



Themendienst

Auf allen Kanälen: Social-Media-Strategie ist etablierter Teil der DB-Kommunikation

Deutsche Bahn Konzern und Deutsche Bahn Personenverkehr als zentrale Dialog-Kanäle • Hohe Nutzerzahlen und offener Dialog belegen Erfolg des Social-Media-Engagements

(Berlin, November 2017) Die DB baut ihre Aktivitäten in der Online-Kommunikation kontinuierlich aus: Mit einem konzernübergreifend arbeitenden Kompetenzteam und diversen Kanälen ist Social Media seit Dezember 2011 fester Bestandteil der Konzernkommunikation. Im Fokus der Social-Media-Strategie der DB steht der medien- und zielgruppengerechte Dialog. Außer bei Facebook, Twitter, YouTube und Instagram ist die Deutsche Bahn inzwischen auch auf WhatsApp, XING und Foursquare aktiv. Nutzer und Kunden werden über diverse Angebote schnell informiert und durch regelmäßige Aktionen integriert. Zugleich stellt die DB in den Sozialen Netzwerken die Vielfalt des Konzerns, ihr gesellschaftliches Engagement und ihre Verantwortung als Arbeitgeber dar und spricht damit neue Zielgruppen an.

Die Social-Media-Aktivitäten der DB sollen eine offene, transparente und persönliche Kommunikation mit den Usern im Web ermöglichen. Die Social-Media-Teams der Deutschen Bahn sind sich des kritischen Umfeldes bewusst, suchen deshalb ganz bewusst den Dialog und den Austausch mit Interessierten und Reisenden und bieten ihren Nutzern durch die kompetente und schnelle Reaktion so einen echten Mehrwert.

Facebook als zentrale Plattform

Seit Dezember 2011 sind die beiden zentralen Facebook-Auftritte online: www.facebook.com/deutschebahn als Kanal der DB-Konzernkommunikation und www.facebook.com/dbpersonenverkehr als Seite des Personenverkehrs. Gemeinsam haben sie im November 2017 mehr als 700.000 Fans - Tendenz steigend: Fanzahl und Reichweite wachsen täglich.

Bei der Etablierung der DB-Facebook-Auftritte agierten Konzernkommunikation und Online-Vertrieb des Personenverkehrs gemeinsam und eng verzahnt. Beide Kanäle ergänzen sich: Das Social-Media-Team der Facebook-Seite **Deutsche Bahn Konzern** postet unter www.facebook.com/deutschebahn Neuigkeiten aus dem DB-Konzern und den Geschäftsfeldern. Im Mittelpunkt stehen Themen wie Innovationen, Technik, Infrastruktur, Ökologie, Logistik und das gesellschaftliche Engagement der DB. So kann sich das Unternehmen positiv darstellen, die Vielfalt des Konzerns und seine Attraktivität als Arbeitgeber zeigen und sich gleichzeitig der Diskussion stellen. Dabei ist dem

Jens Appelt
Leiter Multimediakommunikation
Interne Kommunikation /
Digitalisierung DB-Konzern
Tel. +49 (0) 30 297-60880
presse@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse

Herausgeber: Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland
Verantwortlich für den Inhalt:
Leiter Kommunikation und Marketing
Oliver Schumacher



Themendienst

Team die persönliche Ansprache besonders wichtig: Im Dialog klärt es offene User-Fragen, vertieft komplexe Themen und nimmt Anregungen auf.

Der Facebook-Kanal **Deutsche Bahn Personenverkehr** unter www.facebook.com/dbpersonenverkehr will Kunden bei allen Fragen rund um ihre Reise unterstützen und so die Zufriedenheit und die Bekanntheit des Personenverkehrs und seiner Angebote erhöhen. Zusätzlich sorgen Aktionen, Kampagnen und nützliche Applikationen rund um die Fahrt mit der Bahn für konstante Einbindung und Motivation der Nutzer. Das „Deutsche Bahn Personenverkehr“-Dialog-Team hilft schnell und unkompliziert weiter – auch am Wochenende. Die Anfragen drehen sich um Ticketpreise, Angebote und alternative Verbindungsmöglichkeiten. Und läuft einmal etwas nicht reibungslos, nimmt das Dialog-Team die Kritik auf und sorgt dafür, dass sie bei den zuständigen Bereichen ankommt.

Daneben finden Interessierte und potenzielle zukünftige Mitarbeiter der Deutschen Bahn Informationen zum Arbeitgeber Deutsche Bahn auf dem Facebook-Kanal **Deutsche Bahn Karriere** unter <https://www.facebook.com/DBKarriere>. Hier posten und beantworten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Bahn Beiträge rund um das Thema Karriere im DB-Konzern. Zudem werden regelmäßig die zahlreichen Berufsbilder bei der DB vorgestellt.

YouTube-Kanal zeigt Filme aus den Geschäftsfeldern

Laufen lernen die Bilder auf dem YouTube-Kanal **Deutsche Bahn Konzern**. Wie schon bei Facebook stammen auch hier die Inhalte unter anderem aus den Geschäftsfeldern und richten sich an Bahn-Interessierte, Kunden und Stakeholder. Komplexe Zusammenhänge werden hier in Bewegtbildbeiträgen anschaulich erklärt, um mehr Verständnis für die Strukturen und Aufgabenfelder der DB zu erzeugen. Die User können die Beiträge in verschiedener Playlists wie „DB-Konzern“, „Logistik“, „Infrastruktur und Technik“ oder „Sicherheit an Bahnanlagen“ schnell finden, anschauen und kommentieren. Zudem setzt die Deutsche Bahn auf ansprechende und unterhaltsame Serienformate mit festen Testimonials, um zielgruppengerecht zu informieren. Hintergründe, etwa zum Jubiläum „20 Jahre Bahnreform“, werden in animierten Videos erläutert.

Der Kanal www.youtube.com/deutschebahnkonzern hat bereits fast 25.000 Abonnenten, die automatisch über alle neuen Videos informiert werden. Die Videos wurden bisher insgesamt über acht Millionen Mal aufgerufen.

Seit Mitte Juni 2013 präsentiert sich auch **Deutsche Bahn Personenverkehr** auf YouTube unter <http://www.youtube.com/dbbahn>. Zu sehen sind Videos zum Thema Personenverkehr, etwa rund um die Angebote im Fern- und Regionalverkehr oder hilfreiche Tipps zur Reiseplanung.

Herausgeber: Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland
Verantwortlich für den Inhalt:
Leiter Kommunikation und Marketing
Oliver Schumacher

Jens Appelt
Leiter Multimediakommunikation
Interne Kommunikation /
Digitalisierung DB-Konzern
Tel. +49 (0) 30 297-60880
presse@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse



Themendienst

Die Bilderwelt der Deutschen Bahn

Im populären Bildernetzwerk Instagram zeigt sich der Konzern in seiner ganzen Vielseitigkeit. Bahnfans aus der ganzen Welt können Fotomotive aus dem Alltag der DB seit November 2013 im Fotonetzwerk ansehen, bewerten und kommentieren. Neben professionell aufgenommenen Motiven und ausgewählten Bildern anderer User zeigen auch Mitarbeiter eigene Bilder und Einblicke in den DB-Konzern. User können sich aber auch selbst einbringen. Mit Kampagnen und Gewinnspielen werden sie zur Teilnahme motiviert. Die DB ruft z.B. auf, Fotos zu speziellen Themen über Instagram hochzuladen und mit einem vorgegebenen Aktions-Hashtag zu kennzeichnen.

Information und Dialog auf Twitter

Bereits seit Ende 2009 ist die DB erfolgreich auf Twitter aktiv: Seitdem versorgt der Twitter-Kanal **@DB_Info** Kunden mit Verkehrsmeldungen und Informationen zu aktuellen Angeboten im Fern- und Regionalverkehr. Im Juni 2011 startete auch der Dialog-Kanal **@DB_Bahn** des Personenverkehrs auf Twitter. Dieser hat sich schnell als populärer Echtzeit-Kundenservice etabliert. Auch hier können die Kunden mit Fragen rund um ihre Reise in den direkten Kontakt mit dem Dialog-Team des Personenverkehrs treten. Es beantwortet pro Tag durchschnittlich knapp 450 Anfragen. Der Twitter-Account **@DB_Bahn** wurde in der Kategorie „Social Media“ mit dem „Annual Multimedia Award 2012“ in Silber ausgezeichnet.

Nachrichtenrelevante Informationen rund um die Deutsche Bahn bietet die DB in Echtzeit auf dem Twitter-Kanal **@DB_Presse**. Hier twittert die DB-Kommunikation für Medienvertreter und die interessierte Öffentlichkeit zu wichtigen Neuigkeiten, von aktuellen Veranstaltungen sowie zum Programm „Zukunft Bahn“.

Darüber hinaus setzt die Deutsche Bahn schon seit Ende 2008 Twitter gezielt zur Personalgewinnung und zur Stärkung der Arbeitgebermarke ein. Mit dem Twitter-Kanal **@DBKarriere** gehört die DB zur Spitzengruppe von Unternehmen, die über diese Plattform Mitarbeiternachwuchs aktivieren. Sie versorgt hier Schüler, Studierende und Young Professionals mit Informationen von Berufsbeschreibungen über Berichte von Jobmessen bis hin zu Veranstaltungshinweisen.

„Zukunft Bahn“ über WhatsApp

Über den Stand und die Fortschritte des Programms "Zukunft Bahn" informiert die Deutsche Bahn regelmäßig und zeitgemäß – seit Juni 2016 auch über den Messenger-Dienst WhatsApp. Interessierte bekommen so Neuigkeiten und Informationen zu „Zukunft Bahn“ direkt per Push-Nachricht aufs Smartphone.

Herausgeber: Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland
Verantwortlich für den Inhalt:
Leiter Kommunikation und Marketing
Oliver Schumacher

Jens Appelt
Leiter Multimediakommunikation
Interne Kommunikation /
Digitalisierung DB-Konzern
Tel. +49 (0) 30 297-60880
presse@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse



Themendienst

Kurz und prägnant werden Informationen hier auf den Punkt gebracht. Für den Dienst anmelden können sich Interessierte unter [deutschebahn.com/whatsapp](https://www.deutschebahn.com/whatsapp).

Foursquare ergänzt das Social-Media-Angebot

Die Deutsche Bahn ist mit ihren Bahnhöfen auch auf dem Sozialen Netzwerk Foursquare (www.foursquare.com/deutschebahn) aktiv. Nutzer erhalten vor Ort auf ihrem mobilen Endgerät nützliche Tipps rund um die jeweilige Station. Hinterlegt sind Informationen zu Einkaufsmöglichkeiten, Öffnungszeiten des DB Reisezentrums, Details zu Architektur und Bahnhofsgeschichte, Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen und vieles mehr.

So informiert die DB Reisende und Besucher noch umfangreicher und aktueller. Zu finden sind die Foursquare-Bahnhöfe samt der DB-Tipps und Empfehlungen der Nutzer auch auf der Facebook-Seite „Deutsche Bahn Konzern“.

Mitarbeiter werden für die Social-Media-Strategie sensibilisiert

Auch in der Mitarbeiterkommunikation hat das Thema Social Media hohe Priorität. So wurde ein Kompass zu den Sozialen Medien entwickelt, der allen Beschäftigten spezielle Hilfestellungen und Empfehlungen im Umgang mit Social Media gibt - sowohl digital im Intranet als auch in gedruckter Form. Auch Themen wie Vertraulichkeit und Identifizierung als DB-Mitarbeiter werden

erklärt. Ein zusätzlicher Social-Media-Film visualisiert die Empfehlungen und Hinweise des Kompasses. Der Film ist im Intranet und auf dem YouTube-Kanal „Deutsche Bahn Konzern“ unter <https://youtu.be/zvpRIsKfJuc> abrufbar.

Social-Media-Team bündelt Kompetenz

Ein eigenes Team im Bereich PR & Interne Kommunikation setzt die Social-Media-Strategie der DB in enger Zusammenarbeit mit den operativen Fachabteilungen in den Geschäftsfeldern um. Die Team-Mitglieder sind erfahren in den besonderen Anforderungen, die der Online-Dialog mit sich bringt. Für Entwicklung und Steuerung aller künftigen Social-Media-Aktivitäten der DB ist das Team ebenfalls verantwortlich. Die einzelnen Geschäftsfelder, etwa der Personenverkehr, steuern und setzen ihre Social-Media-Aktivitäten innerhalb der vorgegebenen Linien des Konzerns selbständig um. Kompetenz, die belohnt wird: Die Social-Media-Teams des DB-Konzerns, des Personenverkehrs und das „DB Bahn“-Dialog-Team gewannen 2013 gemeinsam den „Deutschen Preis für Onlinekommunikation“ in der Kategorie „Social-Media-Team des Jahres in Unternehmen“.

Jens Appelt
Leiter Multimediakommunikation
Interne Kommunikation /
Digitalisierung DB-Konzern
Tel. +49 (0) 30 297-60880
presse@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse

Herausgeber: Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland
Verantwortlich für den Inhalt:
Leiter Kommunikation und Marketing
Oliver Schumacher