

PRESSEMITTEILUNG

Mannheim, 19. Februar 2026

Studierende bewerten Mannheim – Studieren, Arbeiten und Innenstadt im Fokus

Die siebente Studierendenbefragung „Standortbindung von jungen Talenten und Nachwuchskräften“ wurde heute der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Online-Befragung wurde im Auftrag des Fachbereichs für Wirtschafts- und Strukturförderung von dem Spiegel Institut Mannheim Ende 2025 durchgeführt. Ausgewertet wurden die Antworten von insgesamt 956 Studierenden der Universität Mannheim, der Technischen Hochschule Mannheim, der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mannheim, der Popakademie Baden-Württemberg, der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst sowie der Hochschule der Bundesagentur für Arbeit Mannheim.

„Mannheim ist ein attraktiver Universitäts- und Hochschulstandort. Um diese Stärke gezielt weiterzuentwickeln, ist es wichtig, die Meinung der Studierenden zu verschiedenen Themen wie Stadt, Wirtschaft und Unternehmen zu kennen. Hierfür liefert uns die Studierendenbefragung wertvolle Informationen, wie Studierende unsere Stadt wahrnehmen, sowie entscheidende Impulse, wie wir Mannheim attraktiver machen können. Wir wollen, dass sich die Studierenden in Mannheim wohl fühlen und auch nach dem Abschluss ihres Studiums ihren Lebens- und Arbeitsmittelpunkt hier bei uns finden“ erklärt Wirtschaftsbürgermeister Thorsten Riehle.

Christiane Ram, Leiterin der Mannheimer Wirtschaftsförderung, ergänzt: „Mannheim besitzt mit seiner hervorragenden Hochschullandschaft einen entscheidenden Standortvorteil im Wettbewerb um junge Talente und Fachkräfte. Mit den rund 30.000 Studierenden haben wir ein unschätzbares Potenzial, welches wir effektiv nutzen wollen und können. Die Studie zeigt, dass wir als Wirtschaftsförderung bereits auf dem richtigen Weg sind, um die Studierenden in Mannheim zu halten, und wo wir unsere zukünftige Arbeit noch besser an der Zielgruppe ausrichten können.“

Mannheim als Studien- und Wohnort – „international, divers, lebendig“

Bei der Auswahl von Mannheim als Studien- und Wohnort spielt der Zuzug wegen des Studiums weiterhin eine große Rolle. Für 63 Prozent der Befragten war Mannheim der bevorzugte Studienort, 67 Prozent der Studierenden sind wegen des Studiums nach Mannheim gezogen. Das unterstreicht

die hohe Attraktivität der Universität und der Hochschulen. 69 Prozent der an der Befragung teilnehmenden Studierenden leben in Mannheim (2022: 70 Prozent).

Die beliebteste Wohnform für die in Mannheim wohnenden Studierenden ist weiterhin die Wohngemeinschaft mit 43 Prozent. Gegenüber der letzten Befragung im Jahr 2022 mit 37 Prozent hat sich dieser Wert sichtbar erhöht. 39 Prozent der Studierenden leben allein. Hier gab es einen deutlichen Anstieg zu 2022 (2022: 28 Prozent). Diejenigen, welche in Mannheim wohnen, sind mit einer Bewertung von 4,8 (Skala von 1-7) mit der Wohnsituation zufrieden.

49 Prozent (2022: 56 Prozent) planen nach dem Studium in Mannheim und der Region zu bleiben, ziehen es ernsthaft in Erwägung oder können es sich zumindest vorstellen. Von diesen 49 Prozent ist der Hauptgrund für das Bleiben mit 50 Prozent der „Wohnort von Familie/Freunden/Bekannten in Mannheim und Umgebung“. Dieser Wert zeigt die große Bedeutung des sozialen Umfeldes für die Entscheidung zum zukünftigen Wohnort. „Ich möchte einen weiteren Abschluss machen“ war mit 34 Prozent ein weiterer wichtiger Grund. Dieses belegt die Attraktivität der Universität und der Mannheimer Hochschulen. 33 Prozent gaben als Grund für das Bleiben an, dass sie „Mannheim mögen“. „Bars, Cafés, Restaurants und Ausgelmöglichkeiten“, die „Verkehrsanbindung“ und das „Kultur- und Freizeitangebot“ sind die wichtigsten Gründe, warum man „Mannheim mag“.

Insgesamt wird Mannheim als besonders international, divers und lebendig wahrgenommen. Dagegen werden die Adjektive glamourös, romantisch und friedlich nicht mit der Stadt assoziiert. Die Bereiche Infrastruktur, Einkaufsmöglichkeiten, Auswahl an Lokalitäten sowie Sport-, Freizeit und Kulturangebote werden positiv bewertet.

Das „Wohnungsangebot“ wird weiterhin kritisch gesehen. Das Ziel der Stadt Mannheim ist es, die Möglichkeiten der Bereitstellung von Angeboten für studentisches Wohnen auszuschöpfen. Studierende als Zielgruppe müssen noch mehr ins Bewusstsein gerückt werden. Die Bekanntmachung bestehender Förderprogrammen des Bundes und Landes ist ein weiterer Hebel. Ein verbessertes Wohnungsangebot würde den Mannheimer Hochschulstandort stärken und zur Verbesserung der Bleibeperspektive beitragen.

Studierende und Innenstadt

Für Mannheim ist eine attraktive und belebte Innenstadt von großer Bedeutung. Deshalb wurden zum ersten Mal die Studierenden zum Thema „Innenstadt“ befragt. 72 Prozent der Teilnehmenden gaben an, diese täglich oder mehrmals in der Woche zu besuchen. Die Hauptgründe sind das Studium selbst und ein Besuch der Bibliothek (63 Prozent), gefolgt von der Nutzung gastronomischer Angebote (62 Prozent) und Shopping (61 Prozent). Restaurants, Cafés, Bars und Geschäfte sind die Orte, die vor allem besucht werden. Räumlich halten sich die Studierenden gerne am Wasserturm, auf den Planken und dem Paradeplatz auf. Insgesamt wünschen sich die Studierenden die Innenstadt „grüner“, „schattiger“, mit Sitzgelegenheiten und mit Orten ohne Konsumzwang.

Erste Unternehmenskontakte und Arbeitgeberattraktivität für die Standortbindung

Es ist ein großes Plus, einen starken Unternehmensstandort, attraktive Unternehmen und gute Jobchancen vor Ort zu haben – ein zentraler Faktor für die Standortbindung von Studierenden. Mannheim wird als guter Unternehmensstandort wahrgenommen und kann nach wie vor mit der Bekanntheit von Großunternehmen punkten.

Die Bekanntheit der ansässigen Unternehmen und die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu diesen sind wichtige Aspekte für die Gewinnung von Studierenden für die Mannheimer Wirtschaft. Die Befragung zeigt, dass hier weiterhin ein Schwerpunkt der Aktivitäten der Wirtschaftsförderung auf die Bekanntheit der kleinen und mittleren Unternehmen gelegt werden muss. So sind in Mannheim angesiedelte Großunternehmen mit 56 Prozent deutlich bekannter als kleine und mittlere Unternehmen mit 11 Prozent. Das Interesse an kleinen und mittleren Unternehmen als Arbeitgeber liegt bei 31 Prozent und damit unter dem an Großunternehmen mit 50 Prozent. Die Steigerung der Attraktivität und Bekanntheit von kleinen und mittleren Unternehmen und die Schaffung von Kontaktmöglichkeiten ist ein zentraler Punkt des Teams „Menschen und Kompetenzen“ der Wirtschaftsförderung mit der hier angesiedelten Stelle „Kooperation Hochschulen und Wissenschaften“.

Ein wichtiges Instrument, um die Kontaktaufnahme zwischen den Studierenden und besonders kleinen und mittleren Unternehmen zu erleichtern, sind Angebote, welche auf eine definierte Zielgruppe innerhalb der Studierendenschaft ausgerichtet sind und vor Ort an den Hochschulen stattfinden. Aus diesem Grund hat die Wirtschaftsförderung gemeinsam mit dem Verein der Freunde, dem Career Center sowie dem Zentrum für Lehre und Lernen der Technischen Hochschule Mannheim mit „CareerSprint Mittelstand“ ein neues Karrieremesseformat an der Technischen Hochschule Mannheim speziell für kleine und mittelständige Unternehmen entwickelt. Praktika und eine Tätigkeit als Werkstudierender sind nach wie vor die beliebtesten Wege, um mit Unternehmen in Kontakt zu kommen.

Die Befragung gibt zudem Hinweise, wie Unternehmen ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern können. Eine wichtige Rolle bei der Wahl des zukünftigen Arbeitgebers spielen die „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ mit einer Bewertung von 5,6 (Skala 1 bis 7) sowie „Gleichstellung und Diversität“ mit 4,9.

An der Affinität der Studierenden zur Existenzgründung hat sich bei den an der Befragung teilgenommenen Studierenden wenig geändert. 7 Prozent (2022: 6 Prozent) wollen sich „definitiv beruflich selbstständig machen“ und 34 Prozent (2022: 33 Prozent) können sich das gut vorstellen. Hier kann die „Gründungsstadt Mannheim“ mit ihrer starken und innovativen Gründungsszene, den Gründungszentren und der Vernetzung mit der Universität Mannheim und den Hochschulen ihre Stärken ausspielen.