

Grußwort

Personalgewinnung in Corona-Zeiten



Martin Seiler, Vorstand Personal und Recht,
Deutsche Bahn AG, Berlin

Die Deutsche Bahn ist eine regelrechte Jobmaschine. Aktuell stellen wir jedes Jahr mehr als 20.000 neue Mitarbeiter ein. Das entspricht der Größenordnung einer Kleinstadt. Allein im Jahr 2019 haben wir mehr als 24.000 neue Kolleginnen und Kollegen an Bord geholt und 8.000 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Hinter diesem Erfolg steckt eine hervorragende, sehr innovative Personalgewinnung mit 800 Mitarbeitenden, die diesen Kraftakt jedes Jahr aufs Neue bewältigt. Die Kolleginnen und Kollegen bleiben ständig am Puls der Zeit, entwickeln Formate für unterschiedliche Zielgruppen, hinterfragen und verbessern laufend ihre Rekrutierungsmaßnahmen.

Die wichtigste Geschäftsgrundlage war dabei immer der Kontakt zu Menschen. Zehntausende Vorstellungsgespräche organisieren wir jedes Jahr, bei mehr als 1.200 Live-Events suchen wir den persönlichen Kontakt zu Interessenten. Alleine 8.000 Gespräche führten wir 2019 bei unserer Job-Tour durch 27 Städte. Da fuhren wir mit kleinen Wohnmobilen direkt zu potenziellen Bewerbern in die Stadtzentren. In den Wohnwagen fanden die Vorstellungsgespräche statt – gut 700 Jobzusagen wurden noch vor Ort erteilt.

Personalgewinnung in der virtuellen Welt

Und dann kam die Corona-Krise, mit umfassenden Kontaktbeschränkungen und tiefen Einschnitten in vielen Lebensbereichen.

Die Reaktion unserer Personalgewinnung macht mich wirklich stolz: von Verzweiflung keine Spur! Im Gegenteil, der Innovationsgeist war und ist enorm. Innerhalb von wenigen Tagen haben die Kollegen – wohlgermerkt aus dem Homeoffice heraus – das gesamte Recruiting in die virtuelle Welt überführt. Von der Ansprache potenzieller Bewerber über einen telefonischen

Erstkontakt und das virtuelle Vorstellungsgespräch bis hin zum digitalen Pre- und Onboarding. Rund 40 digitale Formate haben die Mitarbeitenden für unsere Kunden, wie wir Bewerberinnen und Bewerber nennen, entwickelt. Einige Beispiele:

- **Vorstellungsgespräche** fanden und finden nicht persönlich, sondern virtuell statt. Das heißt, die DB legte weiterhin großen Wert darauf, dass sich Recruiter, Führungskräfte und Bewerber „begegnen“. Dazu wurden entsprechende Leitfäden für die Techniknutzung entwickelt.
- **Stellenanzeigen** – über das Karriereportal der Deutschen Bahn konnten Interessenten bei ausgewählten Angeboten per Live-Chat mit Führungskräften mehr über die Jobs erfahren.
- **Recruitingevents** wie Infotage und Mitarbeiter-Castings wurden ebenfalls, wo immer möglich, in die virtuelle Welt übertragen. So wurde beispielsweise eine geplante Sonderzugfahrt zu einem „Tag des Quereinstiegs“ in



Hessen kurzerhand in eine Videokonferenz mit Dutzenden Teilnehmern verwandelt.

- **Live-Vorträge** online: Beim „ExpertenTalk@DB“ berichteten Mitarbeitende zu spannenden Projekten und führten Fachdiskussionen mit Interessenten
- Unter dem Motto „**I did it my way**“ erzählen DB-Mitarbeitende online über ihren Werdegang und ihren Beruf.

Die Berufsausbildung wurde ebenfalls über virtuelle Lernformate weitgehend sichergestellt. Darüber informiert Sie im anschließenden Fachbeitrag meine Kollegin Dr. Katrin Krömer, Leiterin Personal- und Führungskräfteentwicklung bei der DB. In Zeiten von Corona stellte und stellt der Konzern außerdem sicher, dass die neuen Beschäftigten einen guten Start haben.

So bieten wir unter anderem unseren Führungskräften ein umfassendes Kit zum virtuellen Onboarding von neuen Mitarbeitenden an. Die Hilfestellungen umfassen Anleitungen und Tutorials zur Techniknutzung, verschiedene Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung (Vorlagen für Willkommensmails, Anleitungen zum virtuellen Kennenlernen des neuen Teams usw.) und diverse Lern- und Trainingsangebote.

Die virtuelle Kommunikation kann den persönlichen Kontakt nicht vollständig ersetzen. Sie bietet uns aber eine wertvolle und funktionierende Alternative. Unsere erfahrenen Recruiter verfügen über ausgeprägte

Menschenkenntnisse und Empathie. Das hilft uns in der virtuellen Rekrutierung. Und: Virtuelle Meetings gibt es ja schon seit längerer Zeit, viele Menschen sind es gewohnt, auch privat Videotelefonie zu nutzen. Diese Kompetenzen lassen sich gut auf das Berufsleben übertragen.

Natürlich werden wir die positiven Erfahrungen, die wir mit der virtuellen Personalgewinnung machen, auch in die Zukunft mitnehmen. Wir werden in der Zukunft aber bestimmt auch weiterhin auf persönliche Kontakte setzen.

Chancengeber in der Krise

In den Gesprächen mit Bewerberinnen und Bewerbern haben wir erfahren, dass die DB in der Corona-Krise immer mehr als sicherer Arbeitgeber wahrgenommen wird – zum Beispiel bei Interessenten aus dem Automotive-Umfeld mit aktuell einschneidenden Abbaumaßnahmen. Auch in unserem Cross-Border-Team, das in mehreren europäischen Ländern rekrutiert, gab es Anfragen, weil die Situation auf dem Arbeitsmarkt im Heimatland Corona-bedingt eingebrochen ist.

Aus dem Recruiting für Praktikanten und Werkstudenten kam die Nachricht, dass sich Studenten bei uns persönlich melden, deren Praktika in anderen Unternehmen in Deutschland abgesagt und beendet wurden. Von manchen Unis haben wir gar Listen mit Studenten erhalten, die ein Praktikum während des Studiums bei uns machen möchten. Wir sind mit allen Kandidaten in Kontakt und beraten zu Vakanzen. Die Praktika werden dann auch teilweise im Fachbereich digital durchgeführt, durch mobile Arbeit. Das sind vor allem IT-Fachkräfte, Ingenieure und klassische kaufmännische Profile.

Wir sind froh, dass die DB als Chancengeber wahrgenommen wird und vielen Menschen eine Perspektive bieten kann. Daneben stellt die sinnstiftende Tätigkeit einen entscheidenden Faktor für Bewerberinnen und Bewerber dar.

Wir brauchen die neuen Kolleginnen und Kollegen und die engagierten Nachwuchskräfte für einen starken Schienenverkehr. Denn auch wenn heute niemand genau absehen kann, wie sich die Corona-Krise weiterentwickelt und die DB die größte wirtschaftliche Krise ihrer Geschichte erlebt, glauben wir an die Zukunft der Bahn. Und wir tun aktuell alles, um die DB zu stabilisieren und die „Starke Schiene“ im Sinne der Verkehrswende zum Erfolg zu bringen. ■



In Zeiten von Krise und Stellenabbau bleibt die Bahn eine Jobmaschine



Foto: DB AG/Volker Eimersleben