
- Die Mitbestimmung und Teilhabe junger Menschen findet in stetigem intensivem Dialog mit ihnen über ihre Erwartungen und Wünsche statt.
- Junge Menschen finden hier Spielräume, Strukturen und Unterstützung in der Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Regionalentwicklung vor.
- Junge Menschen fühlen sich hier wohl. Sie finden hier einen Ausbildungs- bzw. Studienplatz. Die Regionen bieten ihnen attraktive berufliche Perspektiven.
- In den Bereichen Sport, Kultur, Freizeit und Tourismus treffen junge Menschen auf lebendige und abwechslungsreiche Angebote.

# STATEMENTS AUS UNSEREN REGIONEN

”

Um eine echte Mitbestimmung junger Menschen Wirklichkeit werden zu lassen, sollten wir **jetzt** damit anfangen, diesen „Expert\*innen in eigener Sache“ Sitz und Stimme bei Zukunftsprozessen zu geben. Das LWL-Landesjugendamt mit seiner Fachstelle „Jugendpartizipation“ wird dabei gerne an Ihrer Seite sein.

Matthias Löb,  
Direktor des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL)

“

”

Wir sehen in der Jugendstudie, dass die jungen Menschen gerne in unserer Region leben, sie gleichzeitig aber konkrete Lösungen für ihre Probleme im Alltag einfordern. Mit der Jugendkonferenz UTOPIA und unserem Ansatz, dass alle Projekte der REGIONALE 2025 auf die Bedürfnisse der jungen Menschen zugeschnitten sein sollen, sind wir in Südwestfalen auf einem guten Weg. Allerdings müssen wir eine neue Selbstverständlichkeit etablieren, junge Menschen einzuladen, die Region aktiv mitzugestalten, damit sie auch in Zukunft weiterhin gerne hier leben.

Dr. Karl Schneider,  
Landrat des Hochsauerlandkreis und Aufsichtsratsvorsitzender der Südwestfalen Agentur GmbH

“

”

Ich freue mich sehr über die insgesamt positive Haltung der jungen Menschen zu unseren Regionen. Wir haben tolle Voraussetzungen, sie hier zu halten. Wir müssen es schaffen, ihnen auch zukünftig eine hohe Lebensqualität durch attraktive Jobs, eine innovative Hochschul- und Bildungslandschaft, moderne Mobilitätsangebote sowie eine lebendige Event- und Kulturszene bieten zu können.

Manfred Müller,  
Landrat des Kreises Paderborn und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der OWL GmbH

“

”

Junge Menschen fühlen sich im Münsterland zu Hause und wollen der Region auch in Zukunft treu bleiben – wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Die Hinweise aus der Jugendstudie sind ein Ansporn für uns, die für unsere Region so prägende Zielgruppe der jungen Menschen noch stärker in den Fokus zu nehmen. Denn mit Blick auf Themen wie Mobilität, Wohnen oder berufliche Perspektiven haben wir noch einiges zu tun. Dabei sind wir in vielen wichtigen Lebensbereichen bereits auf dem richtigen Weg und werden unser Engagement zukünftig noch weiter ausbauen.

Dr. Kai Zwicker,  
Landrat des Kreises Borken und Aufsichtsratsvorsitzender des Münsterland e.V.

“

# IMPRESSUM

Herausgeber:



Münsterland e.V.

Airportallee 1  
48268 Greven

Vorstand: Klaus Ehling

Kontakt:

Telefon: +49 (0) 2571/94 9300  
Telefax: +49 (0) 2571/94 9394  
E-Mail: info@muensterland.com  
Internet: www.muensterland.com



OstWestfalenLippe  
Gesellschaft zur Förderung der Region mbH

OstWestfalenLippe GmbH

Turnerstraße 5 - 9  
33602 Bielefeld

Geschäftsführer: Herbert Weber

Kontakt:

Telefon: +49 (0) 521/9 67 33-0  
Telefax: +49 (0) 521/9 67 33 19  
E-Mail: info@ostwestfalen-lippe.de  
Internet: www.ostwestfalen-lippe.de

**HINWEIS:** Nachdruck von Beiträgen nur mit Genehmigung der Herausgeber.

Zitate Seite 15-25: Die Namen wurden anonymisiert. Es handelt sich bei allen Beteiligten um fiktive Namen.

Stand: Juni 2020



Südwestfalen

ALLES ECHT!

Südwestfalen Agentur GmbH  
Martinstraße 15  
57462 Olpe

Geschäftsführer: Hubertus Winterberg

Kontakt:

Telefon: +49 (0) 2761/83511-0  
Telefax: +49 (0) 2761/83511-29  
E-Mail: info@suedwestfalen.com  
Internet: www.suedwestfalen-agentur.com

**Konzept / Koordination**

Ute Schmidt-Vöcks / Münsterland e.V.  
Alica Mielke / Südwestfalen Agentur GmbH  
Ayse Acikel / OstWestfalenLippe GmbH

**Redaktion**

Mareike Meiring / Münsterland e.V.  
Stephan Müller / Südwestfalen Agentur GmbH  
Ayse Acikel / OstWestfalenLippe GmbH

**Datenerhebung / Auswertung**

Iris Morgenstern / Institut für Bildungskoooperation GmbH & Co. KG (IfBK)

**Gestaltung**

iDo. grafik & design, Sylvia Doliwa, www.ido-grafik.de

**Realisierung**

Südwestfalen Agentur GmbH

**Druck**

Druckhaus Kay GmbH, www.kay.de

