

Presse-Info

KVB startet Recruiting-Kampagne #TeamHerzschlag mit speziell gestalteter Stadtbahn

„Ich mache die Stadt mit K zur Stadt mit KI“ ist nur eine der selbstbewussten Headlines, die die neue Arbeitgeberkampagne der KVB ausmacht. Mit einer speziell gestalteten Stadtbahn hat die KVB die Kampagne für die Gewinnung von Fachkräften gestartet. KVB-Vorstandsvorsitzende Stefanie Haaks und Peter Densborn, Vorstand und Arbeitsdirektor der KVB, stellten die Bahn am heutigen Mittwoch auf dem Neumarkt vor. Mit der Stadtbahn wirbt die KVB vor allem um Ingenieure, Techniker und IT-Experten, ebenso werden aber nach wie vor Fahrerinnen und Fahrer für Stadtbahn und Bus gesucht. Derzeit hat die KVB mehr als 4000 Mitarbeitende aus rund 30 Nationen. Die KVB ist zudem einer der größten Ausbildungsbetriebe in Köln. In sieben kaufmännischen und gewerblich-technischen Ausbildungsberufen machen rund 180 Jugendliche ihre Ausbildung bei der KVB.

„Bis 2030 werden wir rund ein Viertel unserer Stellen altersbedingt neu besetzen müssen“, so Stefanie Haaks. „Hinzu kommt der Personalbedarf, um die Anforderungen der angestrebten Mobilitätswende erfüllen zu können. Das ist für uns eine große personalpolitische Herausforderung, die wir mit Elan angehen.“

Etablierung der Arbeitgebermarke KVB

„Die KVB ist nicht nur Kölns größtes Verkehrsunternehmen, sondern auch eine große Arbeitgeberin. Vor allem eine großartige. Das soll die neue Arbeitgebermarke der KVB nun auch nach außen tragen. Unser Fokus liegt auf der nachhaltigen Etablierung der Arbeitgebermarke KVB unter dem Hashtag #TeamHerzschlag“, so Peter Densborn. „Die Positionierung der Arbeitgebermarke leitet sich aus unserer Unternehmensvision und dem Kern der Unternehmensmarke KVB ab – dem Herzschlag der Stadt.“ Dies steht für die Leistung, die die KVB täglich für hunderttausende Menschen erbringt, für die technischen Entwicklungen, die das Unternehmen vorantreibt und für die Rolle beim Umwelt- und Klimaschutz sowie der Verkehrswende.

„Als Arbeitgeberin geben wir unseren Mitarbeitenden unser Wort: Wer zu uns kommt, bewegt etwas. Eine Millionenstadt zum Beispiel. Und den Verkehr von morgen natürlich. Gemeinsam gestalten wir ein neues multimobiles Zeitalter. Eins, das einfach nachhaltig und nachhaltig einfach ist. Mit Herzblut und Tradition. Mit

innovativen Tools und smarten Ideen. Mit einem großartigen Team aus Menschen unterschiedlichster Herkunft und einem gemeinsamen Ziel: Köln und den Klimaschutz nach vorne bringen“, so Pamela Winkelmann, Bereichsleiterin Personalmanagement der KVB.

Neben der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden spielt bei der KVB auch die Personalentwicklung eine immer stärkere Rolle. „Der Schlüssel zu jeglicher Innovation im Unternehmen liegt in den Kompetenzen unserer Mitarbeitenden“, sagt der Arbeitsdirektor. Diese sollen mit individuellen Qualifizierungsmaßnahmen und internen Entwicklungsmöglichkeiten gefördert werden. Densborn: „Unser Personal ist unser Erfolgsfaktor.“ Daher richtet sich die neue Arbeitgeberkampagne auch nicht nur an externe Bewerber, sondern auch an die Kolleginnen und Kollegen. Immerhin sind sie es, die jeden Tag alle Hebel in Bewegung setzen, um die Stadt in Bewegung zu versetzen. „Es fühlt sich super an, die KVB vertreten zu dürfen. Für mich ist die neue Kampagne jung und dynamisch, das gefällt mir so gut daran. Außerdem finde ich es wichtig, wenn ein Unternehmen von den Menschen repräsentiert wird, die dort auch wirklich arbeiten.“, so Philipp Schanda, Techniker im Bereich Bahnbau bei der KVB und eines der Gesichter der neuen Kampagne.

Vielfältiger Kommunikationsmix

Neben der Außenbeklebung der neuen Stadtbahn mit den Kampagnenmotiven findet sich in ihrem Inneren darüber hinaus die erste neue Beklebung der Fahrerstände. „Mit dem Claim „Hier bist du beruflich ganz weit vorn“ wollen wir direkt am zukünftigen Arbeitsplatz für den Job als Bus- oder Stadtbahnfahrer werben.“, so Densborn. Diese Beklebung wird nun kontinuierlich auf alle Fahrzeuge der Serie 4500 ausgeweitet.

Darüber hinaus wird die neue Kampagne den Kölnerinnen und Kölnern zukünftig in einer Vielzahl von verschiedensten Kanälen begegnen. Mit Imageanzeigen im neuen, frischen Look und einer persönlicheren Ansprache, mit Flyern und Broschüren im neu gestalteten Corporate Design, modernen internen und externen Stellenausschreibungen auf der Karriere-Website, mit Aktivitäten auf Social Media und den Businessplattformen, Imagevideos und einigem mehr.

Wieso die KVB das #TeamHerzschlag ist, sieht man im neuen Imagevideo der KVB: www.kvb.koeln/teamherzschlag.

Weitere Infos und alle offenen Jobangebote unter www.kvb.koeln/jobs

-map-