



Ziele

Die Deutsche Bahn möchte mit ihrer Kampagne „Willkommen, Du passt zu uns“ in einem Jahr rund 19.000 neue Mitarbeiter gewinnen. Vor allem Engpassberufe sollen durch selbstkritische und authentische Kommunikation in den sozialen Medien für Bewerber attraktiv werden.

Das Unternehmen



Strategie und Umsetzung

Ehrlichkeit statt Hochglanz-Marketing: Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die DB-Mitarbeiter, die den Bewerbern ihr Arbeitsumfeld unmittelbar erlebbar machen. Sie erstellen die Social-Media-Inhalte selbst, zum Beispiel in Portrait-Videos, Bildern und Storys, erzählen von ihren persönlichen Geschichten, Jobs und Leidenschaften und geben einen ungeschönten Einblick hinter die Kulissen. In Livestreams informieren Mitarbeiter und Recruiter Kandidaten außerdem über Berufe bei der Bahn und beantworten Fragen.

Kampagne mit Auszeichnung

Die Deutsche Bahn gewinnt für ihre Kampagne „Willkommen, Du passt zu uns“ den trendence Employer Branding Award 2018 in der Kategorie „Employer Branding Social Media“.



Stimmen aus der Jury

„Die Deutsche Bahn hat Social Media wie kaum ein anderes Unternehmen verstanden: Hier geht es um Ehrlichkeit und Authentizität und nicht um Werbehülsen.“



Erfolge

15 Millionen Klicks, 100 Millionen erreichte Menschen allein durch Videos, sechs Millionen Interaktionen in den sozialen Netzwerken – das führt 2017 zu 42 Prozent mehr Zugriffen auf das Karriereportal und 28 Prozent mehr Bewerbungen als im Vorjahr.

„Das ist ein gelungener, bunter, hochprofessioneller und sympathischer Auftritt der Deutschen Bahn, der die Zielgruppen auf allen Kanälen erreicht.“