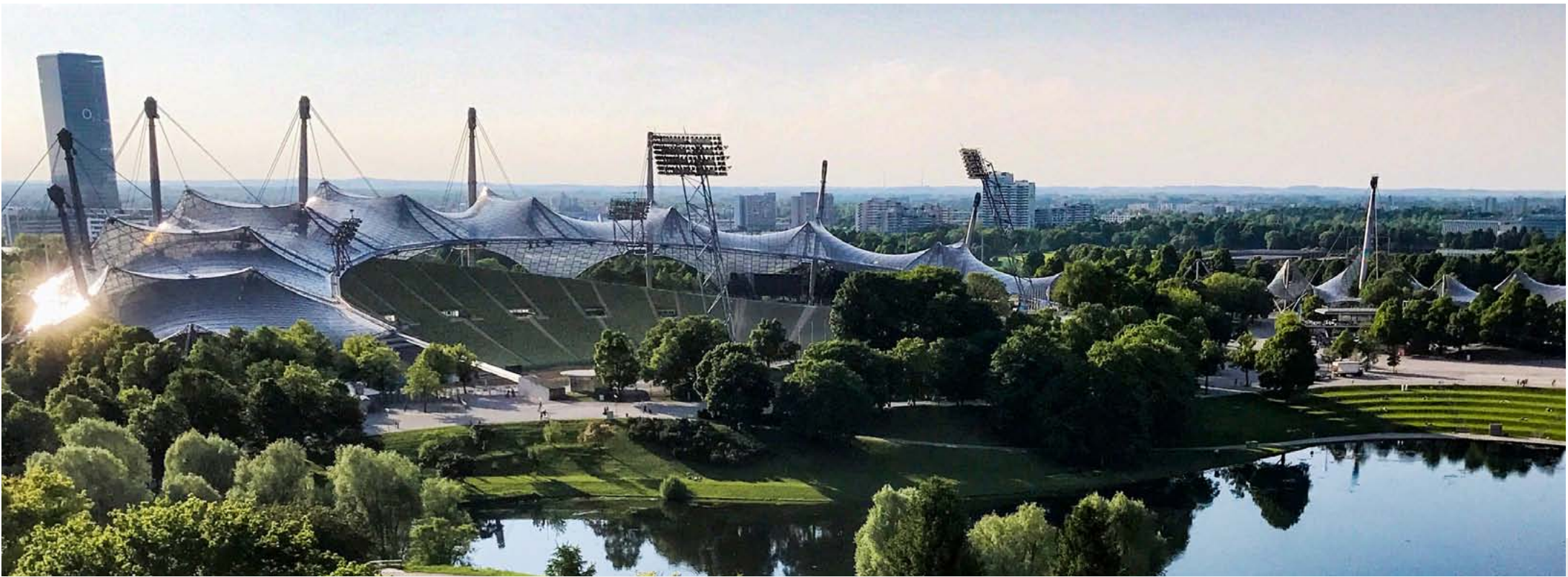




Der Hype um die Heimat: Regionalität im Recruiting authentisch nutzen





INHALTE:

- 03** Regional schlägt Global – wenn man es richtig spielt.
- 07** Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl
- 12** Was bringt mir ein cooles Start-up, wenn ich sonntags meinen Opa nicht besuchen kann?
- 14** Fachkräfte verloren? So holen Sie sie zurück
- 19** Karrieretag & Co. – Events als Heimat-Booster
- 21** Daten und Fakten, die nerven (und überzeugen)
- 25** Wer heute regional denkt, sichert sich morgen die Talente
- 26** Sie brauchen bei der Suche nach qualifizierten Fachkräften Unterstützung?

Regional schlägt Global – wenn man es richtig spielt.

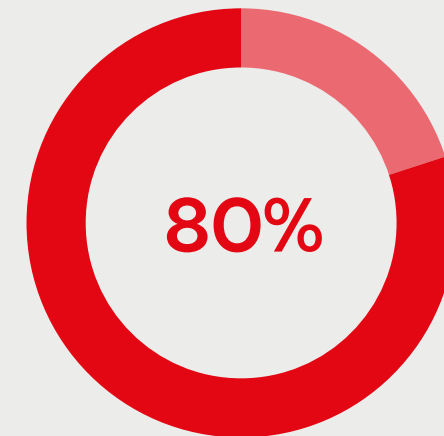
In den letzten Jahren galt Ortsunabhängigkeit als Königsweg im Recruiting. Homeoffice, Work-from-anywhere und Remote versprachen grenzenlose Freiheit und neue Talente über jede Landesgrenze hinweg. Doch der Hype hat vieles überlagert – vor allem eine einfache Wahrheit:

**Menschen bleiben dort,
wo sie sich emotional
verwurzelt fühlen.**

Doch was Unternehmen als „Regionalität“ verkaufen, wird oft nur als geografische Langeweile abgestempelt. Echte Regionalität ist weitaus mehr: **Sie bedeutet Nähe, Identifikation, Lebensqualität.** Und sie kann zum echten strategischen Vorteil im Kampf um Talente werden – wenn sie bewusst gestaltet, gelebt und kommuniziert wird.



**Der Standort eines Unternehmens
spielt für Bewerber eine
zentrale Rolle:**



Mehr als **80%** der Teilnehmer geben an,
dass **Regionalität bei der
Arbeitgeberwahl** eine **wichtige** oder
sogar **sehr große
Rolle** spielt.

Quelle: B2C Befragung von [karrieretag.org](https://www.karrieretag.org) und [regio-jobanzeiger.de](https://www.regio-jobanzeiger.de)

Wieso ist das wichtig?

Der Arbeitsmarkt hat sich gewandelt: In Zeiten wachsender Fachkräfteknappheit und steigender Ansprüche seitens der Bewerber sind es längst nicht mehr die Unternehmen, die allein die Spielregeln

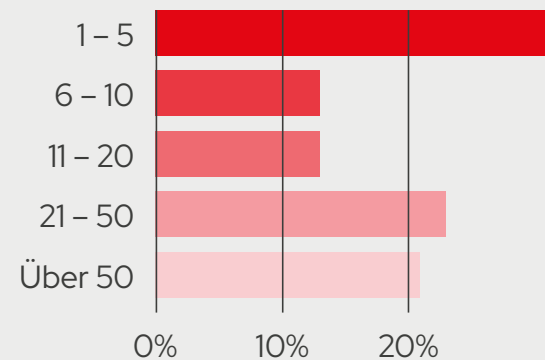
bestimmen. Wer Talente gewinnen will, muss ihnen nicht nur attraktive Angebote machen, sondern ihnen auch ermöglichen, ihr Leben dort zu gestalten, wo sie sich zu Hause fühlen.

Dass viele Unternehmen aktuell unter Hochdruck nach Personal suchen, belegt auch folgende Zahl:

Unternehmen bleiben auf Personalsuche und Bewerber geben den Takt vor

Wie viele Mitarbeiter wollen Sie noch in diesem Jahr rekrutieren?

Quelle:
B2B Befragung von
karrieretag.org und regio-jobanzeiger.de



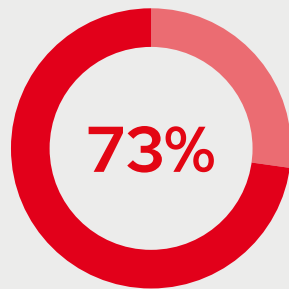
Ca. **21%** davon sind
neu geschaffene Positionen



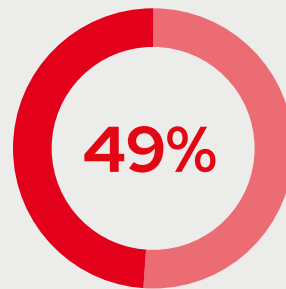
Wieso ist das wichtig?

Wer dieses Jahr Fachkräfte gewinnen und binden will, muss mehr bieten als gute Jobs oder eine gute Bezahlung. Es geht um das große **Ganze: den Alltag, das Umfeld, das Gefühl von „hier gehöre ich hin“.**

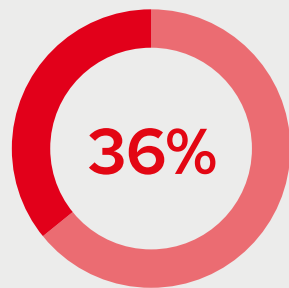
Dass viele Unternehmen aktuell unter Hochdruck nach Personal suchen, belegen auch folgenden Zahlen:



fühlen sich ihrer **Wohnregion stark** oder sehr stark verbunden.



der Befragten **arbeiten in der Region, in der sie auch aufgewachsen sind.**



haben einen **Arbeitsweg von maximal 10 Kilometern.**

Quelle: B2C Befragung von
karrieretag.org & regio-jobanzeiger.de





So heben Sie den Regionalitätsfaktor im Recruiting strategisch hervor

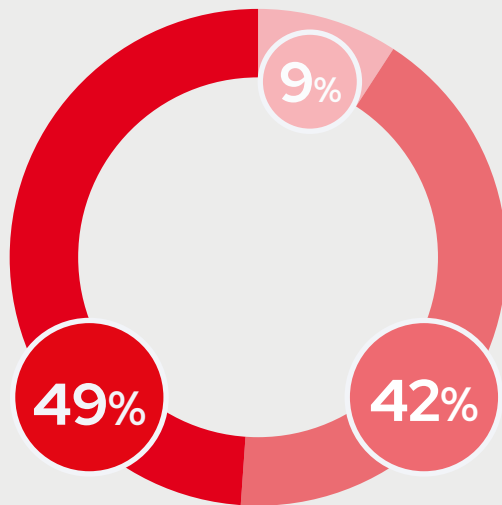
- ☐ Definieren Sie klar, was „**Regionalität**“ für euer Unternehmen **konkret bedeutet** (z. B. Nähe, Identifikation, Lebensqualität).
- ☐ Heben Sie **regionale Stärken** auf der Karriereseite oder in Ihren Stellenausschreibungen **gezielt hervor**.
- ☐ Integrieren Sie **Storytelling** rund um **regionale Verbundenheit** in Employer Branding-Kampagnen.
- ☐ Nutzen Sie **echte Geschichten von Mitarbeitern** statt generischer Benefits.

Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl

Remote Work gilt als **Revolution** der Arbeitswelt. Oft wird sie mit **Homeoffice** gleichgesetzt – dabei meint **Homeoffice** **meist das Arbeiten von zu Hause** im vertrauten Umfeld, während **Remote Work** **vollständige Ortsunabhängigkeit** verspricht. **Flexibel, frei, grenzenlos.**

Und ja: Für viele ist das ein echter Fortschritt. Aber längst nicht für alle. Denn während über Ortsunabhängigkeit gesprochen wird, leben viele Menschen weiterhin ein anderes Arbeitsmodell: **Sie bleiben in der Heimat und pendeln.**

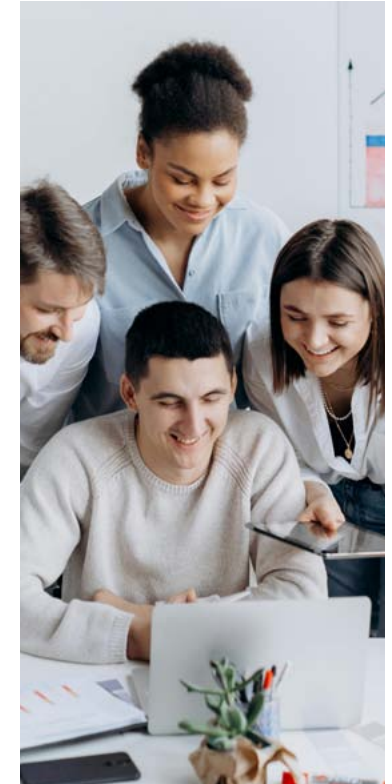
Auch wenn Remote Work als Ideal propagiert wird, sieht der Arbeitsalltag oft anders aus:



Verteilung der Arbeitsmodelle unter Angestellten in Büro- oder Verwaltungsberufen in Deutschland (2022)

- arbeiten **vollständig** vor Ort im **Büro**
- nutzen ein **hybrides** Modell
- arbeiten **vollständig** ortsunabhängig (remote)

Quelle: Befragung von Ipsos im Auftrag von RingCentral



Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl



60%
der Erwerbstätigen in
Deutschland pendeln
nach wie vor regelmäßig –
durchschnittlich
über 17 Kilometer.

Für viele ist Remote kein Alltag, sondern Ausnahme. Und dort, wo es möglich wäre, fehlt oft der kulturelle Rahmen, der Vertrauen und echte Flexibilität ermöglicht.

Gleichzeitig gewinnen andere Werte an Bedeutung: **Nähe zu der Familie** und dem **Freundeskreis**, ein **stabiles Umfeld**, **echte Zugehörigkeit**. Denn der **Wunsch nach Heimat und Sicherheit** ist gerade in jetzigen, eher unsicheren Zeiten stark.

Was Menschen wirklich wollen:
Gemeinschaft, Sinn und Stabilität

Bieten regionale Unternehmen Remote- oder Hybridmodelle an?

Quelle: B2B Befragung von karrieretag.org
und regio-jobanzeiger.de

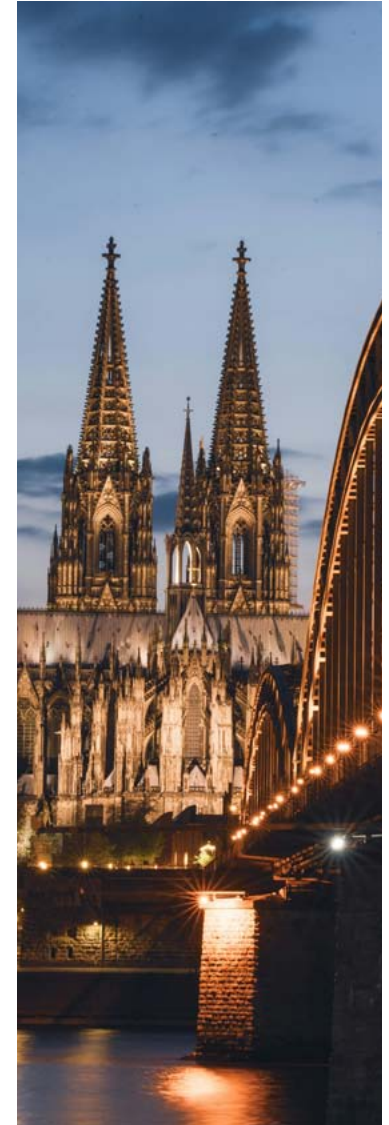
Remote-
Verträge
für alle
Mitarbeiter

13%

Homeoffice-
Verträge
für alle
Mitarbeiter

15%

nur
Präsenz-
modell 29%



Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl

Wer heute einen Job sucht, sucht mehr als eine Aufgabenbeschreibung. Es geht um das Gesamtpaket:

- » Pendelzeit reduzieren
- » Mehr Zeit für Familie und Privatleben
- » Verlässliche Strukturen und eine Gemeinschaft
- » Lebensqualität, die bleibt – nicht nur Benefits auf dem Papier

Regional aufgestellte Unternehmen haben hier klare Vorteile:

- » Eine **authentische, gelebte Identität** statt austauschbarer Claims
- » **Spürbare Verbundenheit** zur Region
- » **Engagement im lokalen Umfeld:** Feuerwehrfest, Musikverein, Sozialprojekt
- » **Arbeitsplatz mit Lebensqualität:** kurze Wege, ruhige Wohnlagen, echtes
- Miteinander – und in ländlichen Regionen oft auch erschwinglicher Wohnraum
- » **Mobilitätslösungen**, die in den Alltag passen
- » **Kinderbetreuung** oder Kooperationen mit regionalen Kitas und Schulen
- » **Ein Arbeitsumfeld, das nach Zuhause riecht** – nicht nach Headquarter

Wer nah dran ist, sollte auch Nähe zeigen.

Denn eine Regionalstrategie bietet nicht nur gute Argumente im Recruiting, sondern ein **stabiles Fundament für langfristige Personalentwicklung**. Talente, die in der Region verwurzelt sind, sind loyaler und bringen sich aktiver ein.



Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl

Rolle der Region in der Arbeitgebermarke

48%

positionieren sich **aktiv als regionaler Arbeitgeber**

46%

sehen die **Region als untergeordnete Rolle**

6%

geben an, **die Region spiele keine Rolle**

Quelle: B2B Befragung von karrieretag.org und regio-jobanzeiger.de

Und das Beste: Regionale Unternehmen haben das authentischere Storytelling – wenn sie es denn erzählen.

Werte wie Gemeinschaft, Verantwortung und Regionalität lassen sich nicht faken, aber sie lassen sich zeigen. In Kampagnen. Auf Karriereseiten. In Gesprächen. Und vor allem: im echten Leben.

Doch wie kann regionale Verbundenheit konkret sichtbar gemacht werden?

Die gefragtesten Maßnahmen zur Stärkung der regionalen Arbeitgebermarke

51%

Mitarbeiter als Botschafter,
z. B. in Reels oder Blogposts

42%

Kommunikation in **regionalen Netzwerken** (z. B. PR, Radio)

30%

Vergünstigte Sport- oder Kulturabos

23%

Gratis ÖPNV-Ticket

21%

Visualisierung regionaler Vorteile für Bewerber anhand **konkreter Daten**, z. B. Mini-Infografiken im Karrierebereich

Quelle: B2B Befragung von karrieretag.org und regio-jobanzeiger.de

Remote ist ein Tool – Heimat ist ein Gefühl

Regionale Nähe trotz Flexibilität ermöglichen

- ☐ **Evaluieren Sie aktuelle Arbeitsmodelle** und deren Vereinbarkeit mit **regionaler Bindung**.
- ☐ Kommunizieren Sie, wie **hybride oder Remote-Modelle** auch im **regionalen Kontextfunktionieren**.
- ☐ Fördern Sie **kulturelle Verankerung** bei Remote-Mitarbeitern durch **Team-Events vor Ort**.
- ☐ Erarbeiten Sie **flexible Pendelmodelle** und **unterstützen Sie Mobilität** (z. B. Fahrgemeinschaften, Zuschüsse).
- ☐ Zeigen Sie, wie **„Heimatgefühl“ trotz Flexibilität gelebt werden kann** (z. B. Engagement im Sportverein vor Ort, Kita-Platz).



Was bringt mir ein cooles Start-up, wenn ich sonntags meinen Opa nicht besuchen kann?

Urban, hip, schnell – Start-ups stehen für Innovation, Kreativität und moderne Arbeitskultur. Für viele junge Talente ist das attraktiv. Gleichzeitig wächst die Erkenntnis: Freiheit zeigt sich nicht nur mit flexiblen Arbeitszeiten und im

fancy Office, sondern auch im persönlichen Umfeld – in Leben im vertrauten sozialen Umfeld, bezahlbarem Wohnraum oder echter Zugehörigkeit.

Gerade die Generation Y und Z stellt neue Fragen:

Wo bin ich wirklich zu Hause?

Wo kann ich mich entfalten und gleichzeitig verbunden bleiben?

Die Antwort fällt heute differenzierter aus als früher. Für manche ist es der Puls der Großstadt, für andere das vertraute Umfeld ihrer Heimatregion. Denn Sinn, Verbundenheit und Nachhaltigkeit finden Talente heute an

vielen Orten – ob zwischen Co-Working-Space und Coffee-Shop oder auf dem Dorfplatz neben dem Vereinsheim. Entscheidend ist: Arbeit muss zum Leben passen. Nicht umgekehrt.



Welche Aspekte sind für die “jungen” Leute wirklich wichtig?

- » **Verantwortungsvolle Arbeitgeber, die Haltung zeigen**, statt nur Employer Branding.
- » **Nachhaltigkeit**, die gelebt wird: durch **regionale Produkte, lokale Spenden und Initiativen**.
- » **Mehr Mitgestaltung**, weniger Anonymität.
- » **Echte Netzwerke und Kooperationen**, zum Beispiel mit Schulen, Hochschulen oder Verbänden.
- » **Mentoring-Programme**, die **Perspektiven schaffen**, statt nur Karriereversprechen.





Was bringt mir ein cooles Start-up, wenn ich sonntags meinen Opa nicht besuchen kann?

5 Maßnahmen, um junge Talente authentisch anzusprechen

- ☐ **Sinn sichtbar machen:** Zeigen Sie, wofür das Unternehmen steht – nicht nur, was es verkauft. Junge Talente wollen Teil von etwas sein, das Werte hat. Nachhaltigkeit, soziales Engagement oder regionale Verantwortung sollten Teil der Kommunikation sein.
- ☐ **Echte Menschen statt inszenierte Bilder:** Verzicht auf generische Stockfotos und zeigen Sie lieber echte Mitarbeiter aus der Region. Ob auf SocialMedia, auf der Karriereseite oder im Recruiting-Video – Authentizität ist immer besser als Inszenierung.
- ☐ **Regionale Benefits kommunizieren:** Bewerben Sie konkret, was Ihr Standort bietet, z. B. Wohnraum, Natur, Freizeit, kurze Wege, soziale Zugehörigkeit.
- ☐ **Mitgestalten ermöglichen:** Binden Sie junge Mitarbeiter aktiv ein – zum Beispiel durch Azubi-Projekte, interne Ideenformate oder offene Innovationsworkshops.
- ☐ **Mentoring statt Hierarchie:** Bieten Sie jungen Talenten Orientierung durch Mentoring-Programme und flache Kommunikationswege – so entsteht Gemeinschaft, ohne die Bindung an autoritäre Strukturen.

Fachkräfte verloren? Holen Sie sie zurück!

Die beste Recruiting-Zielgruppe sind Ihre Nachbarn

Während der Fachkräftemangel in vielen Regionen immer spürbarer wird, sitzt ein großer Teil der Lösung oft näher, als gedacht – oder besser gesagt: Er war schon einmal da. Menschen, die die Region aus beruflichen Gründen verlassen haben, gehören zu den am meisten unterschätzten Talentpools im Recruiting. Sie kennen die Region, haben Verbindungen dorthin – und viele würden zurückkommen, **wenn das Angebot stimmt**.

**Das sind starke Argumente.
Doch wer diese nicht sichtbar
macht, wird nicht gefunden.**

Gründe für verbesserte Standortattraktivität

In der Umfrage gaben 16 Unternehmen an, dass sich die Attraktivität ihres Standorts in den letzten fünf Jahren verbessert hat. Die häufigsten positiven Einflussfaktoren waren:

44 %

Besser gewordene **ÖPNV-Anbindung**

44 %

Generell verbessertes **Image der Region**

31 %

Verstärkte **Zuwanderung junger Talente**

31 %

Verbessertes **Freizeit- und Kulturangebot**

31 %

Vergleichsweise **niedrige Kriminalität / höhere Sicherheit**

25 %

Verbessertes **Straßennetz / Autobahnanschluss**

25 %

Mehr **Radwege**

19 %

Verbesserte **Internet-Bandbreiten**

19 %

Verbessertes **Angebot für Kinderbetreuung**

Quelle: B2B Befragung von [karrieretag.org](https://www.karrieretag.org) und [regio-jobanzeiger.de](https://www.regio-jobanzeiger.de)

Fachkräfte verloren? Holen Sie sie zurück!

Unser Tipp: digitale Nähe schaffen, bevor echte Nähe wieder möglich wird.

Wer Heimkehrer erreichen will, braucht die richtigen Plattformen und Botschaften:

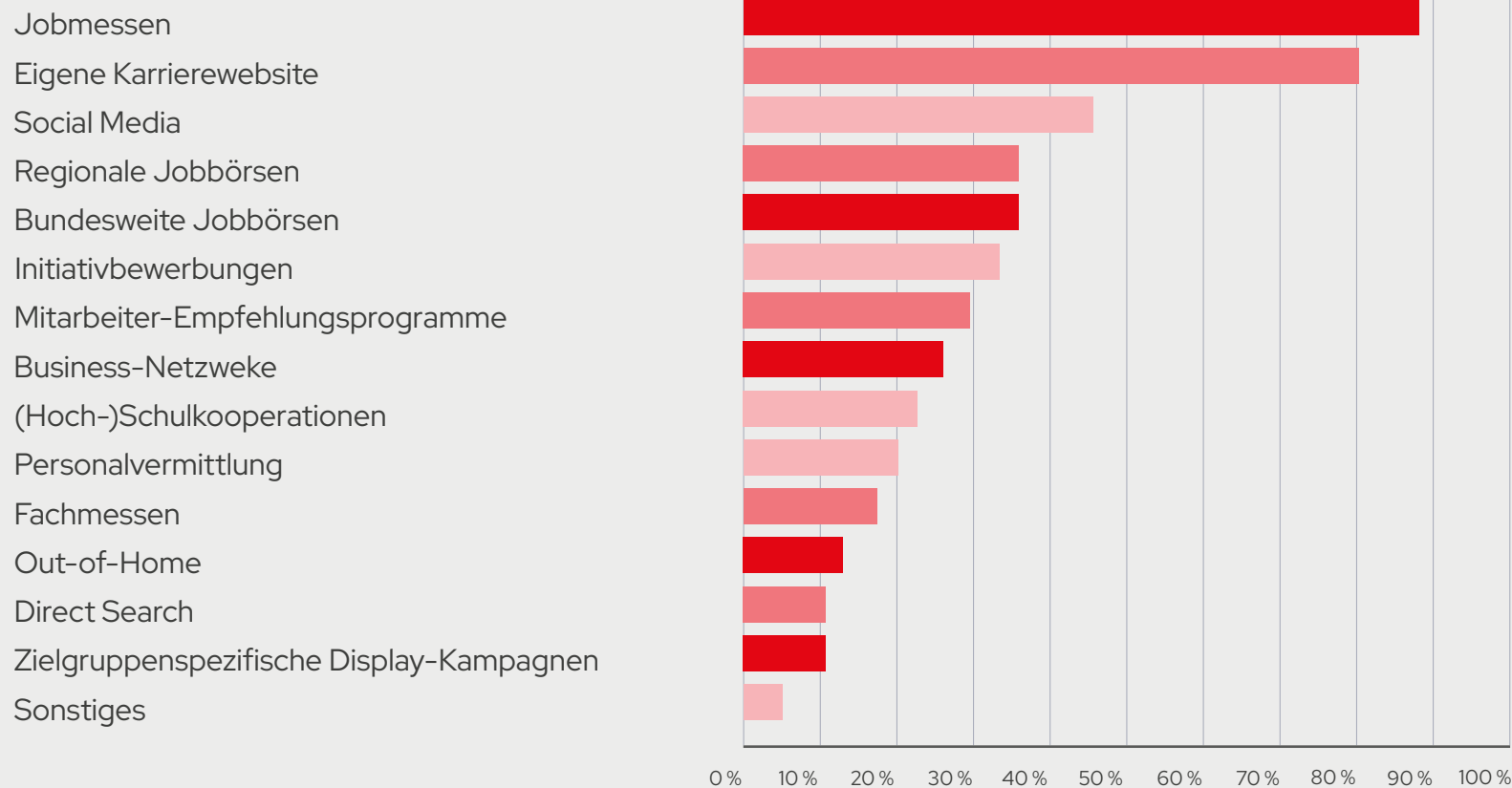
- » **Lokale Facebook-Communitys, regionale Social-Media-Gruppen oder Stadtteilgruppen** sind keine HR-Spielerei, sondern direkter Zugang zu ehemaligen Bewohnern mit Verbindungen zur Region.
- » **Regionale Jobportale wie Regio-Jobanzeiger.de:** Mit über 75 regionalen Portalen in ganz Deutschland bietet der Regio-Jobanzeiger gezielte Reichweite dort, wo Heimkehrer suchen – etwa über heilbronn-franken-jobanzeiger.de oder berliner-jobanzeiger.de. Die regionale URL-Ansprache trifft nicht nur geografisch ins Schwarze, sondern spricht auch emotional das Zugehörigkeitsgefühl der Nutzer an.
- » **Spezielle Karrieremessen in der Region, z. B. www.karrieretag.org:** 40 Events an 24 Standorten bringen regionale Arbeitgeber und potenzielle Heimkehrer wieder in Kontakt – analog, direkt, auf Augenhöhe.
- » **Lokale Freelancer- und Projektplattformen:** Gerade Heimkehrer im Übergang oder mit Wunsch nach Flexibilität lassen sich über projektbasierte Jobs neu binden.
- » **Regionale Fachverbände und Alumni-Netzwerke:** Viele Talente bleiben über Verbände oder ihre Ausbildungsstätten lose mit der Region verbunden – eine gute Basis für gezielte Ansprache.



Fachkräfte verloren? Holen Sie sie zurück!

Unsere Umfrage zeigt, welche Kanäle Unternehmen tatsächlich nutzen, um Bewerber zu erreichen – mit teils überraschenden Ergebnissen:

Wo finden regionale Unternehmen Bewerber?

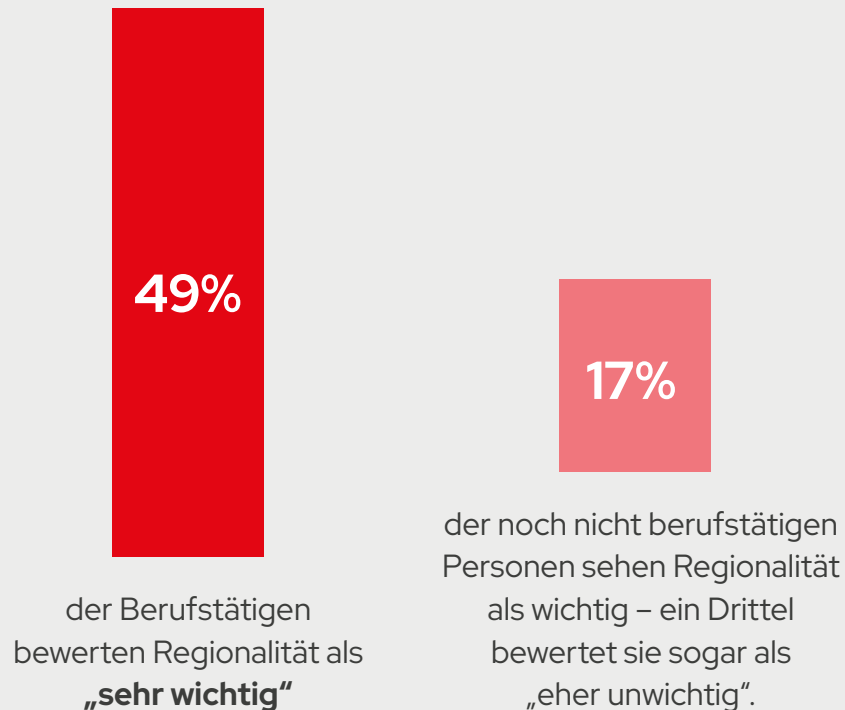


B2B Befragung von karrieretag.org und regio-jobanzeiger.de



Das wird Sie überraschen!

Die Auswertung zeigt deutliche Unterschiede in der Einschätzung der Bedeutung von Regionalität zwischen berufstätigen und nicht berufstätigen Personen:



Quelle: B2C Befragung von [karrieretag.org](https://www.karrieretag.org) und [regio-jobanzeiger.de](https://www.regio-jobanzeiger.de)

Diese Differenz lässt darauf schließen, dass mit zunehmender Berufserfahrung und Lebenssituation (z. B. Familie, Pendelroutine) die regionale Beschäftigungsmöglichkeit an Relevanz gewinnt.

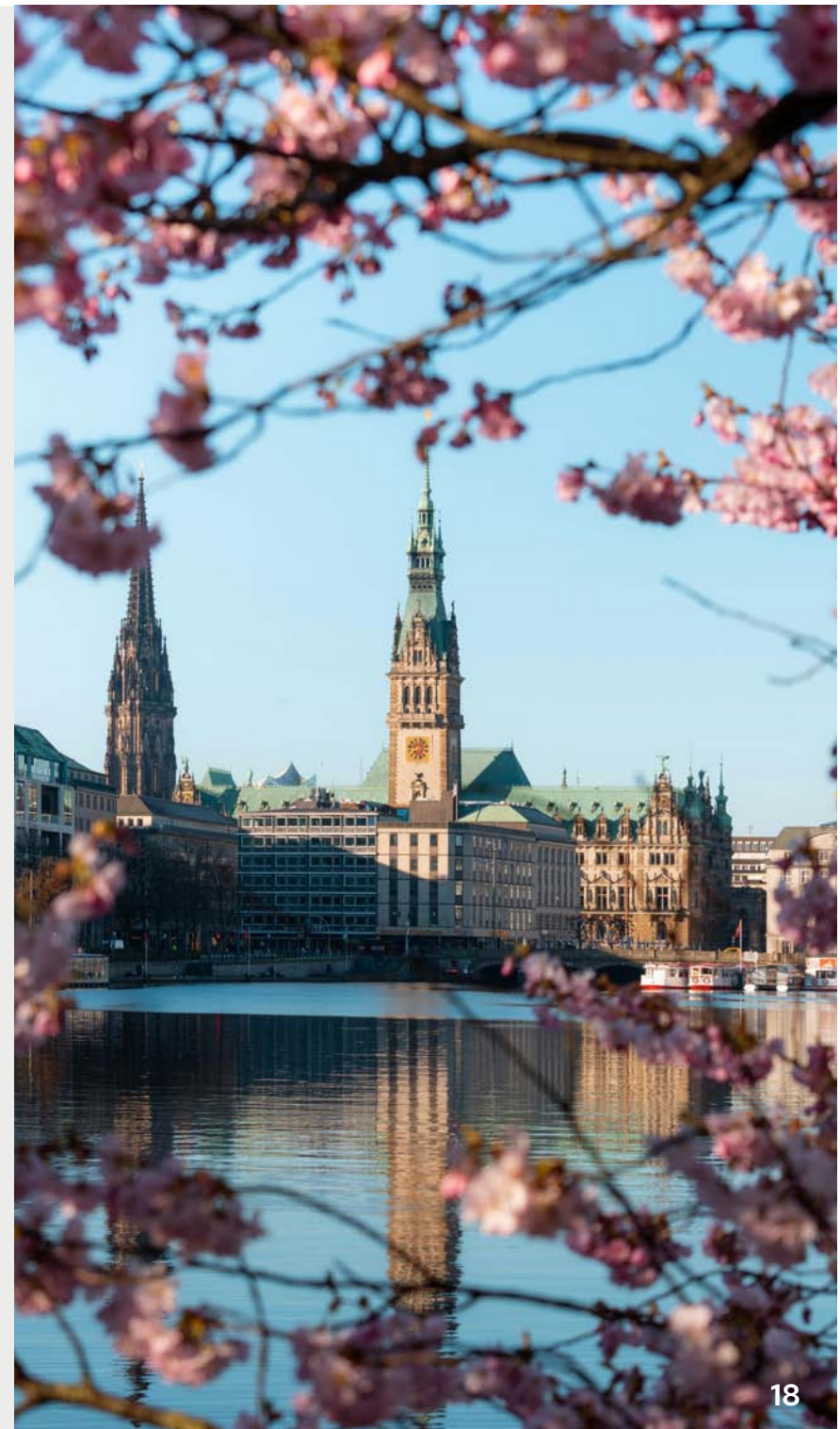
Unser Tipp: Unternehmen sollten gezielt Kampagnen entwickeln, die genau auf diese Gründe für die Heimkehr einzahlen.

Warum kehren Menschen zurück?

- » Bezahlbarer Wohnraum statt überteuertes WG-Zimmer
- » Mehr Zeit fürs Wesentliche – weniger Pendelzeit, mehr Leben
- » Vertrautheit und Gemeinschaft statt Anonymität und Dauerstress
- » Jobs mit Sinn und Arbeitgeber mit Haltung

Heimkehrer aktiv ansprechen und binden

- ☐ **Zielgruppe definieren:** Welche Profile haben die Region verlassen? Wer wäre potenziell heimkehrbereit?
- ☐ **Motivationsfaktoren identifizieren:** Was zieht Menschen zurück? (z. B. Familie, Wohnkosten, Lebensqualität, Sinn)
- ☐ **Angebot sichtbar machen:** Welche Vorteile bietet Ihr Unternehmen für Heimkehrer? (z.B. Kita-Platz, Pendeloption, Wohnraumhilfe)
- ☐ **(Regionale / digitale) Kanäle auswählen:** Wo erreichen Sie Heimkehrwillige wirklich?
- ☐ **Ton und Botschaft festlegen:** Sprechen Sie emotional, konkret und ehrlich: „Komm zurück – wir zählen auf dich!“
- ☐ **Regionalität im Alltag zeigen:** etwa durch Teamaktionen bei lokalen Events, Kooperationen mit Vereinen oder Schulen, Präsenz auf regionalen Karrieremessen, regionale Produkte in der Kantine oder Mitarbeiter aus der Region als authentische Gesichter Ihrer Arbeitgebermarke.
- ☐ **Ansprechperson benennen:** Persönlicher Kontakt statt Formular, denn Rückkehr ist Vertrauenssache.



Karrieretag & Co. – Events als Heimat-Booster



Zwischen digitalen Jobbörsen, automatisiertem Matching und Social Recruiting wird gerne vergessen: Menschen entscheiden sich für Menschen. Und genau das macht regionale Events wie Karrieretage so wirkungsvoll. Sie bringen

zusammen, was zusammengehört – direkt, persönlich, unverstellt. Der Karrieretag ist nicht nur eine reichweitenstarke Jobmesse. Er ist ein Ort für Dialog, für Vertrauen, für Haltung.

Gerade für Unternehmen mit regionaler Verankerung bietet er eine Bühne, um echte Nähe zu zeigen: zu Kandidaten, zur Region, zu den eigenen Werten.

Ein Gespräch am Messestand kann mehr bewegen als jede noch so gut geschaltete Anzeige – wenn es ehrlich ist. Es geht nicht um Hochglanzbroschüren oder ausgefallenes Standdesign. Was zählt, sind die Menschen, die vor Ort sind. Mitarbeiter, Auszubildende, Führungskräfte – Persönlichkeiten, die zeigen, wie das Unternehmen wirklich tickt.

Wer Vertrauen aufbauen will, muss Gesicht zeigen. Und zwar nicht nur auf der Messe, sondern auch davor und danach:

mit authentischem Content, mit Einladungen zu Meetups oder Infoabenden, mit Präsenz in der lokalen Community. So wird aus einem Messeauftritt ein Teil der regionalen Arbeitgebermarke – glaubwürdig, nahbar, nachhaltig.

Karrieretag.org ist ein echtes Bindeglied zwischen regionalen Arbeitgebern und Talenten, die bewusst in ihrer Heimat bleiben oder zurückkehren wollen.



Regionale Events strategisch nutzen

- ☐ Planen Sie Ihre Event-Teilnahme **frühzeitig, mit klarer Zielsetzung** (z. B. Heimkehrer ansprechen).
- ☐ Wählen Sie Mitarbeiter für den Stand, die Ihre **Werte authentisch verkörpern und proaktiv** auf Besucher zugehen.
- ☐ Nutzen Sie das Event vorab für **gezielte Teaser- und Einladungskampagnen**.
- ☐ Integrieren Sie den Termin auf Ihrer Karriereseite, in **Bannern Ihrer E-Mails sowie Beiträgen auf Social Media**.
- ☐ Entwickeln Sie **Follow-up-Maßnahmen** nach dem Event (z. B. persönliche Mails, Meetups, Content-Nachbereitung).
- ☐ **Integrieren Sie Events dauerhaft** in Ihre regionale Arbeitgebermarke.

Daten und Fakten, die nerven (und überzeugen)



1. Regional unterschiedlicher Fachkräftebedarf erfordert gezielte Ansprache

- **Süddeutschland** sucht insbesondere nach Tech-Talenten und Industrie-Fachkräften.
- **Norddeutschland** sucht verstärkt Logistik- und Dienstleistungsprofile.
- **Ostdeutschland** ringt mit Engpässen in Pflege, Bildung und Handwerk.

Quelle: KOFA-Studie „Fachkräfteengpässe in West- und Ostdeutschland“

» **Unser Tipp:** Wer weiß, wo der Wettbewerb um bestimmte Fachkräfte besonders groß ist, kann gezielt dort ansetzen, wo es ruhiger zugeht – und regionale Heimkehrer, Umzugswillige oder Pendelbereite ansprechen, die vom Großstadtdruck genug haben.

2. Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung berichtet, dass zwischen 2019 und 2022 fast 2,8 Millionen Menschen innerhalb Deutschlands ihren Wohnsitz über Kreisgrenzen hinweg gewechselt haben, wobei ländliche Regionen wie

Brandenburg und Schleswig-Holstein Wandernungsgewinne verzeichneten.

» **Unser Tipp:** HR-Verantwortliche in ländlichen Gebieten sollten gezielte Heimkehrkampagnen entwickeln, die die Vorteile des Lebens und Arbeitens in ihrer Region hervorheben, um ehemalige Bewohner zur Rückkehr zu motivieren.

3. Akademiker zieht es in urbane Hotspots. Handwerker bleiben eher – aber **nicht ohne Perspektive.**

» **Unser Tipp:** Wenn in der eigenen Region kaum Akademiker zu erreichen sind, lohnt sich der Blick in nahegelegene Städte: **Schaltet Kampagnen gezielt in urbanen Räumen** – dort, wo diese Zielgruppe lebt. Denn wer Sinn und Lebensqualität bietet, hat gute Chancen, Heimkehrwillige zu überzeugen.

Daten und Fakten, die nerven (und überzeugen)

4. Laut der KOFA-Studie 1/2025 ist das Beschäftigungswachstum in ländlichen Regionen maßgeblich auf die Zunahme ausländischer Fachkräfte zurückzuführen. Zwischen 2022 und 2023 stieg die Zahl ausländischer Beschäftigter in ländlichen Gebieten um bis zu 10,5 %, während die Zahl deutscher Fachkräfte rückläufig war.

» **Unser Tipp:** Wer internationale Talente gewinnen will, muss schon im Recruiting zeigen, wie Integration gelingt. Kommunizieren Sie in Stellenanzeigen konkret, wie neue Mitarbeiter Teil der Gemeinschaft werden: Ob Unterstützung bei Wohnungssuche, Familienanschluss, Sprachkurs oder Sportverein – je sichtbarer das Ankommen, desto höher die Chance auf echte Verbindung. Denn Zugehörigkeit ist für viele genauso wichtig wie für Menschen, die dort aufgewachsen sind.

5. Der Deutschlandatlas zeigt, dass **60 % der Beschäftigten in Deutschland regelmäßig pendeln**, mit einer durchschnittlichen Entfernung von 17,2 km. Etwa 21 Prozent legten täglich mehr als 30 Kilometer pro Strecke zurück. Dies deutet auf eine hohe Mobilitätsbereitschaft hin, die ländliche Arbeitgeber nutzen können. Bis zu 150 km pendeln ist für viele okay – aber nur, wenn der Job es wert ist.

» **Unser Tipp:** Bieten Sie flexible Arbeitsmodelle und unterstützen Sie Pendler z. B. durch Fahrgemeinschaften oder Zuschüsse zu Fahrtkosten, um Fachkräfte aus umliegenden Regionen zu gewinnen. Das Einzugsgebiet kann je nach Region bis zu 150 km reichen, ab etwa 60 km nimmt das Potenzial allerdings spürbar ab. Wer auch über diese Distanzen hinaus Talente gewinnen will, sollte zusätzliche Angebote prüfen: Relocation-Services, Unterstützung bei der Wohnungssuche oder Immobilien-Scouting können entscheidende Anreize bieten, damit Bewerber den Schritt ins neue Umfeld wagen.



Daten und Fakten, die nerven (und überzeugen)

6. Ländliche Regionen bieten nach wie vor einen spürbaren Kostenvorteil beim Wohnen.



Laut Daten aus dem Jahr 2022 lag die durchschnittliche **Nettokaltmiete** bei neuen Mietverträgen (Einzug ab 2019) in **Kleinstädten und Landgemeinden** (5.000 bis unter 20.000 Einwohner) bei **7,20 €/m²**. Zum Vergleich: In **Großstädten** (ab 100.000 Einwohner) lag sie im Schnitt bei **9,50 €/m²**.

Auch die durchschnittliche Mietbelastung – also der Anteil der Miete am Einkommen – ist auf dem Land deutlich geringer als in urbanen Räumen.

In den 14 größten Städten Deutschlands lag der durchschnittliche Mietpreis im Jahr 2023 sogar bei rund **13,40 € pro Quadratmeter**.

Daten und Fakten, die nerven (und überzeugen)

Metropolen (Städte mit überregionaler bis internationaler Bedeutung) wie **München (über 22 €)**, **Frankfurt (rund 19 €)** oder **Berlin (über 18 €)** kann es je nach Lage oder Ausstattung deutlich teurer werden – insbesondere in Neubauten oder gefragten Stadtvierteln.

Auch viele kleinere Großstädte (unter 500.000 Einwohner) holen preislich auf: **Freiburg** liegt inzwischen bei etwa **17 €**, **Heidelberg** bei gut **16 € pro Quadratmeter**.



» **Unser Tipp:** Ländliche Arbeitgeber sollten die geringeren Lebenshaltungskosten in ihrer Region aktiv als Standortvorteil kommunizieren – insbesondere im Vergleich zu den teils stark steigenden Mieten in Großstädten. Wer hier mit konkreten Zahlen arbeitet, schafft Klarheit und Vertrauen. Ein visueller Vergleich, etwa in Form eines einfachen Balkendiagramms auf der Karriere-Website, kann den Unterschied bei den Wohnkosten eindrucksvoll zeigen – und potenziellen Bewerber direkt vor Augen führen, wie viel mehr vom Gehalt am Monatsende übrig bleibt.



Wer heute regional denkt, sichert sich morgen die Talente

Regionalität ist kein Notnagel. Sie ist kein Kompromiss und schon gar kein Plan B, sondern ein echter Wettbewerbsvorteil – für alle, die bereit sind, sie konsequent zu denken und als strategische Säule im Recruiting zu verankern.

Die aktuellen Entwicklungen zeigen:

- » Die Rückkehr in die Heimat ist für viele eine reale Option – **wenn Job und Umfeld stimmen.**
- » Lebenshaltungskosten, Leben im vertrauten sozialen Netzwerk und echte Teilhabe **werden zu harten Entscheidungsfaktoren.**
- » Junge Talente suchen vermehrt nach **Verbundenheit und Gemeinschaft statt Statussymbolen.**
- » Internationale Fachkräfte werden gerade für ländliche Regionen **zu einem zentralen Wachstumstreiber**, wenn Integration von Anfang an mitgedacht wird.

Das heißt: **Wer es schafft, eine starke regionale Arbeitgebermarke zu etablieren, wird nicht nur im Recruiting sichtbar, sondern auch resilienter gegenüber dem Wettbewerb.**



Sie brauchen Unterstützung bei der Suche nach qualifizierten Fachkräften?



Der Karrieretag ist eine der führenden regionalen Jobmessen Deutschlands und findet in 24 Städten jeweils ein- oder zweimal jährlich statt. Durch starke Medienkooperationen, einen klugen Marketing-Mix und den hohen Bekanntheitsgrad erreicht jeder Karrieretag eine breite Wahrnehmung bei allen Zielgruppen. Ob Fach- und Führungskräfte, Existenzgründer, Quer- und Wiedereinsteiger, Young Professionals, Schüler oder Studenten: Arbeitgeber treffen auf den insgesamt 40 Karrieretagen jeweils auf bis zu 7.000 potenzielle neue Mitarbeiter.



Regio-Jobanzeiger ist der perfekte Partner, wenn es um regionale Stellenanzeigen geht. Er bietet das größte Netzwerk regionaler Stellenmärkte. Mit über 75 regionalen Jobbörsen verbindet der Regio-Jobanzeiger Unternehmen gezielt mit Menschen, die dort arbeiten möchten, wo sie zu Hause sind. Er hilft Unternehmen dabei, Bewerberinnen und Bewerber emotional anzusprechen und für Ihre Vision zu begeistern. So gewinnen Sie motivierte Mitarbeiter, die wirklich bleiben – ohne Streuverluste und mit maximaler regionaler Reichweite.

**Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir die männliche Form (generisches Maskulinum), z. B. ‚der Mitarbeiter‘. Wir meinen immer alle Geschlechter im Sinne der Gleichbehandlung. Die verkürzte Sprachform hat redaktionelle Gründe und ist wertfrei.*



Quellen- und Bilderverzeichnis

Deutschlandatlas (o. D.): Pendelverhalten in Deutschland: Immer mehr Pendlerinnen und Pendler.

<https://www.deutschlandatlas.bund.de/DE/Karten/Wie-wir-uns-bewegen/100-Pendlerdistanzen-Pendlerverflechtungen.html>

FTD (2025): Mietpreise in Deutschland – Entwicklung und Prognose.

<https://www.ftd.de/finanzen/immobilien/mietpreise-in-deutschland-entwicklung-und-prognose-2025/>

Gemeinsame Online-Unternehmensbefragung (B2B) von karrieretag.org und regio-jobanzeiger.de im Q2/2025

Haufe Online Redaktion (2019): Regionales Recruiting: Heimat geht vor bei der Stellensuche.

https://www.haufe.de/personal/hr-management/regionales-recruiting/regionales-recruiting-heimat-geht-vor-bei-der-stellensuche_80_488912.html

KOFA (2025): Fachkräfteengpässe in West- und Ostdeutschland.

<https://www.kofa.de/daten-und-fakten/studien/fachkraefteengpaesse-in-west-und-ostdeutschland/>

Regio-Jobanzeiger B2C-Umfrage unter 950 Besuchern der Karrieretage Q2/2025

SmartUp News (2025): Jeder vierte Deutsche schließt Umzug für einen besseren Job aus.

<https://smartup-news.de/arbeitswelt/jeder-vierte-deutsche-schliesst-umzug-fuer-einen-besseren-job-aus/>

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025): Mieten, Mietbelastung und Gemeindetyp.

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/Tabellen/tabelle-wo5-mieten-gemeindetyp.html>

t3n (2023): Neueste Zahlen: Wie es um die Remote-Arbeit in Deutschland steht.

<https://t3n.de/news/remote-hybrid-buero-deutschland-1532901/>

Institut der deutschen Wirtschaft Köln (2025): KOFA-Studie 1/2025: Die Fachkräftesituation im ländlichen Raum.

<https://www.iwkoeln.de/studien/jurek-tiedemann-philip-herzer-die-fachkraeftesituation-im-laendlichen-raum.html>

Seite 1: pixabay, ChiemSeherin

Seite 2: pixabay, PeterJanetschke

Seite 3: pixabay

Seite 4: pexels, Ivan Samkov

Seite 5: pixabay, This_is_Engineering
pixabay, -A1AN

Seite 6: pexels, Emre Ozyemisci

Seite 7: pexels, Karolina Grabowska
pexels, Mikhail Nilov
pexels, Wolfgang Weiser

Seite 8: pexels, Andrea Piacquadio
pexels, Ertabtb

Seite 9: pexels, Pixabay

Seite 11: pexels, fauxels

Seite 12: pexels, Wolfgang Weiser
pexels, Andrea Piacquadio

Seite 13: pexels, Mikhail Nilov

Seite 15: pexels, Julius Silver

Seite 16: pexels, Tim Diercks

Seite 18: pexels, Niklas Jeromin

Seite 19: pixabay, Bendesigner

Seite 20: pexels, Marc Mueller

Seite 21: pexels, Cynrar

Seite 22: pexels, Tharun Thejus

Seite 24: pixabay, Leonhard_Niederwimmer
pexels, Wolfgang Weiser

Seite 25: pexels, Wolfgang Weiser

Seite 26: pexels, Yan Krukau