

Young Professionals in der Ostalb 2026

Wechselmotivation, Kaufkraft und regionale Potenziale

Was Unternehmen im Ostalbkreis über die wechselwillige Generation 25–40 wissen müssen

Ein Whitepaper der SDZ Mediengruppe

VORWORT

Der Fachkräftemangel wird in vielen Unternehmen als externes Problem wahrgenommen – zu wenig Kandidaten, zu wenig Bewerber, zu wenig Interesse. Die Realität ist eine andere: Die Kandidaten sind da. Sie bewerben sich nur nicht.

Dieses Whitepaper zeigt, wer die wechselbereiten Young Professionals im Ostalbkreis wirklich sind, was sie antreibt, was sie zurückhält – und wie Unternehmen genau diese Zielgruppe erreichen können.

Es richtet sich an Geschäftsführer, HR-Verantwortliche und Personalreferenten im Ostalbkreis, die verstehen wollen, warum klassische Recruiting-Methoden an dieser Zielgruppe scheitern – und welche Alternativen wirklich funktionieren.

1. WER SIND DIE YOUNG PROFESSIONALS IM OSTALBKREIS?

1.1 Demografisches Profil

Der Begriff „Young Professionals“ beschreibt keine homogene Masse – sondern eine Generation mit klaren gemeinsamen Merkmalen:

Merkmal	Ausprägung
Alter	25–40 Jahre (Millennials & ältere GenZ)
Bildung	Berufsausbildung mit Weiterbildung oder Hochschulabschluss
Berufserfahrung	3–15 Jahre
Wohnort	Ostalbkreis, Heidenheim, Göppingen
Regionales Potenzial	ca. 15.000–17.000 Personen

Diese Menschen sind mitten im Berufsleben. Sie haben bewiesen, was sie können. Und sie fragen sich – leise, noch nicht laut – ob da nicht mehr geht.

1.2 Wo kommen sie her?

Die wechsellbereiten Young Professionals im Ostalbkreis kommen 2026 überwiegend aus:

- Automotive & Zulieferer – durch Transformation und Stellenabbau unter Druck
- Maschinen- & Anlagenbau – Auftragsschwäche, Zurückhaltung beim Recruiting
- Produktion & Fertigung – suchen stabilere Perspektiven
- Hochschulabsolventen – HS Aalen, HfG Gmünd, erste Jobphase
- Qualifiziertes Handwerk – suchen Entwicklung und Anerkennung

Die strategische Erkenntnis:

Diese Fachkräfte verlassen ihre Branchen nicht aus Frust – sondern weil der Markt sie dazu zwingt. Und weil sie die Chance erkennen, etwas Besseres zu finden.

2. WAS YOUNG PROFESSIONALS WIRKLICH ANTREIBT

2.1 Die große Fehleinschätzung

Viele Unternehmen glauben: Wer wechselt, ist unzufrieden. Das stimmt nicht.

84 % der wechsellbereiten Young Professionals **sind zufrieden** mit ihrer aktuellen Arbeit.

Nur 8 % suchen aktiv auf Jobportalen.

26 % sind latent offen – sie bewegen sich nicht aktiv, aber beim richtigen Impuls wechseln sie.

Das ist die entscheidende Zielgruppe. Und die erreicht man nicht mit einer Stellenanzeige.

2.2 Was sie antreibt – die sechs Kernmotive

Innerer Antrieb	Konkreter Wunsch
Entwicklungshunger	Mehr Verantwortung, neue Aufgaben, echte Perspektive
Fairness-Gedanke	Gehalt soll Leistung widerspiegeln – nicht Betriebszugehörigkeit
Orientierungsbedarf	„Welche Optionen habe ich überhaupt?“
Wertschätzung	Gesehen werden – nicht Nummer sein
Sinn	Arbeit soll bedeutsam sein, nicht nur Mittel zum Zweck
Sicherheit	Veränderung ja – aber kalkulierbar, nicht riskant

Die zentrale Erkenntnis:

„Ich bin gut – aber ich könnte woanders besser passen oder mehr erreichen.“

Das ist der innere Monolog, der diese Menschen antreibt.

Nicht Frust. Nicht Burnout.

Sondern leise Neugier. Latenter Ehrgeiz.

2.3 Was 2026 besonders zählt: Stabilität

Der Wunsch nach Sicherheit ist 2026 stärker als je zuvor.

Kurzarbeit in der Automobilbranche, Stellenabbau bei Großunternehmen, wirtschaftliche Unsicherheit – das hat die Prioritäten verschoben:

Jobsicherheit steht für **70 %** der wechselwilligen Young Professionals an erster Stelle ihrer Entscheidungskriterien.

Das ist eine enorme Chance für Unternehmen aus Gesundheit, öffentlichem Dienst, IT und Energie – Branchen, die genau dieses Versprechen glaubwürdig erfüllen können.

3. MEDIENVERHALTEN UND INFORMATIONSWEGE

3.1 Wie informiert sich die Zielgruppe?

Kanal	Nutzung
LinkedIn	Aktiv – beobachten Stellenangebote und Unternehmen
Instagram	Arbeitgeber-Image, Unternehmenskultur, echte Menschen
Google	Eigenständige, gründliche Recherche
Persönliche Empfehlung	Höchstes Vertrauen – Netzwerk schlägt Anzeige
Events & Veranstaltungen	Offen für persönlichen Austausch – wenn niedrigschwellig

3.2 Was sie nicht nutzen – und warum das Ihr Problem ist

- ✗ Klassische Jobportale (kaum genutzt, wenn nicht aktiv suchend)
- ✗ Massenanzeigen auf Plattformen wie StepStone oder Indeed
- ✗ Bewerbungsformulare mit zwanzig Pflichtfeldern
- ✗ Anzeigen, die wie HR-Sprache klingen

Die Konsequenz:

Wer seine Recruiting-Strategie ausschließlich auf diese Kanäle setzt, erreicht die falschen 8 % – die aktiv Suchenden. Die interessanteren 26 % – latent offen, qualifiziert, wechselbereit – gehen durch das Raster.

4. WAS UNTERNEHMEN BIETEN MÜSSEN

4.1 Der Abgleich: Was die Zielgruppe sucht – was Unternehmen bieten

Branche	Stabilität	Gehalt	Entwicklung	Sinn	Kultur	Regional	Passung gesamt
Gesundheit & Pflege	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	Sehr hoch
IT & Digitalisierung	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	Sehr hoch
Öffentlicher Dienst	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	Sehr hoch
Erneuerbare Energien	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	Sehr hoch
Photonik & Hochtechnologie	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	Sehr hoch
Handwerk & Bau	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	Hoch
Maschinenbau (stabil)	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	Mittel

4.2 Was Young Professionals wirklich überzeugt

Neben Gehalt und Jobsicherheit sind es vor allem diese Faktoren, die die Entscheidung treffen:

Faktor 1: Echte Entwicklungsperspektive

Nicht das, was im Handbuch steht.

Sondern echte Antworten auf die Frage: „Was kann ich bei Ihnen in drei Jahren erreichen, was ich heute noch nicht bin?“

Faktor 2: Kultur erlebbar machen

Young Professionals entscheiden zunehmend über Unternehmenskultur. Sie wollen wissen: Wie geht man hier wirklich miteinander um? Wer entscheidet – und wie? Was passiert, wenn man einen Fehler macht?

Faktor 3: Persönlicher Kontakt auf Augenhöhe

Die Entscheidung zum Wechsel fällt nicht beim Durchblättern einer Anzeige.

Sie fällt im Gespräch.

Mit einem echten Menschen. Auf Augenhöhe.

Genau das ist das Prinzip des SDZ Karrieretags.

5. DER STRUKTURWANDEL ALS STRATEGISCHE CHANCE

5.1 Was gerade passiert

Der Ostalbkreis erlebt 2026 einen der größten Strukturwandel seiner Wirtschaftsgeschichte.

Sektor	Situation	Auswirkung
Automotive / Zulieferer	Stellenabbau, Transformation	Qualifizierte Fachkräfte werden freigesetzt
Klassischer Maschinenbau	Auftragsschwäche	Wechselbereitschaft steigt
Standardindustrie	Strukturdruck	Ingenieure und Kaufleute suchen Alternativen

Die strategische Formel:

- Automotive & Industrie geben Talente ab.
- Zahlreiche Unternehmen suchen genau diese Talente.
- Der SDZ Karrieretag ist die Brücke.

6. WAS DAS FÜR IHR RECRUITING BEDEUTET

6.1 Drei Handlungsempfehlungen

Empfehlung 1: Hören Sie auf, auf Aktiv-Suchende zu warten.

Der interessanteste Kandidatenpool wechselt nicht wegen einer Anzeige.

Er wechselt wegen eines Gesprächs, das ihn überzeugt hat.

Schaffen Sie dieses Gespräch.

Empfehlung 2: Sprechen Sie die Sprache der Zielgruppe.

Nicht: „Wir haben eine attraktive Stelle zu besetzen.“

Sondern: „Hier ist, was du bei uns in drei Jahren erreichen kannst.“

Entwicklung, Sinn, Fairness – das sind die Schlüsselworte.

Empfehlung 3: Setzen Sie auf persönlichen Kontakt.

Young Professionals entscheiden über Vertrauen.

Und Vertrauen entsteht im persönlichen Gespräch – nicht hinter einem Bewerbungsformular.

6.2 Warum der SDZ Karrieretag der richtige Rahmen sind

Der SDZ Karrieretag bringt genau diese drei Prinzipien in die Praxis:

- Sie erreichen latent Offene – nicht nur aktiv Suchende
- Sie kommunizieren Entwicklung und Kultur – nicht nur Stellen
- Sie schaffen persönliche Gespräche – vorqualifiziert, vorbereitet, auf Augenhöhe



FAZIT

Der Fachkräftemangel der Zukunft ist kein Mangel an Menschen.

Es ist ein Mangel an Begegnungen.

Die wechselbereiten Young Professionals im Ostalbkreis sind da.

Sie warten auf den richtigen Impuls.

Auf das richtige Gespräch.

Am richtigen Ort.

Genau diesen Ort schafft der SDZ Karrieretag – am **20. Oktober 2026** im Medienhaus in Aalen.

Dieses Whitepaper wurde von der SDZ Mediengruppe erstellt.

Für Rückfragen und ein persönliches Beratungsgespräch: www.sdz-karrieretag.de