

## Presse-Information

17. Oktober 2023

**Hamburger Hochbahn AG**

Constanze Salgues

Pressesprecherin

Büro: 040 32 88-54 33

Mobil: +49 170 525-56 50

presse@hochbahn.de

## Fachkräfte für die Mobilitätswende gesucht

- **HOCHBAHN startet Recruitingoffensive mit neuer Markenkampagne**
- **Kampagne steht für Individualität in einer starken Gemeinschaft**
- **Ungewöhnliche Motive als stadtweiter Blickfang**

Der Wettbewerb um Fachkräfte prägt das Wirtschaftsleben. Auch für die Hamburger Hochbahn AG (HOCHBAHN) ist die Gewinnung von Fachkräften eine der erfolgskritischen Herausforderungen. Mit mehr als 6 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rangiert das Unternehmen unter den Top 10 der größten Hamburger Arbeitgeber. Hinzu kommen weitere knapp 2 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Tochter- und Beteiligungsunternehmen.

Viele Jahre warben auf den Werbeflächen der Hamburger Hochbahn AG (HOCHBAHN) Avatare mit „Unser Job für Hamburg“ für Bewerbungen. Jetzt reagiert die HOCHBAHN auf die Veränderungen und Herausforderungen am Arbeitsmarkt mit einer komplett neuen Kampagne, die mit auffällig authentischer Bildsprache als stadtweiter Blickfang für Aufmerksamkeit sorgen wird: authentisch, ungeschminkt, sympathisch. Der Claim „SEI DU. SEI WIR.“ wurde gemeinsam mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Unternehmen entwickelt.

**Saskia Heidenberger**, Personalvorständin und Arbeitsdirektorin der HOCHBAHN: „Die Menschen sind es, die unsere HOCHBAHN ausmachen und die Hamburg am Laufen halten. In einer Welt mit vielen Unsicherheiten kann ein guter Beruf auch ein wichtiger Ankerpunkt sein – für Selbstwirksamkeit und Zusammenhalt. Dies verbunden mit der Vielfalt der Menschen, die alle ihre ganz eigene Art und

Neuigkeiten und Hintergründe zur HOCHBAHN unter [hochbahn.de](https://hochbahn.de) und [dialog.hochbahn.de](https://dialog.hochbahn.de)  
Informationen zu Betriebsunterbrechungen via [twitter.de/hochbahn](https://twitter.de/hochbahn) sowie per [Telegram](https://t.me/hochbahn)

Geschichte einbringen, macht uns als Unternehmen stark und wappnet uns für die künftigen Herausforderungen auf dem Weg zur Mobilitätswende.“

Eines der Gesichter der Kampagne ist Christian Lemke. Der markante 41-jährige Hamburger ist Handwerker für Busanlagen, einer von vielen Jobs, die nicht sofort jeder und jede im Kopf hat, wenn man an die HOCHBAHN denkt. Die Vielfalt des Unternehmens ergibt sich aus den unterschiedlichen Typen Menschen, die in verschiedensten Gewerken tätig sind. Lemke ist seit knapp vier Jahren bei der HOCHBAHN. Charakteristisch für ihn ist seine Hautkunst. Seine Tattoos fallen ins Auge und sind daher auch zentrales Element seines Motivs, bei dem er seine Hände vor die Augen hält.

**Christian Lemke:** „Bei der Arbeit bekomme ich selten Kommentare zu meinen Tattoos. Mich macht ja noch mehr aus als die Motive auf der Haut, und das sehen auch meine Kolleginnen und Kollegen so. Die schätzen mich für andere Dinge: Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Freundlichkeit, Pünktlichkeit und immer eine helfende Hand. Ich packe mit an und lass das Team nicht hängen.“

Die Kampagne setzt die Kolleginnen und Kollegen der HOCHBAHN in Szene, mit starken Nahaufnahmen auf der einen und ihrer Verbundenheit im Team auf der anderen Seite. Egal in welcher Abteilung, es gibt keine Einzelkämpferinnen oder Einzelkämpfer bei der HOCHBAHN. Dieser Aspekt war den Kolleginnen und Kollegen bei der Entwicklung der Marke wichtig. In Szene gesetzt wurde die Kampagne durch den Fotografen Murat Aslan.

**Hinweis an die Medien:** *Sollten Sie Interesse an einem Einzelthema haben und eine spannende Aufgabe im Hamburger Nahverkehr mit einer spannenden Person verknüpfen wollen, die bald alle Hamburgerinnen und Hamburger auf Plakaten kennenlernen werden, melden Sie sich gerne.*

Neuigkeiten und Hintergründe zur HOCHBAHN unter [hochbahn.de](https://hochbahn.de) und [dialog.hochbahn.de](https://dialog.hochbahn.de)  
Informationen zu Betriebsunterbrechungen via [twitter.de/hochbahn](https://twitter.de/hochbahn) sowie per [Telegram](https://t.me/hochbahn)