



Themendienst

Vielfalt bei der Deutschen Bahn: Pluralität als Erfolgsfaktor

Diversity Management in Dachstrategie „Starke Schiene“ verankert • DB fördert starke Vielfalt in der Belegschaft • Erweiterter Diversity Ansatz „Diversity of Minds“ • Personalgewinnung, Innovationsfähigkeit und Kundenorientierung profitieren

(Berlin, November 2019) Die Deutsche Bahn wertschätzt die Vielfalt ihrer Belegschaft und ihrer Kunden. Mit 210.000 Mitarbeiter*innen allein in Deutschland und 336.000 Beschäftigten weltweit ist die DB so bunt wie die Gesellschaft. Angesichts von jährlich 20.000 Neueinstellungen nimmt diese Pluralität stetig zu.

Die DB ist davon überzeugt, dass eine starke Vielfalt die Innovationsfähigkeit des Unternehmens fördert, Personalgewinnung und -bindung stärkt und mehr Nähe zu den Kund*innen bringt. Sie setzt sich deshalb aktiv für eine Vielfalt der Geschlechter, Generationen, ethnischen Herkünfte, Religionen, sexuellen Orientierungen und Identitäten, physischen wie psychischen Fähigkeiten, Lern- und Arbeitsstile, Werte und Erfahrungen ein.

Die DB hat diese Überzeugung 2019 in ihrer Dachstrategie „Deutschland braucht eine starke Schiene“ verankert. Gleichzeitig hat sie das Diversity Management strategisch neu ausgerichtet und übergreifend als Querschnittsthema verankert, das bei allen Maßnahmen und Entscheidungen berücksichtigt wird - zum Beispiel bei der strategischen Nachfolgeplanung für Führungspositionen. Unter der neuen Diversity Beauftragten des Konzerns, Christine Epler, wurde ein erweiterter Diversity Ansatz im Sinne von „Diversity of Minds“ entwickelt. Das bedeutet, dass das Unternehmen verschiedene Persönlichkeiten, Werte, Berufserfahrungen, Kompetenzen und Perspektiven bei seinen Mitarbeitenden schätzt und willkommen heißt.

Generationenvielfalt

Bei der Deutschen Bahn arbeiten Menschen aus vier Generationen. Fachspezifisches Wissen und berufliche Erfahrung sind unerlässlich für den Erfolg der DB. Etwa die Hälfte der Beschäftigten wird altersbedingt bis 2030 aus dem Konzern ausscheiden. Mit den aktuell mehr als 20.000 Neueinstellungen jährlich kommen rund 4.000 junge Nachwuchskräfte ins Unternehmen. Mit unterschiedlichen Ansätzen und Kompetenzen ergänzen neue Mitarbeiter*innen die Fähigkeiten der Belegschaft, die aus einer langen Betriebszugehörigkeit erwachsen. Gemeinsam entsteht auf diese Weise ein Knowhow, das die Deutsche Bahn ungemein bereichert. Die DB fördert dies mit aktivem

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

Unser Anliegen:



Dagmar Kaiser
Leiterin Konzernpressestelle und
Kommunikation Personal
Tel. 030 29761196
dagmar.d.kaiser
@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse



Themendienst

Generationenmanagement. Dazu gehören Paten- und Mentorenprogramme ebenso wie die Individualisierung von Beschäftigungsbedingungen, die auf die jeweilige Lebensphase zugeschnitten werden können.

Geschlechtervielfalt

Die Deutsche Bahn unterstützt Mütter und Väter bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Deshalb hat die DB ein spezielles Mentoring-Programm für Eltern, die nach der Babypause zurückkehren, eingeführt. Das zweijährige Programm wird von DB-Training angeboten und inhaltlich von der Europäischen Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft (EAF) durchgeführt. Teilnehmen können Frauen und Männer, die mindestens zwei Monate Elternzeit genommen haben.

Alleine in Deutschland arbeiteten Ende 2019 knapp 49.000 Frauen für die DB. Etwa 25 Prozent aller Beschäftigten der DB sind weiblich; in Deutschland liegt der Anteil an der Gesamtbelegschaft bei 23,3 Prozent. Der Anteil weiblicher Kolleginnen in Führungspositionen liegt inzwischen bei knapp 20 Prozent. Das Ziel, das sich die DB für 2020 gesetzt hatte, wurde damit vorzeitig erreicht. Jetzt soll der Frauenanteil noch weiter steigen. 2020 setzt sich die DB neue ambitionierte Zielmarken, um den Frauenanteil im Konzern weiter zu erhöhen. Denn bei der DB ist man davon überzeugt, dass gemischte Teams erfolgreicher arbeiten.

Dafür werden die Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern weiter verbessert. Damit sich Frauen bei der Deutschen Bahn entfalten können, unterstützt die DB ihre Mitarbeiterinnen auf ihrem Karriereweg. Durch ein 2018 etabliertes Mentoring-Programm der „Frauen bei der Bahn“ stärkt die Deutsche Bahn die Chancengleichheit von Frauen im Unternehmen, indem Berufseinsteigerinnen weibliche Führungskräfte zur Seite gestellt werden.

Bereits bei der Personalgewinnung der DB wird der Ansatz verfolgt, Frauen verstärkt anzusprechen. Unter anderem wurden als Teil der Arbeitgeberkampagne „Kein Job wie jeder andere.“ eigene Anzeigenmotive für weibliche Zielgruppen entworfen. Porträts auf der Karrierewebsite www.deutschebahn.com/karriere berichten von den vielfältigen Berufs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Darüber hinaus erhöht die DB die Zahl von Frauen in Führungspositionen mit dem Diversity Fit in der Nachfolgeplanung. Um künftig mehr Ingenieurinnen in Führungspositionen zu bringen, fördert die Deutsche Bahn deren berufliche Entwicklung systematisch.

Dagmar Kaiser
Leiterin Konzernpressestelle und
Kommunikation Personal
Tel. 030 29761196
dagmar.d.kaiser
@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse

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

Unser Anliegen:





Themendienst

Das konzernweite Mitarbeiter-Netzwerk „Frauen bei der Bahn“ bietet allen Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, sich gezielt miteinander zu vernetzen und bei regelmäßigen lokalen Netzwerktreffen persönlich auszutauschen. Ein wichtiger Punkt der Geschlechtergerechtigkeit ist selbstverständlich eine gleiche Bezahlung von Männern und Frauen: Ihre Mitarbeiter*innen bezahlt die Deutsche Bahn nach Fähigkeit und nicht nach Geschlecht.

Vielfalt sexueller Orientierungen und sexueller Identitäten

Die Deutsche Bahn pflegt eine offene Unternehmenskultur. Kollegen*innen und Mitarbeiter*innen unterschiedlicher sexueller Orientierung und Identität begegnen sich bei der DB respektvoll und offen. Zu diesem Zweck unterstützt die DB das LGBTIQ-Mitarbeiter-Netzwerk „railbow“. Darüber hinaus engagiert sich die Deutsche Bahn bei der jährlichen Pride Week. Für die Christopher Street Day Paraden 2019 stellte die DB jeweils einen Wagen in Frankfurt, Berlin, Hamburg und München. Und am Berliner Hauptbahnhof und anderen Bahnhöfen wehte die Regenbogenflagge.

Um LGBTIQ-Mitarbeiter*innen bei der Frage zum Coming Out am Arbeitsplatz zu unterstützen, stellt die Deutsche Bahn ihren Mitarbeiter*innen eine Teilnahme im Seminar „Soll ich oder soll ich nicht?“ zur Verfügung. Die Teilnahme ist gegenüber der DB anonym. Und selbstverständlich können intersexuelle, intergeschlechtliche oder Inter*Personen neben den Geschlechtsbezeichnungen „männlich“ und „weiblich“ seit Januar 2019 auch die „dritte Option“ „divers“ wählen.

Vielfalt der Kulturen und Religionen

Bei der Deutschen Bahn arbeiten Menschen aus 100 Nationen. Über 25.000 Mitarbeiter*innen der DB in Deutschland hatten im August 2019 einen Migrationshintergrund, wurden also nicht in Deutschland geboren oder haben keine deutsche Staatsangehörigkeit. Diese kulturelle Vielfalt macht die Deutsche Bahn zu einem weltoffenen Konzern. Als global tätiges Unternehmen sind internationale Erfahrungen der Mitarbeiter*innen und damit verbundene vielschichtige Blickwinkel auf die Welt für die DB besonders wertvoll. Indem die Deutsche Bahn Menschen aus unterschiedlichen Nationen und verschiedenen Glaubens beschäftigt, fördert die DB ein für den Konzern unerlässliches weltoffenes Denken und eine kreative Arbeitsweise.

Mit DB Cultures bietet die Deutsche Bahn eine konzernweite Plattform, mit der ein Verständnis, Toleranz und Respekt für das „unbekannte Andere“ gestärkt werden. Bei der Integration von Mitarbeiter*innen mit Flucht- oder Migrationshintergrund wird die Deutsche Bahn vom Projekt „Soziale und kulturelle Integration“ (SUKI) unterstützt. Das Projektteam berät bei der

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

Unser Anliegen:



Dagmar Kaiser
Leiterin Konzernpressestelle und
Kommunikation Personal
Tel. 030 29761196
dagmar.d.kaiser
@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse



Themendienst

Überwindung sozialer und kultureller Hürden und fördert den Zusammenhalt und die Integration innerhalb der DB.

Mit Qualifizierungswegen wie Chance plus und Umschulungen ermöglicht die Deutsche Bahn geflüchteten Menschen die Integration in den Arbeitsmarkt. Diese Programme werden flankiert von zusätzlicher sozialpädagogischer Betreuung, Deutschunterricht und ehrenamtlichen Soziallotsenprogrammen. Damit leistet die DB einen erheblichen Beitrag zur Integration und Qualifikation geflüchteter Menschen.

Vielfalt physischer und psychischer Fähigkeiten

Die Deutsche Bahn verfügt über eine große Bandbreite an Berufsgruppen. Deren Tätigkeiten erfordern unterschiedliche körperliche und physische Anforderungen. Diese sind aus Sicherheitsgründen etwa bei Lokführer*innen, Fahrdienstleiter*innen oder Zugbegleiter*innen erhöht. Trotzdem setzt die DB auf das Potenzial von Menschen mit eingeschränkten physischen oder psychischen Fähigkeiten. Indem die DB die technischen Möglichkeiten nutzt, konnten in den vergangenen Jahren deutlich mehr Menschen in Eisenbahnberufen diese Sicherheitsanforderungen erfüllen. Das belegt eine Schwerbehindertenquote von 6 Prozent, die über der gesetzlichen Pflichtquote liegt. Insgesamt arbeiteten für die DB im August 2019 knapp 12.800 Menschen mit eingeschränkten physischen oder psychischen Fähigkeiten. Die Interessen dieser Beschäftigten vertritt eine im Konzern etablierte Schwerbehindertenvertretung.

Dagmar Kaiser
Leiterin Konzernpressestelle und
Kommunikation Personal
Tel. 030 29761196
dagmar.d.kaiser
@deutschebahn.com
www.deutschebahn.com/presse
twitter.com/DB_Presse

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

Unser Anliegen:

