



Zusammenfassung Nachhaltigkeitsbericht 2009

Auszug aus den Texten des Onlineberichts

Inhaltsverzeichnis

Vorwort _____	3
Unser Unternehmen _____	4
Verantwortung und Unternehmenserfolg bedingen einander _____	4
Unsere Kunden _____	7
Attraktive Lösungen für unterschiedliche Kundenbedürfnisse _____	7
Unsere Produkte _____	9
Wachsenden Verkehr von Umweltlasten entkoppeln _____	9
Unsere Mitarbeiter _____	13
Erfolgsfaktor Mitarbeiter _____	13
Unsere Umwelt _____	17
Umwelt- und Klimaschutz haben einen hohen Stellenwert _____	17
Über den Nachhaltigkeitsbericht 2009 _____	21

Hinweis: Dies ist ein Auszug aus den Texten des Nachhaltigkeitsbericht 2009.

Der vollständige Nachhaltigkeitsbericht 2009 ist ein Onlinebericht und steht im Internet zur Verfügung.

VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

wer sich heute nicht um morgen kümmert, der handelt fahrlässig – das gilt für den Einzelnen genauso wie für die Politik und für Unternehmen. Gerade in Krisenzeiten können wir es uns nicht erlauben, die Zukunft aus dem Blick zu verlieren.

Für uns als Deutsche Bahn bedeutet das: Wir schaffen heute die Grundlagen, damit wir auch in Zukunft erfolgreich im Markt bestehen und Arbeitsplätze sichern können. Wir stellen heute die Weichen, dass wir trotz demografischen Wandels immer hervorragend qualifizierte und motivierte Mitarbeiter haben. Wir entwickeln heute Dienstleistungsangebote, mit denen sich der kontinuierlich wachsende Bedarf an Mobilität umweltfreundlich und ressourcenschonend decken lässt. Und wir übernehmen heute Verantwortung für die Gesellschaft, in der wir – das heißt unsere Mitarbeiter, unsere Kunden und unsere Geschäftspartner – morgen leben wollen.

Dieses umfassende Engagement für die Zukunft nennen wir Nachhaltigkeit.

Nachhaltig erfolgreich kann ein Unternehmen aber nur dann sein, wenn es sich an alle internen und externen Spielregeln hält. Wirtschaftskriminalität schädigt Unternehmen langfristig genauso wie Verstöße gegen Wettbewerbsregeln, Datenschutzbestimmungen oder den Verhaltenskodex. Wir sind als Deutsche Bahn nur dann zukunftsfähig, wenn wir ein verlässlicher und vertrauenswürdiger Arbeitgeber, Geschäfts- und gesellschaftlicher Partner sind. Deshalb galt meine oberste Priorität nach meinem Amtsantritt der konsequenten Aufarbeitung der Fälle von Datenmissbrauch. In Zukunft wird eigens ein Mitglied des Konzernvorstands das Thema „Compliance, Datenschutz und Recht“ verantworten.

Im Sinne wirtschaftlicher Nachhaltigkeit haben wir auch in 2008 trotz schwieriger Rahmenbedingungen wieder ein Rekordergebnis erzielt und die Kapitalmarktfähigkeit des Unternehmens bestätigt. Damit sind wir in der Lage, weiter in die Modernisierung von Infrastruktur und Fahrzeugen zu investieren. Natürlich sind auch wir von der Wirtschaftskrise betroffen. Ihr begegnen wir jetzt mit einem weitreichenden Aktionsprogramm – in Verantwortung für unsere rund 240 000 DB-Mitarbeiter, denen wir ein sicherer Arbeitgeber bleiben wollen. Nachhaltigkeit bedeutet bei uns aber auch, dass wir trotz Krise unser Angebot an Ausbildungsplätzen unvermindert aufrecht erhalten. Wir investieren damit heute in die Zeit nach der Krise.

Im Sinne ökologischer Nachhaltigkeit haben wir 2008 das gesamte Logistikgeschäft jenseits der Schiene in unser Klimaschutzziel 2020 einbezogen. Das heißt: wir wollen die spezifischen Kohlendioxid-Emissionen aus unserem Geschäft – auf der Straße, zur See und in der Luft – um 20 Prozent bis zum Jahr 2020 senken. Für die Schiene arbeiten wir an Möglichkeiten, den Energiebedarf der Fahrzeuge noch weiter zu reduzieren. Unsere kühne Vision ist ein CO₂-freier Schienentransport. Mit unserem Nachhaltigkeitsmanagement haben wir zukunftsfähiges Handeln zum Dauerauftrag erklärt – mit klar definierten Zielen, deren Erreichen wir regelmäßig überprüfen.

Im Nachhaltigkeitsbericht 2009 zeigen wir Ihnen alle Facetten unserer Sorge für die Zukunft – die Zukunft der Deutschen Bahn, ihrer Mitarbeiter und der Welt, in der wir uns bewegen.

Herzlichst,

Ihr Rüdiger Grube

Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn AG

UNSER UNTERNEHMEN

Verantwortung und Unternehmenserfolg bedingen einander

Die DB sichert mit ihrem Geschäftsmodell zukunftsfähige Mobilität und Logistik für Kunden und Gesellschaft, wirtschaftlichen Erfolg und Arbeitsplätze.

Der DB-Konzern hat seine Strategie auf der Basis von vier Megatrends entwickelt, die die Mobilitäts- und Logistikmärkte der DB maßgeblich prägen werden. Dies sind: die Globalisierung, Klimawandel und Ressourcen-Verknappung, die Liberalisierung des europäischen Schienenverkehrsmarktes und der demografische Wandel in Deutschland und Europa.

Die weltweiten Warenströme werden in Zukunft wachsen, die internationale Arbeitsteilung wird weiter zunehmen. Menschen benötigen auch künftig bezahlbare Mobilität, die Mobilitätsbedürfnisse werden sich jedoch verändern. Die Liberalisierung des Schienenverkehrs in Europa bietet neue Chancen und führt zu einer deutlichen Veränderung der Wettbewerbsstruktur. Auf den Verkehrsmärkten werden zunehmend klima- und umweltfreundliche Produkte nachgefragt. Fossile Energieträger wie Öl, Gas und Kohle werden sich verknappen und teurer werden. Der Wettbewerb um Nachwuchs für Fach- und Führungskräfte nimmt zu, während gleichzeitig das Durchschnittsalter der DB-Mitarbeiter stetig ansteigt.

Zukunftsfähig aufgestellt

Der DB-Konzern ist gut gerüstet für diese Herausforderungen. Er hat sich in den vergangenen Jahren mit außergewöhnlichen Sanierungs- und Modernisierungsleistungen zukunftssicher und nachhaltig aufgestellt. Aus einer defizitären Staatsbahn wurde eines der weltweit führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen. Angesichts der globalen Warenströme hat der DB-Konzern den Schienengüterverkehr in europäische und globale Verkehrsnetzwerke eingebunden. Die DB folgt damit den sich wandelnden Anforderungen der Märkte, die zunehmend effiziente und ökologisch optimierte Transporte und logistische Komplettlösungen aus einer Hand - ob mit Güterbahn, LKW, Schiff oder Flugzeug - von Tür zu Tür und über die gesamte Prozesskette nachfragen. Auch im Personenverkehr folgt der DB-Konzern den sich wandelnden Kundenbedürfnissen, indem er Hochgeschwindigkeitsnetze ausbaut und damit eine Alternative zur schlechten CO₂-Bilanz von Kurzstreckenflügen bietet. Gleichzeitig ist die DB mit Regionalzügen und -bussen auch in der Fläche präsent. Die Schieneninfrastruktur wird dort weiter ausgebaut, wo für die Zukunft mit weiter wachsendem Verkehrsaufkommen zu rechnen ist.

Verantwortung für den Klimaschutz

Die DB nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung vor allem wahr, indem sie den Erhalt und den Ausbau des umweltfreundlichen Schienenverkehrs sicherstellt. Der seit Jahren steigende Marktanteil des Verkehrsträgers Schiene belegt den Erfolg dieses Engagements. Durch intelligente Verknüpfung aller Verkehrsträger mit einem hohen Anteil an umweltfreundlicher Schiene im Portfolio ist die DB in der Lage, im Vergleich zu Wettbewerbern eine hohe Energie- und Klimateffizienz in der gesamten Mobilitäts- und Logistikkette anzubieten. So ist es der DB im Schienenverkehr in den vergangenen Jahren gelungen, das Verkehrswachstum von den Umweltlasten zu entkoppeln. Damit setzt die DB ein deutliches Zeichen: Es gibt zukunftsfähige Mobilität, die schon heute einen wesentlichen Beitrag leisten kann, um ehrgeizige Klimaschutzziele zu erreichen. Seit 1994 hat der DB-Konzern seinen CO₂-Ausstoß im Schienenverkehr pro Personen- bzw. Tonnenkilometer, die sogenannten spezifischen CO₂-Emissionen, um rund 33 Prozent gesenkt. Bis zum Jahr 2020 will der DB-Konzern den spezifischen CO₂-Ausstoß um weitere 20 Prozent reduzieren - und zwar jetzt konzernweit: auf der Schiene, der Straße, auf dem Wasser und in der Luft.

Verantwortung als Arbeitgeber und Auftraggeber

Die wichtigste Ressource des DB-Konzerns sind seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denn sie alle tragen zum Erfolg des Unternehmens entscheidend bei. Rund 252.000 Menschen arbeiten für den DB-Konzern, davon rund 190.000 in Deutschland. Zentrales Anliegen der DB ist es, erfolgreich am Markt zu sein, Arbeitsplätze zu sichern und attraktiv zu gestalten sowie sich als moderner, sozial verantwortungsbewusster und zukunftsfähiger Arbeitgeber zu positionieren. Mit seinem Einkaufsvolumen von rund 23 Milliarden Euro sichert der DB-Konzern als einer

der größten Auftraggeber mehr als 600.000 weitere Arbeitsplätze in Deutschland, vor allem in kleinen und mittelständischen Firmen.

Vorteile des integrierten Konzerns

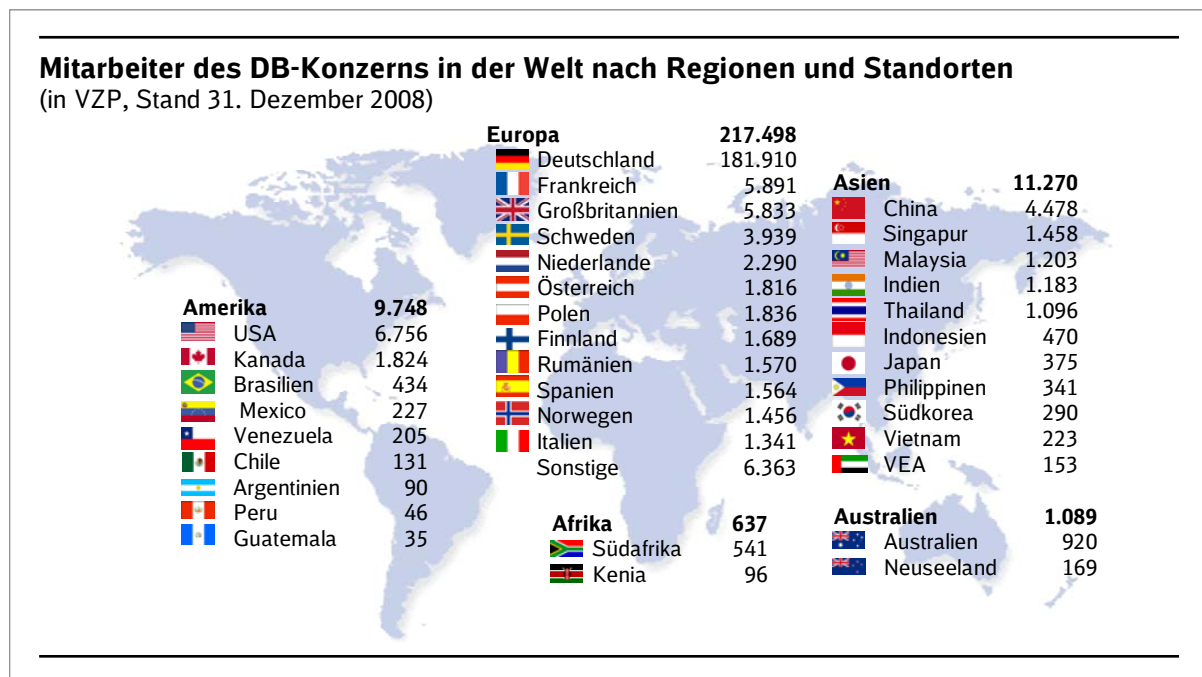
Die DB versteht sich als integrierter Konzern, dessen Geschäftsfelder sinnvoll und effizient kooperieren. Nur durch die enge Verzahnung von Infrastruktur, Personenverkehr, Transport und Logistik sowie Technik und Beschaffung kann die DB Innovationen entwickeln, die das Potential des Verkehrsträgers Schiene optimiert und seine Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Straßen- und Luftverkehr stärkt. Auf anderer Ebene sorgt der konzernweite Arbeitsmarkt dafür, dass Mitarbeiter vorübergehend oder dauerhaft auf andere Arbeitsplätze wechseln können, wenn dies aus betrieblichen Gründen geboten ist.

Nachhaltigkeit als fester Bestandteil der Konzernstrategie

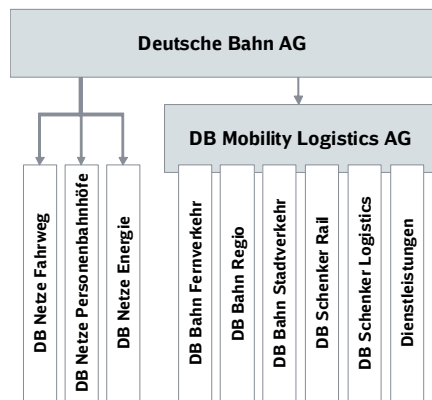
Wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftlich verantwortliches Handeln sind kein Widerspruch - sie bedingen einander. Zukunftsfähige und sichere Arbeitsplätze kann die DB nur bieten, solange sie erfolgreich wirtschaftet. Die Klimafreundlichkeit der Eisenbahn ist unbestritten - dennoch müssen sich ihre Produkte in einem umkämpften und preissensiblen Markt behaupten. Diese Herausforderung hat die DB angenommen und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit Deutschlands. International gilt die Deutsche Bahn als Vorbild für die erfolgreiche Sanierung ehemaliger Staatsbahnen und die klimafreundliche Organisation von Mobilitäts- und Logistik-Dienstleistungen.

Der DB-Konzern verfügt über eine zukunftsfähige Strategie und hat seine Angebote und Leistungen diversifiziert und ausgeweitet. Er hat das Potential, die Weltwirtschaftskrise erfolgreich zu meistern und gestärkt aus ihr hervorzugehen.

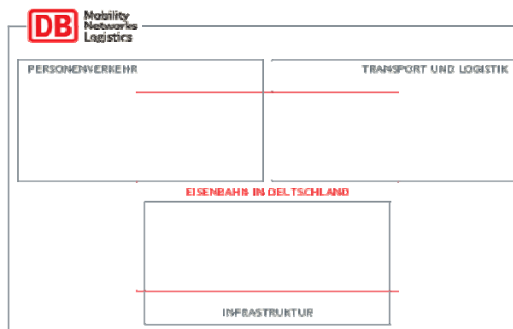
Daten und Fakten zum Unternehmen DB



Mitarbeiter des DB-Konzerns in der Welt nach Regionen und Standorten



Organisationsstruktur des DB-Konzerns



Selbstverständnis des integrierten Konzerns

Wirtschaftliche Erfolge	
Umsatz	33,45 Milliarden Euro
EBIT bereinigt	2,48 Milliarden Euro
Bruttoinvestitionen	6,77 Milliarden Euro
Rating Moody's/ Standard&Poor's/Fitch	Aa1/ AA/ AA
Sicherung von Arbeitsplätzen in Deutschland	
Mitarbeiter DB-Konzern (natürliche Personen)	252.547
Mitarbeiter DB-Konzern (umgerechnet in Vollzeitpersonen)	240.242
Sicherung von Arbeitsplätzen gesamt (direkt und indirekt) in Deutschland	rund 600.000
Attraktiver Schienen- und Busverkehr der DB	
Betriebsleistung auf dem Netz	1,0 Milliarden Trassenkilometer
Reisende Personenverkehr (Schiene und Bus)	2,7 Milliarden
Verkehrsleistung Personenverkehr (Schiene und Bus)	87,0 Milliarden Personenkilometer
Beförderte Güter (Schiene)	378,7 Millionen Tonnen
Verkehrsleistung Schienengüterverkehr (Schiene)	113,6 Milliarden Tonnenkilometer
Steigerung der Verkehrsleistung auf der Schiene in Deutschland	
Steigerung Verkehrsleistung Schienenverkehr DB seit 1994	+ 25 Prozent
Steigerung Verkehrsleistung Schienenpersonenverkehr DB seit 1994	+ 19 Prozent
Steigerung Verkehrsleistung Schienengüterverkehr DB seit 1994	+ 29 Prozent
Reduktion von Energieverbrauch und CO2-Emissionen im Schienenverkehr	
Energieverbrauch (absolut) seit 1994	- 15 Prozent
Energieverbrauch pro Personen- bzw. Tonnenkilometer (spezifisch) seit 1994	- 32 Prozent
CO2-Emissionen (absolut) seit 1994	- 16 Prozent
CO2-Emissionen pro Personen- bzw. Tonnenkilometer seit 1994	- 33 Prozent

Stand: Geschäftsjahr 2008

UNSERE KUNDEN

Attraktive Lösungen für unterschiedliche Kundenbedürfnisse

Die DB richtet ihre Angebote auf die Bedürfnisse ihrer Kunden aus. Denn wenn ihre Mobilitäts- und Transportangebote für möglichst viele Kunden attraktiv sind, kann sie ökonomisch erfolgreich sein und einen nachhaltigen Verkehr sichern.

Nur wenn es der DB auch zukünftig gelingt, die Forderungen ihrer Kunden nach preisgünstiger, komfortabler und umweltverträglicher Mobilität zu erfüllen, wird sie es schaffen, noch mehr Menschen als Fahrgäste zu gewinnen. Auch auf dem Logistikmarkt wird die DB nachhaltigen Erfolg vor allem dann haben, wenn sie für Industrie und Handel weltweite, zuverlässige, flexible und preisgünstige Transportketten knüpft.

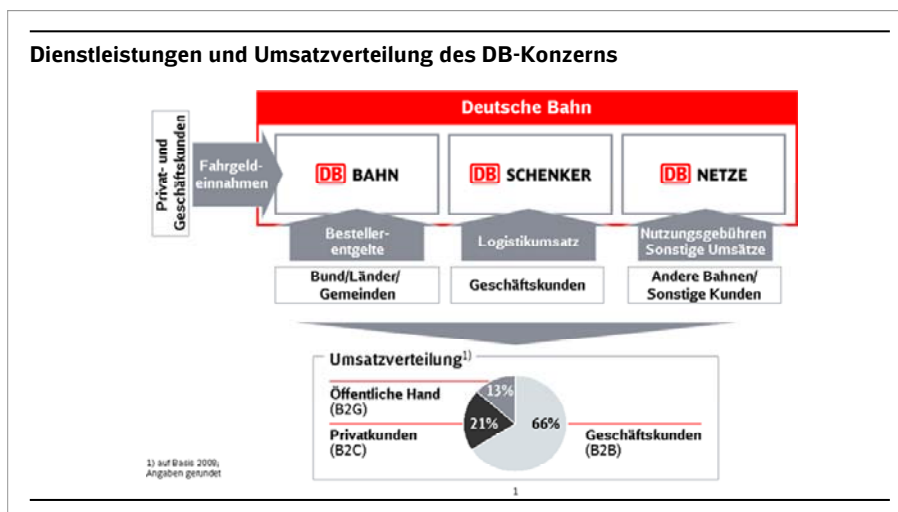
Aus dem täglichen Kundenkontakt der Mitarbeiter, durch regelmäßige Umfragen, Studien und Marktforschungen, aber auch über den Kundenbeirat analysiert der DB-Konzern systematisch die konkreten Bedürfnisse seiner Kunden im Personen- und Güterverkehr. Bei der Analyse werden außerdem die nationalen und internationalen Auswirkungen der vom Konzern ermittelten Megatrends im Verkehrsmarkt berücksichtigt, die auch Grundlage der gesamten Konzernstrategie sind. Auf dieser Basis werden maßgeschneiderte Produkte erarbeitet.

DB erstellt Klimabilanzen für ihre Kunden

Immer mehr Geschäfts- und Privatkunden achten bei der Wahl des Verkehrsmittels auch auf dessen Umweltauswirkungen. Jede auf die Schiene verlagerte Reise oder Lieferung kann bis zu 75 Prozent des CO₂-Ausstoßes gegenüber dem Straßen- oder Luftverkehr sparen. Überzeugen können sich Kunden von der besseren Umweltbilanz der Schiene bei Reisen und Transporten im Internet: Mit dem Online-Rechner UmweltMobilCheck für die Umweltbilanz im Personenverkehr und mit dem Online-Tool EcoTransIT für die Umweltbilanz im Güterverkehr. Für Großkunden berechnet die DB als Service den gesamten Beitrag zur Umweltbilanz dieser Unternehmen mit Reisen oder Transporten aus den Mobilitäts- und Logistikangeboten des Konzerns.

Verschiedene Kunden mit unterschiedlichen Bedürfnissen

Insgesamt erzielt die Deutsche Bahn 66 Prozent ihres Umsatzes mit Geschäftskunden aus Industrie, Handel und anderen Verkehrsunternehmen. 21 Prozent Umsatz ergeben sich aus Leistungen für Privatkunden. 13 Prozent Umsatz erzielt das Unternehmen, indem es für öffentliche Besteller wie Bund, Länder und Kommunen Leistungen im Öffentlichen Personennahverkehr erbringt.



Die DB erbringt Dienstleistungen für Geschäftskunden, Privatkunden und Kunden der öffentlichen Hand.

- **Geschäftskunden in Transport und Logistik:** Mit den Kunden von DB Schenker – und damit der Nachfrage nach Transport- und Logistikleistungen – wird der größte Beitrag zum Konzernumsatz erwirtschaftet. Die Entwicklungen auf dem Güterverkehrsmarkt werden vor allem durch die fortschreitende Globalisierung und mittelfristig weiter wachsende, internationale Warenströme beeinflusst. Die Kunden von DB Schenker konzentrieren sich immer mehr auf ihre Kernkompetenzen und erwarten integrierte Tür-zu-Tür-Logistiklösungen aus einer Hand, die weltweit verfügbar, zuverlässig und flexibel angeboten werden. Der Trend zum Outsourcing von Logistikleistungen an externe Dienstleister wird zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen. Zentrale Voraussetzung für die weltweite Beherrschung von komplexen Prozessen sind global standardisierte Kundenlösungen, die individuell an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst werden und sich in die Prozesse der Kunden einbinden lassen. Versorgungssicherheit und Bestandsminimierung sind die wesentlichen Motoren, die für Logistik von Industriegütern neue Konzepte hervorbringen. Klimawandel und Ressourcenverknappung führen langfristig zu einem veränderten Nachfrageverhalten der Unternehmen, mit einem deutlichen Trend hin zu ökologisch optimierten Transportketten.
- **Geschäftskunden im Personenverkehr:** Eine wichtige Kundengruppe sind die Unternehmen, die für Geschäftsreisen ihrer Mitarbeiter die Bahn wählen. Die Tendenz ist steigend, denn immer mehr Unternehmen entdecken, welchen Mehrwert das Fahren mit dem Zug für die Produktivität ihrer Mitarbeiter bedeutet. Mit der weiter anhaltenden Diskussion um den Klimawandel werden auch die positiven Auswirkungen der Bahnnutzung auf die eigene Umweltbilanz wichtiger. Rund ein Drittel aller Reisen im Fernverkehr erfolgen durch Geschäftsreisende. Insgesamt rund 26.000 Firmen und Behörden nahmen 2008 am Bahn-Corporate-Programm teil, das Geschäftskunden ab 3.000 Euro Umsatz im Jahr Rabatt und Unterstützung bei der Ticketlogistik, der Rechnungsabwicklung und der Kontrolle der Reisekosten bietet.
- **Privatkunden:** Die Privatreisenden, die mit Zügen und Bussen von DB Bahn unterwegs sind, haben unterschiedlichste Bedürfnisse und Erwartungen. Ob Pendler oder Urlauber, mit Nah- oder Fernziel, allein oder mit Familie reisend, ob jung oder alt, preissensibel oder wohlhabend: Für alle Kundengruppen hat die Bahn in den letzten Jahren gezielt Angebote entwickelt.
- **Öffentliche Hand:** Öffentliche Auftraggeber der Länder, Gemeinden oder Kreise bestellen die Leistungen von DB Bahn im Regional- und Stadtverkehr. Hier hat die DB vor allem mit dem steigenden Preisdruck zu kämpfen, der aus dem Wettbewerb mit anderen Anbietern resultiert. Die DB hat in diesem Markt in den letzten Jahren Marktanteile verloren, nicht zuletzt aufgrund wesentlich niedrigerer Löhne und Gehälter bei konkurrierenden Unternehmen. Dennoch ist es das Ziel der DB, ihre Rolle als starker Marktführer zu verteidigen und verlorenes Geschäft in Deutschland durch ein verstärktes Engagement im Öffentlichen Nahverkehr im EU-Ausland zu kompensieren.

Daten und Fakten zu unseren Kunden

Kundenstruktur des DB-Konzerns (bezogen auf den Umsatz)	
Geschäftskunden (business-to-business, B2B)	66 %
Privatkunden (business-to-customer, B2C)	21 %
Öffentliche Hand (business-to-government, B2G)	13 %
Kunden im Personenverkehr	
Bahnreisende	1,9 Milliarden im Jahr
Busreisende	773 Millionen im Jahr
BahnCard-Inhaber	4 Millionen
Teilnehmer BahnBonus-Programm	2,5 Millionen

Stand: Geschäftsjahr 2008

UNSERE PRODUKTE

Wachsenden Verkehr von Umweltlasten entkoppeln

Konsequent und intelligent kombiniert die DB alle Verkehrsträger miteinander und verlagert in Deutschland und Europa mehr Verkehr auf die Schiene. So trägt sie zur Nachhaltigkeit bei.

Der DB-Konzern stellt den umwelt- und klimafreundlichsten Verkehrsträger – die Schiene – in den Mittelpunkt seines Geschäfts und kann damit den Mobilitäts- und Logistikmärkten nachhaltige und zukunftsfähige Produkte anbieten. Der DB-Konzern hat sich mit diesem Konzept erfolgreich aufgestellt und den Verkehr auf der Schiene in Deutschland kontinuierlich ausgebaut: Die Verkehrsleistungen auf der Schiene wurden seit 1994 um 25 Prozent gesteigert. Gleichzeitig wurde im Schienenverkehr der Energieverbrauch um 15 Prozent, die absoluten CO₂-Emissionen um 16 Prozent und die spezifischen CO₂-Emissionen sogar um rund 33 Prozent gesenkt. Das Verkehrswachstum wurde also erfolgreich von einem Anstieg der Klimabelastungen entkoppelt und der Schienenverkehr noch umweltfreundlicher gestaltet. Damit leistet die DB einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft, denn die globalen Warenströme sowie das individuelle Mobilitätsbedürfnis werden auch in Zukunft weiter anwachsen. Heute zählt der weltweite Verkehr mit einem Anteil von rund 20 Prozent zu den größten CO₂-Emittenten neben der Industrie und der Energiewirtschaft.

Personenverkehr: Attraktive Angebote und Mobilitätsketten von Tür zu Tür

Bereits heute bietet die Deutsche Bahn als eines der führenden europäischen Mobilitätsunternehmen mit fast 2,7 Milliarden Kunden in Zügen und Bussen eine Vielzahl umweltfreundlicher Produkte an, die sich an den Anforderungen ihrer Kunden orientieren und wirtschaftlich sinnvoll sind. Den verschiedenen Zielgruppen im Personenverkehr wird sie gerecht, indem sie den Hochgeschwindigkeitsverkehr ausbaut und damit eine Alternative zu CO₂-intensiven Kurzstreckenflügen bietet, gleichzeitig durch ihren Regional- und Busverkehr aber auch in der Fläche präsent ist. Fern- und Regionalverkehr sind miteinander vertaktet, um die Reisezeiten zu verkürzen.

Im Fernverkehr setzt der Konzern vor allem auf die BahnCard und das Pauschalangebot Dauer-Spezial, um noch mehr Autofahrer zu Bahnfahrern zu machen. Das erhöht die Auslastung von ICE- und Intercity-Zügen und steigert die Energieeffizienz. Mit Rail&Fly bietet die DB in Kooperation mit 90 Airlines eine Alternative zu den besonders umweltbelastenden kurzen Zubringerflügen im Inland. Und mit der Gründung der internationalen Allianz „Railteam“, die die DB mit sechs europäischen Bahngesellschaften geschlossen hat, entwickelt sich die Schiene auch für Auslandsreisen zu einer komfortablen und klimafreundlichen Alternative. Bereits 80 europäische Städte verbindet die DB direkt mit Deutschland. So macht die neue ICE-Verbindung von Frankfurt nach Paris seit 2007 Auto und Flugzeug erfolgreich Konkurrenz. Mit der DB können Menschen nicht nur von Bahnhof zu Bahnhof, sondern von Tür zu Tür reisen: Die Mobilitätskette rund um die Bahnreise ergänzt DB Bahn durch ihre Busverkehre, DB Carsharing in über 100 deutschen Städten, das Mietfahrradsystem Call a Bike und verkehrsmittelübergreifende Fahrkarten.

Transport und Logistik: Intelligente Vernetzung der Verkehrsträger

Der DB-Konzern richtet sein Angebot ständig auf die Bedürfnisse seiner Kunden aus, die sich in ihren globalen Prozessen immer mehr auf ihre Kernkompetenz konzentrieren und komplexe Logistikdienstleistungen auslagern. DB Schenker bietet seinen Kunden dazu weltweit durchgängige Transportketten von Tür zu Tür an und greift dafür auf alle Verkehrsträger zurück – vom Zug über LKW und Schiff bis hin zum Flugzeug. Um den Kunden ein noch besseres und noch umweltfreundlicheres Gesamtprodukt anzubieten, kombiniert DB Schenker dafür die Stärken der einzelnen Verkehrsträger miteinander und bindet zunehmend auch die umweltfreundliche Schiene erfolgreich in die Transportkette ein. Denn als einziges global tätiges Logistikunternehmen betreibt die DB im Kerngeschäft eine eigene Güterbahn. Der Logistiker verfügt über das Know-how, das Netzwerk und Kapazitäten, um diese Verkehrsträger intelligent zu vernetzen und damit ökonomisch und ökologisch zu optimieren.

Wichtig ist über einem Viertel der Befragten der Studie „Global Logistics 2015+“, dass die Umweltauswirkungen der Logistik insgesamt erfasst und überwacht werden. Dabei stehen die Ermittlung der CO₂-Emissionen und die monetären Auswirkungen der Realisierung von Umweltmaßnahmen im Vordergrund. Dies ist für viele Unternehmen der erste Schritt, um weitergehende Umweltziele und -maßnahmen nachzufragen. Unter dem Stichwort

„Green Consulting“ erstellt DB Schenker dazu kundenbezogene Emissionsberechnungen mit speziellen Tools, die mit den aktuellsten Emissionsdaten und bewährten Methoden arbeiten. Die resultierenden Emissionsportfolios für das jeweilige Unternehmen helfen dabei, emissionsintensive Faktoren in der Transportkette zu identifizieren und in Abstimmung mit dem Kunden eventuell durch ökologisch sinnvollere Transportmittel zu ersetzen.

Mit der Internetanwendung EcoTransIT (www.ecotransit.org), die neben der Wirtschaftlichkeit von Transporten auch deren Ökobilanz in Abhängigkeit vom gewählten Verkehrsmittel aufzeigt, kann der Kunde sich im Internet auch selbst über das ökologisch und wirtschaftlich sinnvollste Transportmittel informieren.

Den wichtigsten Trend für die Zukunft sehen die befragten Kunden in der Nutzung erneuerbarer Energien für den Antrieb der Fahrzeuge, hier wollen 44 Prozent zukünftig Maßnahmen ergreifen. Dabei sind rund 25 Prozent der Befragten sogar bereit, für umweltschonende Transporte Preiserhöhungen zu akzeptieren. Mit „Green Consulting“ geht DB Schenker auf individuelle Kundenanforderungen zu Klima- und Umweltschutz ein, und wirkt als Impulsgeber für die Optimierung von Kundenprojekten und die Entwicklung neuer Produkte.

Neben der erfolgreichen Einbindung der Schiene in die Transportketten geht die DB seit dem Frühjahr 2009 mit dem Angebot eines „CO₂-freien Schienengüterverkehr“ noch einen Schritt weiter. Damit können die Kunden ihre Güter von DB Schenker Rail komplett klimaneutral transportieren lassen. Gegen einen geringen Aufpreis speist der DB Konzern für das beim Transport entstandene CO₂ regenerative Energie aus Deutschland in das Bahnstromnetz ein.

Kunden erwarten jedoch auch Unterstützung vor und nach dem eigentlichen Transport. Dazu bietet DB Schenker Kontraktlogistik- und Supply Chain Management (SCM)-Lösungen an – von der Materiallieferung, der Lagerhaltung und Kommissionierung bis zur Distribution der Endprodukte als attraktive Komplettlösungen seinen Kunden. Mit diesen Konzepten und seinem globalen Netzwerk ist der DB-Konzern nicht nur führend im Bereich Spedition und Logistik, sondern auch die Nummer eins im europäischen Schienengüterverkehr. Denn er verlagert dadurch auch immer mehr Güterverkehr auf die Schiene.

Innovation im integrierten Konzern

Der DB-Konzern versteht sich als Innovationsführer. Die notwendigen Produkt- und Technikinnovationen, die die Stärken der Schiene weiter ausbauen, bedürfen einer engen Kooperation der Ressorts Infrastruktur, Personenverkehr sowie Transport und Logistik – also den integrierten Konzern. Ob Produktinnovationen, Projekte zur Lärminderung, oder die gesamthafte technisch-innovative Weiterentwicklung der Infrastruktur wie beispielsweise mit dem europaweit einheitlichen Zugsicherungssystem ETCS, das grenzüberschreitende Verkehre erleichtert: Die DB setzt auf eine enge Kooperation zwischen Betreibern der Züge und der Infrastruktur.

Im Mittelpunkt stehen jedoch der Ausbau und der Erhalt der Infrastruktur. Die DB betreibt mit knapp 34.000 Kilometern Betriebslänge das größte Schienenverkehrsnetz Europas. Es muss nicht nur intensiv instand gehalten, sondern auch kontinuierlich ausgebaut werden, um den weiter wachsenden Verkehrsströmen gerecht zu werden. Für diese wichtige Zukunftsaufgabe werden jedes Jahr Milliarden investiert. Damit sichert die DB den nachhaltigen Erfolg im Wettbewerb mit anderen Verkehrsträgern für den Konzern, aber auch für andere Schienenverkehrsunternehmen, denn eine hohe Qualität und Leistungsfähigkeit der Infrastruktur kommen dem gesamten System Schiene zugute. Auf dem Netz der DB fahren inzwischen über 300 Wettbewerber, deren Betriebsleistung sowohl im Güter- als auch im Personennahverkehr seit Jahren überdurchschnittlich wächst. Der europäische Liberalisierungsindex Bahn der IBM Global Business Services, der den Grad der Marktöffnung misst, bescheinigt dem Schienenverkehr in Deutschland eine vorbildliche Wettbewerbssituation im Vergleich zu den meisten anderen europäischen Ländern. Entsprechend rangiert die Deutsche Bahn hier auf Platz zwei hinter Großbritannien.

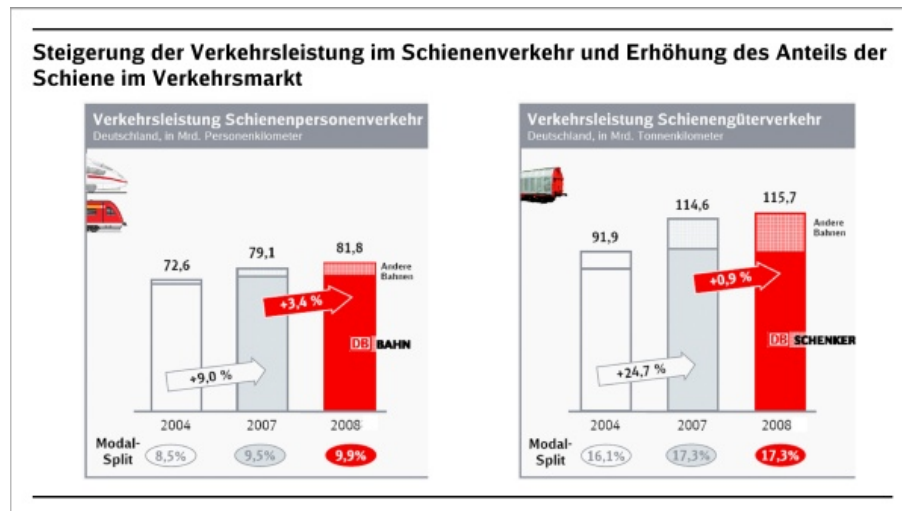
Nachhaltige Lieferkette und Produktverantwortung

Der DB-Konzern bietet nicht nur seinen Kunden an, ihre Lieferketten mit ökologisch optimierten Transporten nachhaltiger zu gestalten. Der Einkauf achtet auch darauf, dass die Lieferanten der DB ökologische und soziale Standards einhalten. Mit einem anspruchsvollen Sicherheits- und Gefahrgutmanagement sorgt der DB-Konzern dafür, dass das Reisen mit der Bahn und die Transporte mit DB Schenker weiterhin sicher bleiben.

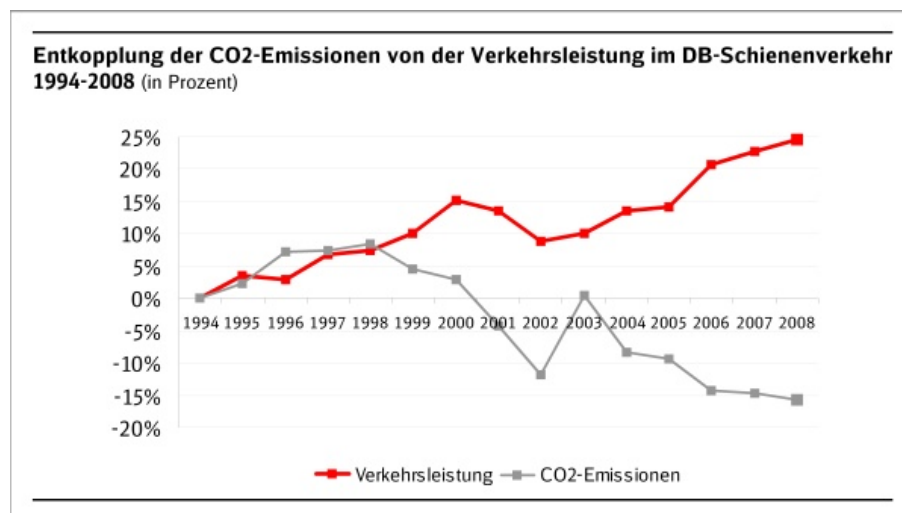
Daten und Fakten zu unseren Produkten

Mobilität - DB Bahn			
Leistungskennzahlen		Flotte	
Reisende DB Bahn Fernverkehr	123,2 Millionen	ICE-Flotte in Zügen	252
Verkehrsleistung Fernverkehr	35,5 Milliarden Personenkilometer	Lokomotiven	1.841
Reisende DB Bahn Regio	1.242,4 Millionen	Reisezugwagen	9.216
Verkehrsleistung Nahverkehr	36,9 Milliarden Personenkilometer	S-Bahnen (Fahrzeuge)	4.391
Reisende DB Bahn Stadtverkehr (S-Bahnen Berlin und Hamburg)	583,6 Millionen	Busse	4.935
Verkehrsleistung DB Bahn Stadtverkehr (S-Bahnen Berlin und Hamburg)	5,5 Milliarden Personenkilometer	Fährschiffe	3
Reisende DB Bahn Busverkehr	773,2 Millionen		
Verkehrsleistung Busverkehr	9,2 Milliarden Personenkilometer		
Transport und Logistik - DB Schenker			
Leistungskennzahlen		Flotte	
Güterzüge pro Tag	5.386	Güterlokomotiven	3.298
Beförderte Güter Schienengüterverkehr	378,7 Millionen Tonnen	Güterwagen (Eigentumsbestand)	107.932
Verkehrsleistung Schienengüterverkehr	113,634 Milliarden Tonnenkilometer	LKW	2.598
Sendungen europäischer Landverkehr	72,340 Millionen		
Luftfracht-Volumen (Export)	1,230 Millionen Tonnen		
Seefracht-Volumen (Export)	1,456 Millionen TEU (Twenty-Foot Equivalent Unit)		
Infrastruktur - DB Netze			
Leistungskennzahlen		Schieneinfrastruktur	
Streckennetz	33.862 Kilometer Betriebslänge	Weichen und Kreuzungen	69.311
Betriebsleistung auf dem Netz	1,0 Milliarden Trassenkilometer	Tunnel	770
davon konzernexterne Bahnen	161,5 Millionen Trassenkilometer	Bahnübergänge	18.050
Stationshalte in Mio.	143,1 Millionen	Personenbahnhöfe	5.718
davon konzernexterne Bahnen	17,9 Millionen		

Stand: Geschäftsjahr 2008



Steigerung der Verkehrsleistung im Schienenverkehrs und Erhöhung des Anteils der Schiene im Verkehrsmarkt



Entkopplung der CO2-Emissionen von der Verkehrsleistung im DB-Schienenverkehr

UNSERE MITARBEITER

Erfolgsfaktor Mitarbeiter

Ein bedeutender Erfolgsfaktor der DB sind ihre Mitarbeiter. Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen auf Strategien zum Umgang mit Vielfalt, langfristig wirkende Gesundheitspolitik und lebenslanges Lernen.

Die wichtigste Ressource zur Umsetzung der Unternehmensziele sind die weltweit rund 252.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen 75 Prozent in Deutschland arbeiten. Diese Arbeitsplätze zu sichern, sie attraktiv und familienfreundlich zu gestalten, die Vielfalt der Belegschaft zu fördern, sind zentrale Anliegen des Unternehmens. Denn jede einzelne Mitarbeiterin, jeder einzelne Mitarbeiter trägt mit seiner Individualität zum Erfolg des Unternehmens bei. Gleichzeitig unterstützt die DB ihre Mitarbeiter bei der Vorbereitung auf die Herausforderungen der Zukunft. Der DB-Konzern nimmt damit seine unternehmerische Sozialverantwortung als wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung umfassend wahr. Alle verfolgen bei der Bahn ein gemeinsames Interesse: Der wirtschaftliche Erfolg des DB-Konzerns hängt von der Zufriedenheit der Kunden aber auch gleichzeitig von der Leistungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab.

Die Personalstrategie des DB Konzerns hat für die Arbeit im Berichtszeitraum vier wesentliche strategische Schwerpunkte definiert: Steigerung der Identifikation der Mitarbeiter mit dem Konzern, die Vorbereitung und Unterstützung der Mitarbeiter bei der Internationalisierung des Konzerns, der Umgang mit dem demografischen Wandel sowie ein geschäfts- und zukunftsorientiertes Personalmanagement. In insgesamt sechs aktiven Human-Resources-Initiativen wird die Personalstrategie umgesetzt. Das Diversity-Management hat dabei eine übergreifende Rolle, indem es die Individualität der Mitarbeiter durch zielgruppenspezifische Maßnahmen in allen Initiativen berücksichtigt. Mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ im Juni 2008 hat der Konzern öffentlich dokumentiert, dass alle Menschen ungeachtet ihrer Nationalität, Hautfarbe, Religion und sexueller Orientierung dem Unternehmen willkommen sind – als Mitarbeiter und als Kunden. Der DB Konzern hat sich damit verpflichtet, eine von Toleranz und Wertschätzung geprägte Unternehmenskultur zu leben. In Konfliktfällen vermitteln und beraten eine Ombudsfrau sowie die Diversity-Beauftragte Mitarbeiter und Führungskräfte.

Die Ergebnisse der vielfältigen Initiativen tragen Früchte. Im Arbeitgeberranking „Top-Arbeitgeber 2009“ in Deutschland belegte die DB Platz einen vorderen Platz unter den mehr als 100 Firmen. Bewertet wurden dabei unter anderem Jobsicherheit, Vergütung, Work-Life-Balance, Entwicklungsmöglichkeiten, Unternehmenskultur und Unternehmensimage.

Steigerung der Identifikation als Grundlage für Motivation und Leistungsbereitschaft

Nur wenn sich alle 252.000 Beschäftigten der DB mit ihrem Unternehmen identifizieren, wird dieses langfristig im Wettbewerb erfolgreich sein. Die fünf Werte des Konzernleitbilds - Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit, Fortschritt, Partnerschaft und Verantwortung - bilden die Grundlage für eine verbindende Kultur in einem sich wandelnden Unternehmen. Der DB-Konzern stärkt zudem eine Unternehmenskultur, die offen ist für soziale Vielfalt und unterschiedliche Lebensstile. Mit der Initiative „Wir sind DB“, die 2007 gestartet wurde, wird die Identifikation aller Mitarbeiter auf dieser Basis entwickelt und gestärkt. In Workshops diskutieren Führungskräfte und Mitarbeiter dazu gemeinsam die Werte des Konzernleitbildes und konkretisieren sie für die Umsetzung im Arbeitsalltag. Seit 2008 wirbt der Konzern in Stellenanzeigen ausschließlich mit Fotos eigener Mitarbeiter aus allen Bereichen des Konzerns um neue Arbeitskräfte.

Sicherung des Kerngeschäfts durch Internationalisierung

Als eines der weltweit führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen ist der DB-Konzern in über 130 Ländern aktiv, fast jeder vierte Mitarbeiter arbeitet inzwischen im Ausland. In Zukunft wird der Personalbedarf für internationale Einsätze steigen und die Entsendung von Mitarbeitern und Führungskräften ins Ausland zunehmen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, hat die DB die Initiative „Internationale Personalentwicklung“ ins Leben gerufen, die zum Ziel hat, Mitarbeiter aus ausländischen Tochtergesellschaften systematisch in die Gesamtpersonalentwicklung des Konzerns zu integrieren. Gleichzeitig bereitet sie Beschäftigte aus Deutschland auf ihre Aufgaben im Ausland vor. Mit der Durchführung gemeinsamer Veranstaltungen wird die Kommunikation und die

weltweite Vernetzung zwischen den Führungskräften verstärkt und so die Integration der Auslandstöchter gefördert. Zudem hat die DB für die gezielte Rekrutierung qualifizierter Hochschulabsolventen internationale Austauschprogramme weiterentwickelt und Kooperationsprogramme mit renommierten Universitäten wie etwa dem Massachusetts Institute of Technology (MIT) oder der Stanford University ausgebaut. Auch die Qualifikation von Mitarbeitern in Fremdsprachen und interkultureller Kompetenz spielt eine große Rolle. Das neue Portal „DB PortaLingua“ motiviert zum Sprachenlernen und schafft Transparenz über externe und interne Angebote.

Demografischer Wandel - Lebenslanges Lernen, Gesunderhaltung und Nachwuchssicherung

Die Auswirkungen einer älter werdenden Bevölkerung sind bereits heute am Arbeitsmarkt und an der Altersstruktur der DB-Belegschaft erkennbar. Diese Entwicklung, aber auch die zunehmende Flexibilisierung der Erwerbsbiografien stellen an die Nachwuchsgewinnung, den Erhalt von Beschäftigungsfähigkeit sowie an das systematische Gesundheits- und Qualifizierungsmanagement neue Anforderungen. Der DB-Konzern engagiert sich noch stärker um die Beschäftigungsfähigkeit aller Mitarbeiter, zum Beispiel über Angebote für lebenslanges Lernen oder die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, zu erhalten. Dabei ist der neue „Demografiemonitor“ eine wichtige Orientierungshilfe. Er dient konzernweit als Frühwarnsystem, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Grundlage sind kontinuierlich erhobene Daten zur Nachfolgesicherung, Unternehmenszugehörigkeit, Gesundheit und Altersstruktur von zentralen Tätigkeitsgruppen.

- **Gesundheits- und Qualifizierungsmanagement:** Mit einer langfristig wirksamen Gesundheitspolitik und dem Engagement für lebenslanges Lernen rüstet sich der Konzern für den demografischen Wandel und bietet gleichzeitig seinen Mitarbeitern Perspektiven für die Zukunft. Dafür bietet er zielgruppenspezifische Programme zur physischen und psychischen Fitness an oder nutzt das Know-how älterer Mitarbeiter. Die Initiative „Erfahrung DB“ fördert mit Qualifizierungsprogrammen und der Neugestaltung eines lebensphasenorientierten Mitarbeitergesprächs die Beschäftigungsfähigkeit. (Folgt ausführlicher weiter unten)
- **Nutzung des konzernweiten Arbeitsmarktes:** Mit dem Konzernarbeitsmarkt verfügt die DB AG über ein wirksames Instrument, um Mitarbeitern, deren Beschäftigung wegfällt, innerhalb des Unternehmens neue berufliche Perspektiven zu eröffnen. Dadurch kann die DB ihren Personalbedarf den Anforderungen der Märkte und technischen Innovationen anpassen – und zugleich ihren Mitarbeitern sichere Arbeitsplätze bieten.
- **Interne Entwicklung von Fach- und Führungskräften:** Der DB-Konzern setzt auf die interne Entwicklung von Fach- und Führungskräften. Im konzernweiten, jährlich stattfindenden Management-Planungs-Prozess (MPP) erfolgt die Identifizierung, Auswahl, Entwicklung und Positionierung der Führungskräfte. Dabei werden die im Unternehmen vorhandenen Potenziale für weiterführende Managementaufgaben identifiziert, eine nachhaltige Entwicklung der Führungskräfte gesichert sowie den Führungskräften durch eine systematische Karriere- und Nachfolgeplanung Perspektiven im Unternehmen eröffnet. So können 90 Prozent der Führungspositionen der DB mit qualifizierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen besetzt werden. Damit motiviert der Konzern Fach- und Führungskräfte und bindet sie nachhaltig an das Unternehmen.
- **Systematische Führungskräfte- und Mitarbeiterqualifizierung:** Die Entwicklung des DB-Konzerns erfordert auch eine kontinuierliche Prüfung und Weiterentwicklung von Organisationen und Prozessen durch ein umfassendes Veränderungsmanagement. Zukunftsfähigkeit bedeutet vor allem Bildung. Über attraktive Bildungsangebote können nicht nur Kompetenzen, sondern auch Engagement, Leistungsbereitschaft und die Bindung an das Unternehmen maßgeblich gesteigert werden. Mit ihrer innovativen Programm-, Dialog- und Lernarchitektur bieten DB Training und DB Akademie individuelle und kollektive Qualifizierungsprogramme für alle Zielgruppen – von den Auszubildenden bis zu den Top-Führungskräften. Zugleich tragen sie wesentlich zur ressort- und geschäftsfeldübergreifenden Netzbildung im DB-Konzern bei.
- **Umfassende Ausbildungsangebote für junge Menschen:** 2008 haben rund 2.800 Jugendliche ihre Ausbildung in einem von über 25 Ausbildungsberufen des DB-Konzerns begonnen. Weitere 250 Jugendliche haben darüber hinaus bei der DB ein duales Studium aufgenommen. Mehr als 60.000 Bewerbungen, die jedes Jahr bei der DB eingehen, unterstreichen die Attraktivität und hohe Qualität der Ausbildung im Konzern. Angesichts der demografischen Entwicklung muss auch die DB in der Rekrutierung von Nachwuchskräften neue Wege gehen. Hier setzt die Initiative „Übergangsmanagement Schule und Beruf“ an, die Jugendliche beim Einstieg in die Berufswelt unterstützt. Kernstück der Initiative sind die bundesweiten Schulkooperationen der DB mit derzeit mehr als 170 Partnerschulen. Ziel ist es, unter anderem durch Betriebsbesichtigungen, Schülerpraktika,

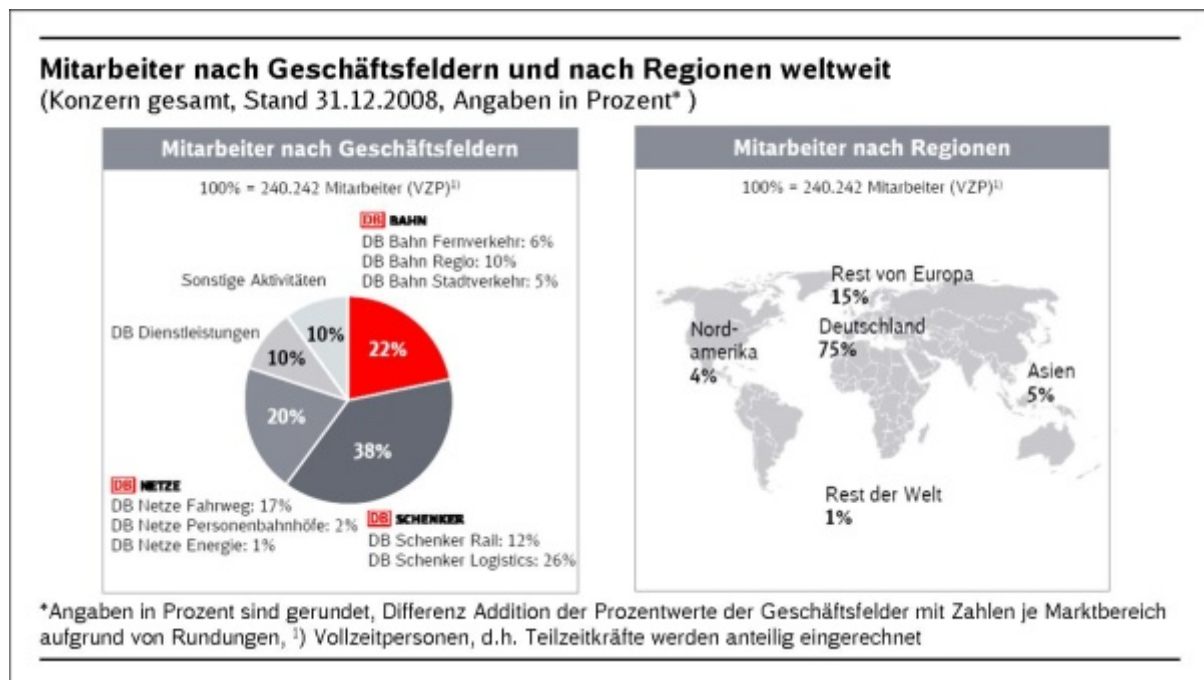
Bewerbertrainings, IT-Fitnesstests oder auch den regelmäßigen Austausch mit Lehrern sowohl die individuelle Berufsorientierung von Jugendlichen zu stärken als auch frühzeitig Fachkräftenachwuchs an das Unternehmen zu binden.

- **Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie:** Mit der Initiative „Beruf und Familie“ steigert die DB ihre Attraktivität als moderner Arbeitgeber im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist nicht nur in den Führungsgrundsätzen der DB verankert, sondern auch Inhalt einer freiwilliger Konzernbetriebsvereinbarung. So fördert die DB den beruflichen Wiedereinstieg nach familienbedingten Auszeiten und unterstützt Familien durch kostenlose Serviceangebote. Davon profitieren nicht nur Frauen. Deren Anteil liegt im Kernbereich Schiene - obwohl eine traditionell männerdominierte Branche - bei 20 Prozent, in Führungspositionen bei 15 Prozent. Zudem engagiert sich die DB in externen Netzwerken, wie zum Beispiel der Impulsgruppe „Allianz für die Familie“. Diese Impulsgruppe hatte im Oktober 2006 eine Vereinbarung mit dem Bundesfamilienministerium für eine familienbewusste Arbeitswelt unterzeichnet.

Gemeinsame Sicherung von Arbeitsplätzen und Wettbewerbsfähigkeit

Mit dem Beschäftigungsbündnis in Deutschland sichern Management und Arbeitnehmervertreter gemeinsam den Erhalt von Arbeitsplätzen und die Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns. Dabei haben die Mitbestimmungsrechte der Beschäftigten einen hohen Stellenwert. Im Rahmen der vertrauensvollen Zusammenarbeit haben Management und Mitarbeiter den DB-Konzern seit der Bahnreform konsequent weiterentwickelt und weltweit zukunftsfähig gemacht.

Daten und Fakten zu unseren Mitarbeitern



Mitarbeiter nach Geschäftsfeldern und nach Regionen weltweit

Mitarbeiterdaten im Überblick

	DB Konzern gesamt	DB-Konzern Inland*	DB Schenker Logistics	DB Mitarbeiter in Deutschland
Natürliche Personen (nP)	252.547	162.774	65.421	192.365
Vollzeit-Personal (VzP)	240.242	154.646	62.074	181.910

Stand 31.12.2008, *Inlandsgesellschaften ohne DB Schenker Logistics, ohne Busgesellschaften

Gesamtkonzern:	
Gesamtbelegschaft:	252.547
DB-Konzern Inland ohne DB Schenker Logistics, ohne Busgesellschaften:	
Frauenanteil:	20,6 Prozent (33.568) *
Anteil Beschäftigter, die als schwerbehindert oder gleichgestellt gelten:	5,2 Prozent **
Beschäftigte unter 35 Jahren:	15,0 Prozent (24.386) *
Beschäftigte über 50 Jahren:	33,7 Prozent (54.807) *
Beschäftigte ab 50 Jahren:	37,8 Prozent (61.596) *
Altersdurchschnitt:	45 Jahre *
Altersdurchschnitt Führungskräfte:	47 Jahre *
Beschäftigte, die weniger als 5 Jahre im Unternehmen sind:	8,6 Prozent (13.966) *
Beschäftigte, die 30 Jahre und länger im Unternehmen sind:	34,9 Prozent (56.804) *
Arbeitnehmer:	84,4 Prozent (213.221)
Beamte:	15,6 Prozent (39.326)
Teilzeitbeschäftigte:	9,0 Prozent *
Führungskräfte:	1,1 Prozent (2.889)
Anzahl Auszubildende:	8.963
Traineekontingent 2008:	297
Praktikantenkontingent 2008:	1.051
Jährliche Investition von Bildungsstunden pro Mitarbeiter:	46,8 Stunden *

Wichtigste Mitarbeiterdaten im Überblick, Angaben in natürlichen Personen, alle Angaben beziehen sich auf Mitarbeiter in Inlandsgesellschaften und Busgesellschaften, ohne DB Schenker Logistics, Stand: 31.12.2008

UNSERE UMWELT

Umwelt- und Klimaschutz haben einen hohen Stellenwert

Seit langem betreibt die DB einen pro-aktiven Umweltschutz und hat sich auch für die Zukunft anspruchsvolle Ziele gesetzt, um ihre Umweltverträglichkeit und Zukunftsfähigkeit zu sichern. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf Klima-, Ressourcen- und Lärmschutz.

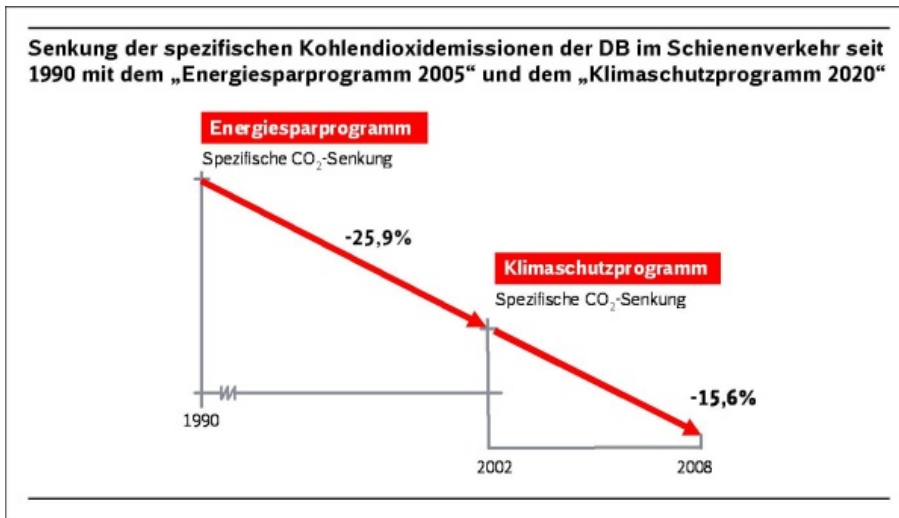
Globalisierung, Ressourcenverknappung und Klimawandel sind zentrale Herausforderungen im Verkehrsmarkt, auf die sich der DB-Konzern strategisch einstellt und im Umweltschutz als Chance nutzt. Die Deutsche Bahn ist in der Lage, die ökologischen Auswirkungen des weiter wachsenden Verkehrsaufkommens effektiv einzudämmen: Die ökologisch optimale Kombination von Verkehrsmitteln mit der umweltfreundlichen Schiene im Mittelpunkt ermöglicht der DB ein einzigartiges Modell, um nachhaltige und umweltfreundliche Mobilität anzubieten – für den Personen- als auch für den Güterverkehr. Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit sind für Kunden sowohl im Personen- als auch im Güterverkehr zunehmend wichtig. Gefragt sind zuverlässige, schnelle und sichere Transporte mit geringen Umweltbelastungen. Auf dieser Basis und anhand der identifizierten Chancen und Risiken im Umweltschutz wurden in der Nachhaltigkeitsstrategie des DB-Konzerns folgende Schwerpunkte für den Umweltschutz gesetzt:

- **Klimaschutz:** Mit seinen Energiespar- und Klimaschutzprogrammen hat der DB-Konzern bisher viel erreicht. Aber der DB-Konzern setzt seine Anstrengungen fort: Bis 2020 will er seine spezifischen Kohlendioxid-Emissionen im Vergleich zu 2006 um weitere 20 Prozent senken. In dieses neue Klimaschutzziel sind erstmals alle Verkehrsträger einbezogen, also neben der Eisenbahn auch LKW, Schiff und Flugzeug. Stellhebel zur CO₂-Emissionsminderung sind der Einsatz moderner Fahrzeuge mit erhöhter Energieeffizienz, energiesparendes Fahren durch Lokführer, Bus- und LKW-Fahrer, die Optimierung der Auslastung, der Einsatz erneuerbarer Energien und Verbesserungen im Betriebsablauf. Dies stellt zugleich einen wesentlichen Beitrag zur Reduzierung der Luftschadstoffemissionen und zur Ressourcenschonung dar.
- **Lärminderung:** Der Lärmschutz ist ein wichtiges Umweltthema im Güterverkehr mit zunehmender Relevanz für den Umweltvorteil der Schiene. Bis 2020 will die DB den Schienenverkehrslärm um insgesamt 10 dB(A) reduzieren und damit im Vergleich zum Jahr 2000 halbieren. Um ihr Ziel zu erreichen, setzt die DB nicht nur das freiwillige Lärmsanierungsprogramm der Bundesregierung um (2009 sind bereits 21 Prozent von bundesweit 3.400 Streckenkilometern saniert), sondern legt den Fokus insbesondere darauf, den Lärm direkt an der Quelle zu vermeiden. Das mindert den Lärm nachhaltig auf dem gesamten Streckennetz und nicht nur punktuell dort, wo beispielsweise passive Schallschutzwände stehen. Dazu beschafft die DB neue Güterwagen, die mit sogenannten Verbundstoffsohlen ausgerüstet sind, die das wahrgenommene Rollgeräusch in Verbindung mit einem glatten Gleis um die Hälfte mindern. Neue Wagen bestellt DB Schenker Rail konsequent mit diesen „Flüsterbremssohlen“. Bislang sind insgesamt 4.400 Wagen in Betrieb. Außerdem engagiert die DB sich in europäischen Projekten und Forschungskooperationen, die nach betrieblich geeigneten und betriebswirtschaftlich sinnvollen Möglichkeiten suchen, den Lärm an der Quelle weiter zu mindern.
- **Ressourceneffizienz:** Der schonende Umgang mit Ressourcen ist für die DB schon lange selbstverständlich. Fahrzeuge haben eine lange Lebensdauer und werden, wie beispielsweise die ICE-1-Flotte, während dieser Zeit ressourcenschonend modernisiert. Materialien werden aufgearbeitet und möglichst oft wieder verwendet, nicht vermeidbare Abfälle werden vorrangig verwertet und als Sekundärrohstoffe in die Kreisläufe zurückgeführt. Seit 2001 wurde auf diese Weise das Abfallaufkommen kontinuierlich gesenkt und die Verwertungsquote auf inzwischen 80 Prozent erhöht. Das Oberbaumaterial, das in der Instandhaltung des Fahrwegs eingesetzt wird, also Schienen, Schwellen und Schotter, wird beispielsweise zu 95 Prozent aus Bauabfällen recycelt, Metalle werden fast vollständig dem Wirtschaftskreislauf wieder zur Verfügung gestellt. Jetzt ist es erklärtes Ziel bis 2020, die Verwertungsquote in Abhängigkeit vom Markt und rechtlichen Entwicklungen mindestens auf dem Niveau von 2007 zu halten und Abfallarten mit Vermarktungspotential vollständig als Sekundärrohstoffe dem Markt zur Verfügung zu stellen.
- **Umweltmanagement:** Umweltmanagement ist für den DB-Konzern die systematische Grundlage für die stringente Umsetzung der Umweltstrategie und für kongruente, erreichbare Ziele und Maßnahmen weltweit. Mit

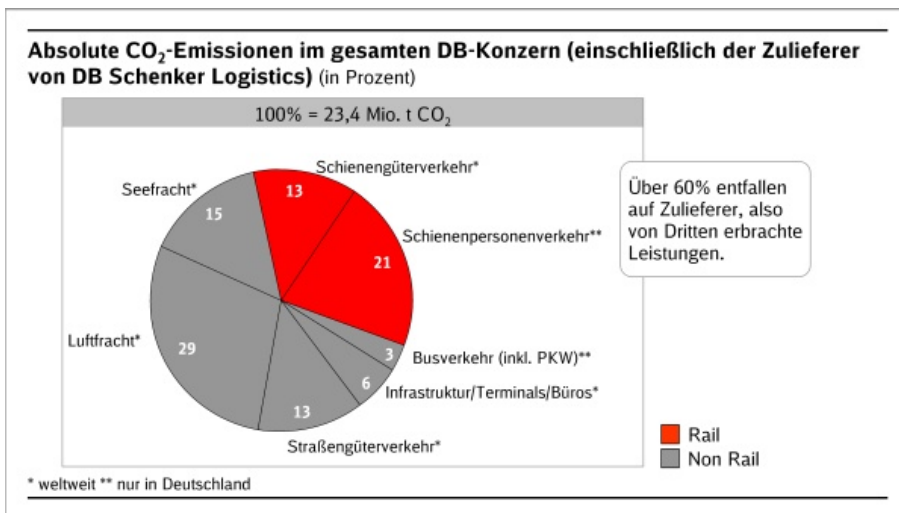
Chancen-Risiko-Analysen werden die relevanten Verbesserungsmaßnahmen definiert. Die konkreten Strategien, Konzepte und Maßnahmen für einen innovativen, pro-aktiven Umweltschutz basieren auf eigenen Daten und berücksichtigen auch globale Megatrends, Anforderungen der Stakeholder und die Bedürfnisse der Kunden. In jedem Umweltthema betreibt der DB-Konzern seit langem ein solches effizientes Management in enger Kooperation mit den Geschäftsfeldern.

Neben diesen Schwerpunkten, die auch Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie des DB-Konzerns sind, stehen ökologisch und ökonomisch sinnvolle Verbesserungen bei den Themen Luftreinhaltung, Naturschutz und Gewässerschutz auf der Agenda.

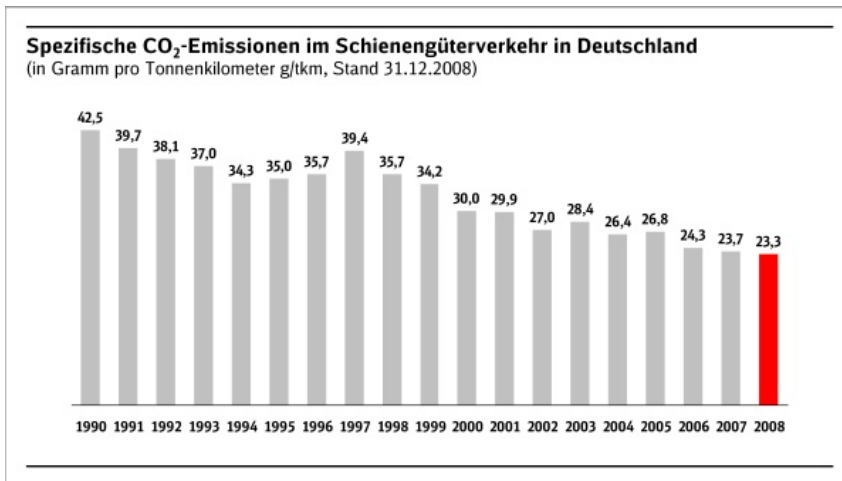
Daten und Fakten zu unserer Umwelt



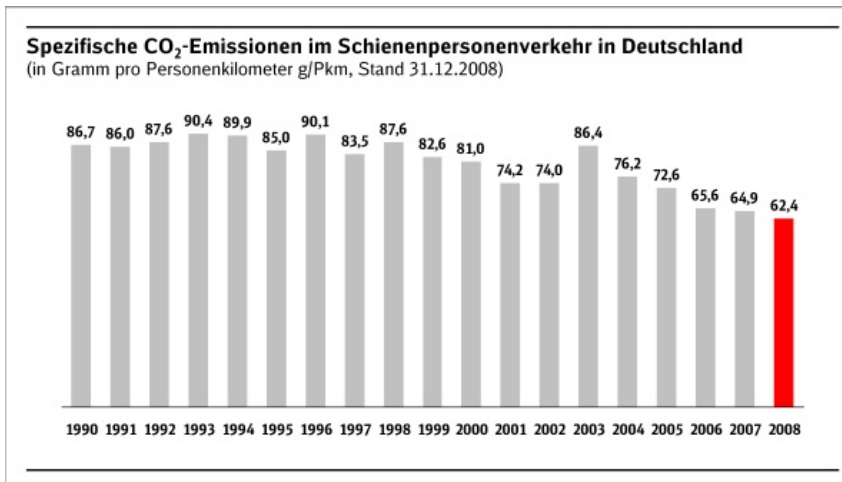
Senkung der spezifischen Kohlendioxidemissionen der DB im Schienenverkehr seit 1990 mit dem „Energiesparprogramm 2005“ und dem „Klimaschutzprogramm 2020“



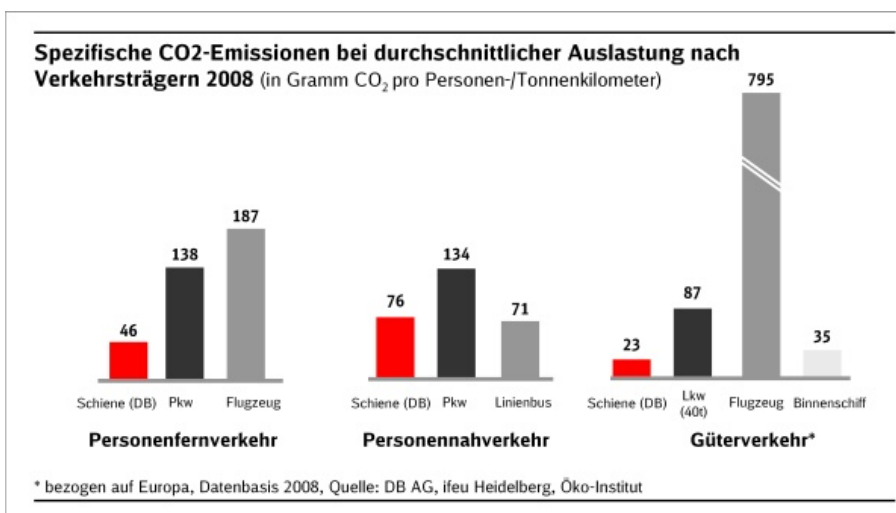
Absolute CO₂-Emissionen im gesamten DB-Konzern



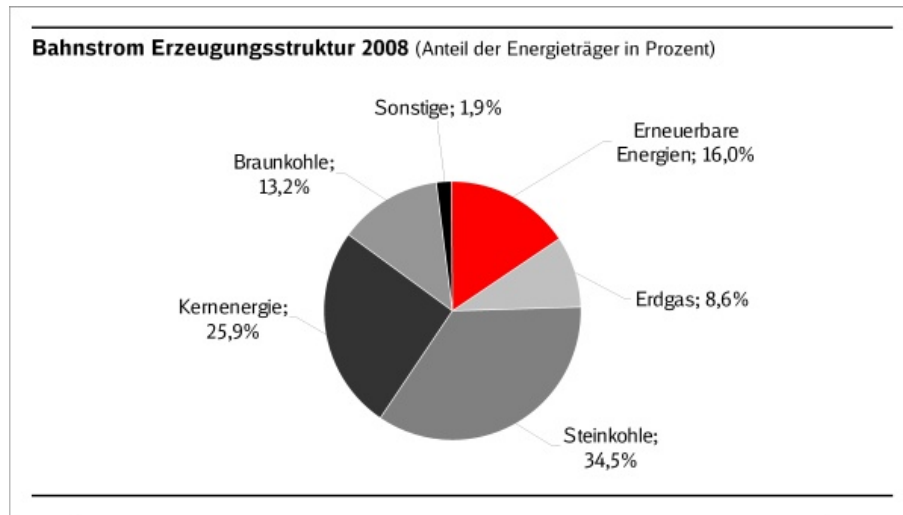
Spezifische CO₂-Emissionen im Schienengüterverkehr in Deutschland



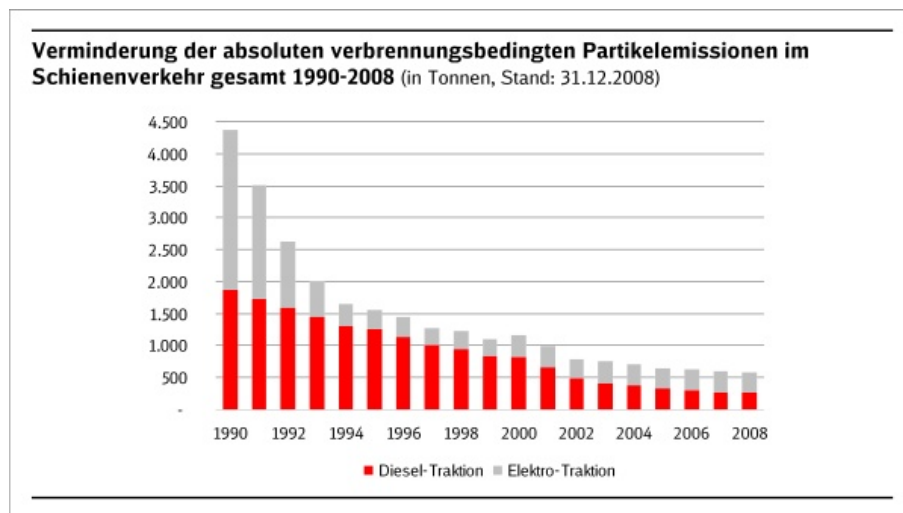
Spezifische CO₂-Emissionen im Schienenpersonenverkehr in Deutschland



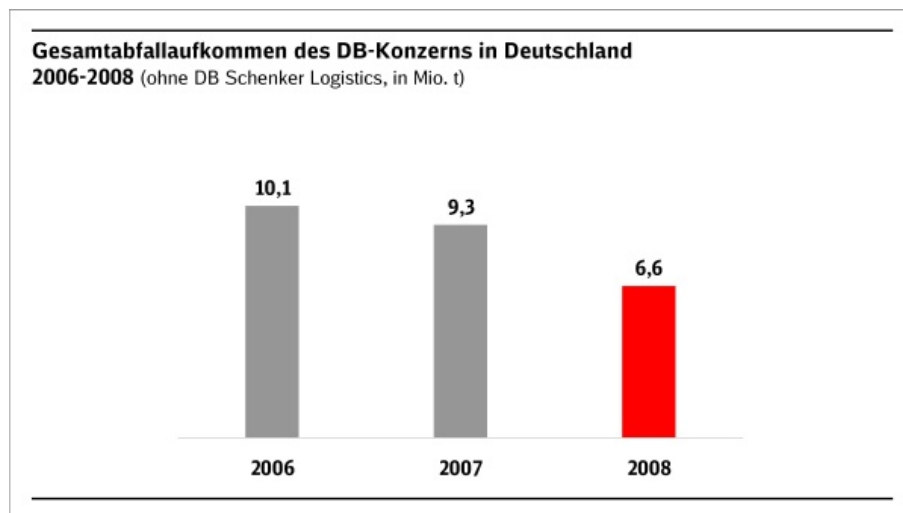
Verkehrsträgervergleich - Durchschnittliche spezifische CO₂-Emissionen



Erzeugungsstruktur Bahnstrom 2008



Verminderung der absoluten verbrennungsbedingten Partikelemissionen im Schienenverkehr (Diesel- und E-Traktion)



Gesamtabfallaufkommen DB-Konzerns in Deutschland 2006-2008 (ohne DB Schenker Logistics)

Gesamtabfallaufkommen und Abfallverwertung DB Schenker Logistics 2008			
	Europa	Nicht-Europa	Weltweit (gesamt)
Abfallaufkommen in Tonnen	107.041	35.542	142.583
Verwertete Abfälle in Tonnen	77.366	4.591	81.957
Verwertungsquote	72 %	13 %	57%

ÜBER DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT 2009

Alle zwei Jahre veröffentlicht die DB einen Nachhaltigkeitsbericht. Der zweite Bericht bilanziert die Jahre 2007 und 2008 seit Erscheinen des letzten Nachhaltigkeitsberichts und erfasst die Ereignisse bis ins Jahr 2009. Da Nachhaltigkeit gerade im Verkehrssektor mit relevanten gesellschaftlichen Anforderungen verbunden ist und gleichzeitig einen wichtigen Wettbewerbsvorteil darstellt, beschreibt die DB die Nachhaltigkeit in allen ihren Geschäftsfeldern und deren Produkten - Mobilität, Transport und Logistik, Infrastruktur. Soziale und ökologische Aspekte sind in das Kerngeschäft des DB-Konzerns integriert und werden in den entsprechenden Kapiteln dargestellt. Ausführliche Informationen zu Mitarbeiter- und Umweltthemen erfolgen zusätzlich in eigenen Kapiteln. Der Bericht orientiert sich an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) der Vereinten Nationen. Die Beantwortung der GRI-G3-Indikatoren wird im GRI-Index dargestellt, dieser ist direkt mit den jeweiligen Kapiteln im Onlinebericht verlinkt. Den Erfüllungsgrad der GRI-G3-Richtlinie (GRI Application Level) schätzt die DB nach der Beratung durch externe Experten selbst mit "A" ein.

Ein Auszug aus dem Inhaltsverzeichnis:

<p>Unser Unternehmen</p> <p>Vorwort</p> <p>Unternehmenskultur</p> <p>Unternehmensstrategie</p> <p>Umfeldverantwortung</p>	<p>Unsere Mitarbeiter</p> <p>Personalstrategie</p> <p>Beschäftigungsbedingungen</p> <p>Vielfalt und Toleranz</p> <p>Qualifizierung</p> <p>Gesundheitsschutz</p> <p>Arbeitsschutz</p>
<p>Unsere Kunden</p> <p>Strategie - Kunden im Mittelpunkt</p> <p>Kunden im Personenverkehr</p> <p>Kunden im Güterverkehr</p>	<p>Unsere Umwelt</p> <p>Umweltstrategie</p> <p>Klimaschutz</p> <p>Luftreinhaltung</p> <p>Lärmschutz</p> <p>Naturschutz</p> <p>Abfall</p> <p>Wasser und Boden</p>
<p>Unsere Produkte</p> <p>Nachhaltiger Verkehr</p> <p>Personenverkehr</p> <p>Transport & Logistik</p> <p>Infrastruktur</p> <p>Supply Chain</p> <p>Innovationsmanagement</p> <p>Sicherheit</p>	<p>Über diesen Bericht</p> <p>Berichtsprofil</p> <p>GRI-Index/ COP-Index</p> <p>Downloads</p> <p>Ansprechpartner</p> <p>Berichtsarchiv</p>

Deutsche Bahn AG

Potsdamer Platz 2

10785 Berlin

www.deutschebahn.com