

Erfolgsformel: Gute Planung und ein starker Partner



Kunde: Deutsche Bahn
Branche: Mobilitäts- und
Logistikleistungen
Mitarbeiter: 194.000 in Deutschland,
300.000 weltweit.
www.deutschebahn.com
<https://karriere.deutschebahn.com/de/de/jobs>
www.xing.com/companies/deutschebahn
www.kununu.com/deutschebahn

Anforderungen:

In den kommenden Jahren muss das Unternehmen ca. 40.000 neue Mitarbeiter gewinnen.

Verwendete Produkte:

- XING Stellenanzeigen
- XING Talentmanager
- Employer Branding Profil

Nutzen:

- Identifizierung von Bewerbern
- Aktive Ansprache
- Überzeugende Präsentation als Arbeitgeber
- Bessere Performance gegenüber herkömmlichen Stellenanzeigen

Kontaktdaten:

Deutsche Bahn AG
Florian Wurzer
Marsstr. 22
80335 München

Allein in Deutschland beschäftigt die Deutsche Bahn aktuell mehr als 190.000 Mitarbeiter. In den kommenden sechs Jahren werden viele von ihnen etwa aufgrund demografischer Veränderungen in den Ruhestand verabschiedet. Gleichzeitig laufen zahlreiche Großprojekte, für die Spezialisten benötigt werden. Beides Herausforderungen, für die das Unternehmen neue Mitarbeiter gewinnen muss. Aus diesem Grund wurde das Recruiting komplett neu aufgestellt. Eine solide Strategie zur Talentakquisition, die die Teilbereiche Recruiting, strategisches Employer Branding und operatives Personalmarketing verzahnt, und Partner wie XING bilden dabei die Grundlage.

Ausgangssituation: 40.000 Stellen neu besetzen

Die Deutsche Bahn hat viel vor: Mit der Strategie „DB 2020“ möchte das Unternehmen profitabler Marktführer, Umwelt-Vorreiter und einer der 10 beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands werden. Erreicht werden soll Letzteres unter anderem durch Neueinstellungen in großem Umfang - insbesondere, um die demografisch bedingte Fluktuation auszugleichen. Denn in den nächsten sechs Jahren wird die Bahn etwa ein Drittel ihrer Belegschaft in den Ruhestand verabschieden. 40.000 Stellen müssen dann neu besetzt werden - zusätzlich zu den 7.000 bis 8.000 Stellen, die das Unternehmen ohnehin jährlich neu besetzt. Angesichts des anhaltenden Fachkräftemangels und eines zunehmenden Arbeitnehmermarktes ein ehrgeiziges Unterfangen. Das Unternehmen investiert bereits stark in Auszubildende und Praktikanten, akademische Berufserfahrene und solche aus nicht akademischen Bereichen - und damit in potenzielle Mitarbeiter der Zukunft.

Angesichts einer annähernden Vollbeschäftigung geht es heute jedoch nicht nur um die Bewerber, die aktiv eine neue Stelle suchen. Sondern um die vielen Qualifizierten, die in einer Beschäftigung sind und möglicherweise noch nichts von den Stellenangeboten der Deutschen Bahn wissen.

Experten-Tipp:

„In der Personalgewinnung ist es wichtig, strategisch durchdacht und konzeptionell geplant auch die Netzwerke und Plattformen anzugehen. Jeder Kanal, der zur Kommunikation mit potenziellen Kandidaten genutzt wird, muss einen bestimmten Mehrwert liefern und einem bestimmtem Ziel zugeordnet sein.“

FLORIAN WURZER
HEAD OF TALENT ACQUISITION REGION SÜD
DB MOBILITY NETWORKS LOGISTICS AG



Foto: Florian Wurzer

Deshalb rief das Unternehmen im Jahr 2012 die neue Abteilung Personalgewinnung ins Leben. Mit ihr sind alle Recruiting-Prozesse jetzt zentral gesteuert, Prozesse und Standards definiert und Hiring Manager integriert. „Im Rahmen der Neuaufstellung des Recruitings haben wir auch die Präsenz im Bereich Social Media weiter ausgebaut. Dazu gehört auch unser Auftritt auf XING“, sagt Florian Wurzer, Head of Talent Acquisition Region Süd bei der DB Mobility Networks Logistics AG in München.

Lösung: Potenzielle Kandidaten diskret ansprechen und Spannung erzeugen

Denn XING bietet mit dem XING Talentmanager ein Tool an, mit dem Kandidaten effizient und schnell kontaktiert werden können. „Wir sprechen aber nur Kandidaten an, die offen für Angebote oder aktiv auf Jobsuche sind“, so Maximilian Weiß, Recruiter Akademische Berufserfahrene bei der Deutschen Bahn. Mit dem Talentmanager können die Mitarbeiter der Personalgewinnung transparent im Team zusammenarbeiten und dem Fachbereich innerhalb weniger Tage passende Kandidaten vorschlagen. Kandidaten, die eventuell für zukünftige Vakanzen interessant sind, können somit archiviert werden.

Spezialisiert ist die Personalgewinnung u.a. auf akademische Berufserfahrene aus dem Ingenieurwesen. Aber genau diese Kandidaten sind auf dem Markt kaum zu finden. „XING gibt uns die Möglichkeit, Menschen anzusprechen, die noch nicht detailliert über einen Wechsel ihrer Arbeitsstelle nachdenken, also die latent Jobsuchenden. Das sind oft Personen, die die Deutsche Bahn als kreativen, sozialen und außergewöhnlichen Arbeitgeber bisher gar nicht wahrgenommen haben“, erklärt Florian Wurzer. Dem voraus geht die enge Zusammenarbeit zwischen Recruitern und den Personalern aus den Fachbereichen von mehr als 20 Geschäftsfeldern. Das Resultat ist ein verzahntes Agieren, wobei die Sourcer dank des XING Talentmanagers potenzielle Kandidaten bei XING identifizieren. Dazu Wurzer weiter: „XING bietet uns viele interessante Profile, die wir uns mit dem Talentmanager anschauen können. Wir möchten die Vorteile des Talentmanagers nutzen und die Profile der Bewerber kennenlernen, dabei aber unterschiedliche Wege des Talent-Poolings gehen – und mit XING den des indirekten Poolings. Nicht alle potenziellen Kandidaten werden somit direkte Bewerber. Dies ist für uns besonders wichtig, da wir höchsten Wert auf Datenschutz legen. Bewerberdaten werden wie Mitarbeiterdaten eingestuft und höchst vertraulich behandelt.“

„Wir wollen Menschen nicht nur für einen Job, sondern für eine Karriere einstellen.“

FLORIAN WURZER
HEAD OF TALENT ACQUISITION REGION SÜD
DB MOBILITY NETWORKS LOGISTICS AG

Die persönliche Ansprache übernehmen dann die Recruiter. Für die Kontaktaufnahme dient das Profil, das die potenziellen Kandidaten auf XING veröffentlicht haben, als Leitfaden. „Das Profil hilft uns, den Kandidaten einzuschätzen und ihn dann diskret und vor allem persönlich anzusprechen“, sagt Maximilian Weiß, „dabei erfährt er auch für ihn Neues über die Deutsche Bahn und wird positiv überrascht. So kann natürlich seine Neugier geweckt und auch Spannung erzeugt werden.“ Die Ansprache wird immer individuell auf jeden Kandidaten abgestimmt, auch dank der Informationen im XING-Profil. Alle Mitarbeiter, die eine Lizenz des XING Talentmanagers nutzen, können sehen, welcher Kollege wann und was mit den Kandidaten kommuniziert hat, und sind so jederzeit auf dem aktuellsten Stand. Doppelte Ansprachen der gleichen Person sind somit ausgeschlossen.

Neben weiteren Kanälen unterstützt der XING Talentmanager die Personalgewinnung dabei, neue und kreative Wege zu gehen, um latent Jobsuchende zu identifizieren. Stichwort: exklusive Inhouse-Events, die nur von ausgewählten Fachleuten besucht werden. Über die Option ‚Event‘ lassen sich im XING Talentmanager gezielt Kandidaten für diese Veranstaltungen einladen – „und zwar nur die, die ich auch gerne auf unserem Event sehen und kennenlernen möchte“, so Maximilian Weiß.

Die Personalgewinnungsabteilung verfolgt mehrere Ansätze, so Florian Wurzer. Beispielsweise greifen die Mitarbeiter bei der Suche nach Ingenieuren, Controllern, Projekt- und Teamleitern auf Stellenanzeigen zurück. Nicht nur auf der eigenen Karriereseite der Deutschen Bahn, sondern auch auf XING, wo sie potenzielle Kandidaten mit den XING Stellenanzeigen erreichen. Im Gegensatz zu klassischen Jobbörsen findet bei einer XING-Anzeige direkt nach Veröffentlichung ein Abgleich zwischen dem Anforderungsprofil und allen XING-Mitgliederprofilen statt. Dieses Leistungsmerkmal ist besonders wertvoll, denn die Anzeige wird passenden Kandidaten während der gesamten Laufzeit aktiv auf ihren Profilen vorgeschlagen. Das heißt, noch ehe ein Recruiter einen Kandidaten ansprechen kann, ist dieser bereits über die offene Position informiert.

Potenziellen neuen Mitarbeitern geht es heute jedoch nicht mehr nur um Dinge wie Jobbeschreibungen oder Karrieremöglichkeiten. Einen großen Stellenwert haben auch Faktoren wie Betriebsklima, Arbeitsumgebung oder Work-Life-Balance. Bei der Herausstellung dieser Faktoren kommt das

Employer Branding Profil auf XING und kununu zum Einsatz. Besonders wichtig sind der Deutschen Bahn dabei die Möglichkeiten, die individuellen Facetten zu zeigen, die das Unternehmen als Arbeitgeber auszeichnen. Dazu dienen beispielsweise Fotos und Videos, die jeweils an die laufenden Image-Kampagnen angepasst werden. Außerdem werden regelmäßig zielgruppenrelevante Informationen veröffentlicht, wie etwa Neuigkeiten aus dem Unternehmen, bevorstehende Events oder auch neue Trainee-Programme. Die Recruiter der Deutschen Bahn verweisen daher aktiv auf das Employer Branding Profil, um potenziellen Kandidaten und Bewerbern weitere Informationen sowie einen ‚echten‘ Blick auf die Deutsche Bahn als Arbeitgeber zu bieten und sich somit als bevorzugter Arbeitgeber zu positionieren. Dazu Ina Orlandt, Referentin Online Personalmarketing: „Unsere Employer-Branding-Offensive, die wir auch auf XING und kununu gefahren haben, hat uns dabei geholfen, Bewerber zu erreichen, die bisher noch nie über einen Wechsel zur Deutschen Bahn nachgedacht haben.“

Ausblick: Kandidaten für eine Karriere, nicht nur für einen Job

Um einem Mangel an qualifizierten Mitarbeitern vorzubeugen, setzt die Deutsche Bahn für die Zukunft auf mehrere Maßnahmen: Die weitere Professionalisierung der Rekrutierungsprozesse, die verstärkte Suche nach qualifizierten Auszubildenden und die Ansprache neuer Zielgruppen, wie etwa Facharbeiter aus dem europäischen Ausland oder Drittstaaten sowie die Entwicklung neuer Arbeitsmodelle, wie z.B. Teilzeit-Trainee-Programme, erschließen neue Zielgruppen. Darüber hinaus will die Deutsche Bahn auch eigene Führungskräfte und Mitarbeiter als Multiplikatoren und Recruiter gewinnen, beispielsweise durch die Nutzung des Employer Branding Profils. Gerade dieser Aspekt ist wichtig, sind die eigenen Mitarbeiter doch besonders glaubwürdig und können authentisch aus dem Berufsalltag berichten.

Die Deutsche Bahn sucht engagierte Mitarbeiter. Denn die Aufgaben, besonders im Ingenieurwesen, haben es in sich. Stuttgart 21, Großbrücken- und Tunnelbau-Projekte, um nur einige Beispiele zu nennen, sind außergewöhnliche Projekte, die herausragende Experten benötigen. Um neue Mitarbeiter dabei zu unterstützen, hat das Unternehmen ein umfangreiches Programm aufgesetzt, mit dem diese langsam an ihre neue Verantwortung herangeführt werden. Je nach Anforderung werden sie bis zu ein Jahr lang aktiv begleitet, und es werden Ihnen immer wieder neue Karrierewege angeboten – ‚hire for a career‘ lautet hier das Motto.

Daneben steht die Deutsche Bahn auch für soziale Verantwortung ein. Besonders Familien liegen dem Unternehmen am Herzen. Es gibt Elternberatungsstellen, Unterstützung für Alleinerziehende, Kinderkrippen, günstige Urlaubsmöglichkeiten für Familien mit geringem Einkommen und sogar eine Stiftung, die u.a. Kinderheime unterhält. Wer bei der Deutschen Bahn einmal ankommt, wird Teil einer der größten Familien Deutschlands, wie es das Unternehmen selbst formuliert.

Erfahren Sie mehr über die E-Recruiting-Produkte von XING: recruiting.xing.com

XING AG · Dammtorstraße 30 · 20354 Hamburg · Deutschland · Tel.: +49 40 419 131-784 · www.xing.com