



Presseinformation

Deutsche Bahn baut weiter Personal auf: Dieses Jahr mehr als 25.000 Neueinstellungen geplant

Neue Arbeitgeberkampagne „Was ist dir wichtig?“ nimmt Kandidat:innen in den Fokus • DB entwickelt Maßnahmenpaket für historisch engen Arbeitsmarkt • 5.500 Azubis und Studierende: So viele Nachwuchskräfte wie nie • Insgesamt rund 9.000 zusätzliche Stellen

(Berlin, 6. Januar 2023) Die Deutsche Bahn (DB) baut weiter Personal auf. In diesem Jahr sind mehr als 25.000 Neueinstellungen geplant. Unterm Strich entstehen voraussichtlich rund 9.000 Stellen zusätzlich. „Wir investieren auch 2023 auf Rekordniveau in Personal, besonders im operativen Bereich. Wir brauchen zigtausende neue Kolleg:innen, um die Herausforderungen bei der Bahn zu stemmen“, so DB-Personalvorstand Martin Seiler. Dazu gehörten die Verbesserung der betrieblichen Qualität genauso wie die Generalsanierung der Infrastruktur und die Verdoppelung der Fahrgastzahlen.

Das Einstellungsziel sei „angesichts des enormen Fachkräftemangels und des historisch engen Arbeitsmarkts wirklich herausfordernd“, sagt Seiler. Zwar konnte die DB auch im vergangenen Jahr rund 28.000 Einstellungszusagen erteilen und netto rund 5.000 Stellen aufbauen, aber auf diesem Erfolg könne man sich keinesfalls ausruhen. Die DB hat deshalb viele Maßnahmen entwickelt, um Personalgewinnung und Mitarbeitendenbindung zu stärken.

So startet am Montag, den 9. Januar, die neue Arbeitgeberkampagne der Deutschen Bahn. Sie ist bundesweit im TV, online und auf Plakaten zu sehen. Mit dem neuen Claim „Was ist dir wichtig?“ geht die DB dabei so unmittelbar auf die potenziellen Bewerbenden ein wie nie. „Eine Frage ist immer der Anfang eines Dialogs, und genau das wollen wir, zuhören und in den Austausch gehen“, sagt Kerstin Wagner, Leiterin DB-Personalgewinnung. „Es geht darum, dass wir als DB auf die zentralen Fragen der allermeisten Jobsuchenden – „Was will ich von einem Job und wo bekomme ich das?“ – eingehen.“ DB-Mitarbeitende zeigen in der Kampagne, was ihnen im Beruf und im Leben wichtig ist, und wie sie das bei ihrer Arbeitgeberin unter einen Hut bekommen: von Vereinbarkeit von Familie und Führung über einen sicheren Arbeitsplatz bis hin zur Gestaltung der grünen Mobilitätswende.

Mit diesem Ansatz differenziert sich die DB klar vom Wettbewerb und richtet sich ganz auf den Arbeitsmarkt aus, der ein voller Arbeitnehmermarkt geworden ist. „Früher wollten Unternehmen wissen, was die Bewerbenden bieten können, warum sie hier einen Job bekommen sollten. Längst ist es andersherum“, so Wagner. Die Menschen suchten nach einem passenden und wertschätzenden Arbeitsumfeld, das ihren individuellen Bedürfnissen und ihrer Lebenssituation gerecht wird.

Matthias Waha
Leiter Kommunikation
Personal und Recht
Tel. +49 (0) 30 297-61030
presse@deutschebahn.com
deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse



Presseinformation

Neben Maßnahmen zur erfolgreichen Personalgewinnung ist auch die Mitarbeitendenbindung immer wichtiger. Martin Seiler: „Wir setzen alles daran, auch weiterhin eine zufriedene Belegschaft und eine stabile niedrige Fluktuation zu haben.“ Dazu würden die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen laufend weiterentwickelt. Beispiele: Die DB gestattet nun – wo möglich – bis zu 30 Arbeitstage pro Jahr mobiles Arbeiten im europäischen Ausland. Auch die Verbesserung von Schichtsystemen und Comeback-Programmen für Kolleg:innen, die eine Auszeit genommen haben, ist vorgesehen. Fahrvergünstigungen, einer der beliebtesten DB-Benefits, gelten ab Frühjahr auch für nicht-eheliche Partner:innen von Mitarbeitenden. Außerdem sollen Einstellungsprozesse verkürzt und mehr in Aus- und Weiterbildung investiert werden.

Denn von den über 25.000 Neueinstellungen in diesem Jahr entfallen allein rund 5.500 auf Azubis und Dual Studierende, ein neuer Rekord. „Die DB setzt noch mehr als bisher auf eigene Qualifizierung. Was der Markt nicht hat, müssen wir selbst ausbilden“, so Seiler. Dafür würden auch Ausbildungsstätten erweitert und modernisiert. Neben den Nachwuchskräften bildet die DB jährlich 4.000 bis 5.000 Quereinsteiger:innen aus, besonders zu Lokführer:innen, Fahrdienstleiter:innen und Servicemitarbeiter:innen.

Um alle Arbeitsmarktpotenziale zu nutzen, sollen auch internationale Märkte besser genutzt werden. Die DB hat bereits seit 2019 eine eigene Cross-Border-Recruiting Einheit. Englisch als Arbeitssprache ist bei der DB ebenfalls auf dem Vormarsch, besonders im IT-Bereich. Langfristig, also auf zehn oder zwanzig Jahre gerechnet, müsse der Personalbedarf jedoch auch reduziert werden, so Seiler. Deshalb arbeite man bereits mit Hochdruck daran, „Flexibilität und Produktivität zu erhöhen sowie Standardisierung und Digitalisierung voranzutreiben. Es gehen durch den demografischen Wandel fast doppelt so viele Menschen aus dem Arbeitsmarkt heraus wie hinein, diese Rechnung kann nicht aufgehen.“

Geplante Einstellungen 2023 in den Top-Berufsgruppen:

Schienen- und Schienenfahrzeuginstandhaltung: 4.300
Bauprojekte/Bauüberwachung: 2.400
Lokführer:innen: 2.400
Fahrdienstleiter:innen: 1.100
Zugservice: 2.200
IT-Expert:innen: 1.200

Hinweis für Redaktionen:

Fotos und TV-Spot der neuen Arbeitgeberkampagne finden Sie im DB Mediaportal

Matthias Waha
Leiter Kommunikation
Personal und Recht
Tel. +49 (0) 30 297-61030
presse@deutschebahn.com
deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse