



Diversity im DB Konzern

Deutsche Bahn AG

Birgit Reinhardt

ASP

30.05.2008

Wir sind in drei Marktbereichen vertreten

Mobility Networks Logistics ¹⁾

- DB AG als Management Holding
- Integrierte Konzernstruktur
- Rating: Aa1 / AA

Umsatz (Mrd. €)	31,3
EBIT (Mio. €) ²⁾	2.370
Mitarbeiter (Tsd.)	237,1
Brutto-Investitionen (Mrd. €)	6,3

BAHN

- Nr. 2 Europäischer Schienenpersonenverkehr
- Nr. 1 Europäischer ÖPNV
- Nr. 2 Europäischer Personenverkehrsanbieter

Umsatz (Mrd. €)	11,7
EBIT (Mio. €)	756
Mitarbeiter (Tsd.)	52,0
Brutto-Investitionen (Mrd. €)	0,7

NETZE

- Nr. 1 Europäisches Verkehrsinfrastruktur-Unternehmen

Umsatz (Mrd. €)	1,5
EBIT (Mio. €)	929
Mitarbeiter (Tsd.)	72,7
Brutto-Investitionen (Mrd. €)	5,2

SCHENKER

- Nr. 1 Europäischer Schienengüterverkehr
- Nr. 1 Europäischer Landverkehr
- Nr. 2 Luftfracht weltweit
- Nr. 3 Seefracht weltweit
- Nr. 6 Kontraktlogistik

Umsatz (Mrd. €)	17,9
EBIT (Mio. €)	670
Mitarbeiter (Tsd.)	88,2
Brutto-Investitionen (Mrd. €)	0,4

1) Differenz zwischen Summe Ressorts und DB-Konzern resultiert aus Sonstige Aktivitäten/Konsolidierung

2) EBIT 2007 vor Sondereffekten, EBIT: 2,895 Mrd. €

Quelle: DB AG - Geschäftsbericht 2007

Globalisierung und demografische Entwicklung in Europa erfordern ein Diversitymanagement

Megatrends im Verkehrsmarkt

Globalisierung



- **Wachstumsmärkte** in Asien und Osteuropa entstehen
- Zunehmendes **Outsourcing**
- **Globale Warenströme** wachsen

Klimawandel



- **Verkehrssektor** als wesentlicher Treiber von **CO₂-Emissionen** – Eisenbahn verursacht geringste Emission
- Hohe Preise für **fossile Energieträger**
- **Verkehrsinfrastruktur** wird **knapp**

Deregulierung



- Weitere Liberalisierung des **Schieneverkehrs**
- Druck auf die **öffentlichen Kassen**
- **Outsourcing** öffentlicher Aufgaben

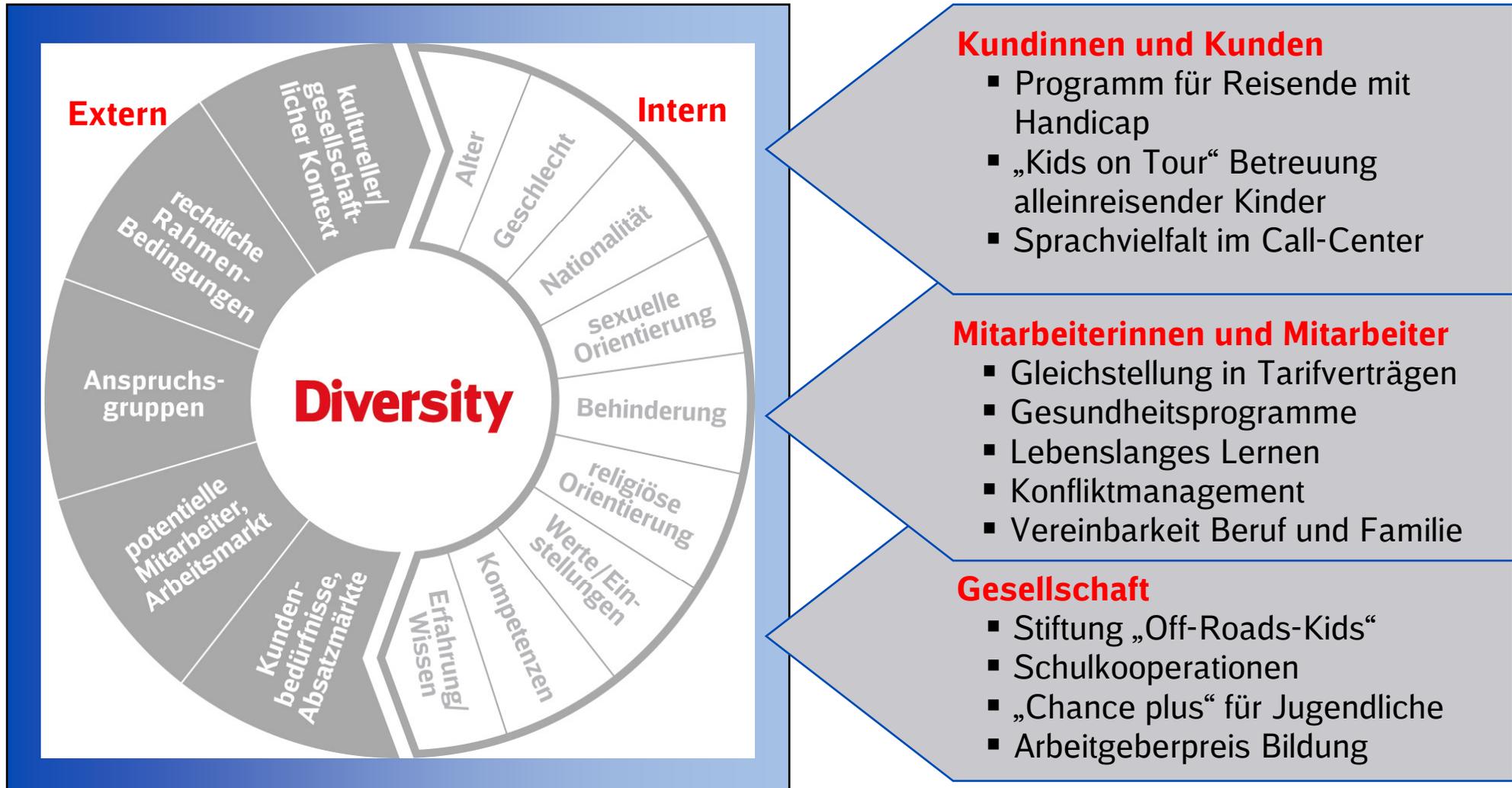
Demographie



- Veränderung der **Altersstruktur**
- Differenzierte regionale Entwicklung, Trend zur **Urbanisierung**

„Managing Diversity“ als ganzheitlicher Ansatz

Externe Heterogenität als **Herausforderung** und interne Vielfalt als **Chance**



Die strategischen Personal-Programme setzen Diversity durch HR-Initiativen um - Fokus liegt auf Identifikation mit dem DB-Konzern



Durch konzernweite Maßnahmen und Umsetzung in den Geschäftsfeldern erreichen wir alle Mitarbeiter besonders mit **Wir sind DB**

Konzeption

Leitbild des DB-Konzerns
 Definiert Mission, Vision und Werte

Konzernmarkenpositionierung
 definiert unser Versprechen an die Kunden

- Wie sind wir?
- Was ist unser Ziel?
- Wie machen wir das?
- Was versprechen wir den Kunden?
- Was macht uns einzigartig?
- Wie stellen wir unser Leistungsversprechen dar?
- Wie sieht unsere Markenarchitektur aus?

Wir sind DB
 macht unseren integrierten Konzern für Mitarbeiter und Kunden erlebbar

- Wie vermitteln wir den Zielgruppen unser Versprechen?
- Wie kommunizieren wir uns?
- Welche gemeinsamen Werte leben wir?
- Wie erleben wir den integrierten Konzern in den Ressorts und Geschäftsfeldern?

Konzernweite Maßnahmen und Instrumente

- Beispiele -



Arbeitsberauftritt



DB-Talente



Mitarbeiter-Film



Storybox



Homepage



Maßnahmenpool

Initiativen der GF zur Umsetzung von Leitbild, Markenpositionierung und Wir sind DB

VR P

Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie

VR I

Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie

VR T&L

Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie

Konzernleitung

Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie
Strategie	Strategie	Strategie	Strategie	Strategie

Roll-out in den Geschäftsfeldern

Mitarbeiter erarbeiten gemeinsam das Selbstverständnis ihrer Tätigkeit und repräsentieren selbstbewusst das Unternehmen

Wir sind DB

Workshops mit Mitarbeitern

z.B. Mitarbeiter wenden die Werte aus dem Leitbild konkret auf sich an und definieren das Selbstverständnis ihrer Tätigkeit

Ergebnis:

z.B. Flyer liegt vor, der die Mitarbeiter und ihre Tätigkeit repräsentiert



DB Mobility Networks Logistics

Wir, die **Servicemitarbeiter im Bahnhof**, stellen uns vor.

Wir sind DB

Ein Programm des Personalbereichs der DB AG in Zusammenarbeit mit DB Station&Service.

Unsere Leitwerte

Kundenorientiert

- Wir gehen aktiv auf unsere Kunden zu. Wir sind aufmerksam den Kunden gegenüber und sprechen sie initiativ an.
- Wir bieten unseren Kunden sofort Hilfe und Lösungen an.
- Wir informieren unsere Kunden schnell, umfassend, zuverlässig und der Situation angemessen.
- Wir haben ein freundliches und gepflegtes Erscheinungsbild.
- Wir handeln schnell, kompetent und unbürokratisch in schwierigen Situationen.
- Wir unterstützen unsere Kunden tatkräftig bei angemessenen Wünschen.

Wirtschaftlich

- Wir binden unsere Kunden durch erstklassigen Service an die Bahn.
- Wir handeln schnell, um optimale Lösungen zu finden.
- Wir nutzen Handlungsspielräume verantwortungsvoll.
- Wir erkennen Kundenbedürfnisse und nutzen unsere so entstehenden Spielräume.
- Wir sorgen dafür, dass alle Serviceeinrichtungen ständig einsatzbereit sind.

Unsere Haltung

Die Identifikation mit dem DB-Konzern zeigen die Mitarbeiter mit ihrem Gesicht nach außen und innen

Mitarbeiter im neuen Arbeitgeberauftritt

DB Mobility Networks Logistics

Andreas Yamoth, ZV, Ziegler
DB Fernverkehr AG
www.db.de/ich-bewege-zukunft/andreas_yamoth

„Ich bewege Zukunft.“

TOP ANGEHEBEN
WÄHLE DEINEN FÜR DEN
TOP ANGEHEBEN

Wir sind DB.
www.wir-sind-db.de

Zukunft bewegen. Deutsche Bahn.

Förderung von DB-Talenten in den eigenen Reihen

Die 3 von der PH

DB

Die Aktivitäten des Personalmanagements leisten einen wesentlichen Beitrag zur **Internationalisierung** der DB

Das Personalressort trägt durch Aktivitäten in zwei Bereichen maßgeblich zur **Internationalisierung des Unternehmens** und seiner **Bereitschaft für internationale Geschäfte** bei

1. Recruiting von Mitarbeitern und Praktikanten

- Recruitingaktivitäten im Ausland
- Praktika für Studenten aus dem Ausland
- Projekte mit internationalen Absolventen und Forschungsgruppen

2. Entwicklung von Mitarbeiter unter internationalen Aspekten

- Internationale Erfahrungen in Projekten, Rotationen, Kooperationen
- Internationale/interkulturelle Fort- und Weiterbildungskomponenten

Die Auszubildenden des DB Konzerns beeinflussen mit ihren Projekten die **Unternehmenskultur** positiv

Das Projekt „Bahn-Azubis gegen Hass und Gewalt“



Grundlage: KBV „Für Gleichbehandlung und kollegiales Miteinander – Gegen Fremdenfeindlichkeit und anti-demokratische Tendenzen“

Initiatoren: Deutsche Bahn AG und TRANSNET im September 2000

Schirmherren: Personalvorstand der DB AG
Vorsitzender der Gewerkschaft TRANSNET
Bundesvorsitzender der Verkehrsgewerkschaft GDBA

Ziele des Projekts

- Auseinandersetzung mit den Themen Extremismus, Rassismus, Gewalt und Ausgrenzung
- Aktive Förderung der Zivilcourage von Mitarbeitern
- Nachhaltige Förderung des kollegialen Miteinanders
- Nachhaltige Förderung sozialer Kompetenzen
- Klare Positionierung gegen Hass und Gewalt

Projekt Module

- Seminareinheit in der Berufsausbildung
- Jährlicher Aktionswettbewerb
- Wanderausstellung der prämierten Projekte

**Mehr als 6.800
Azubis haben über
550 Projekte
eingereicht!**

Vorbereitung der DB auf die Herausforderungen des demografischen Wandels

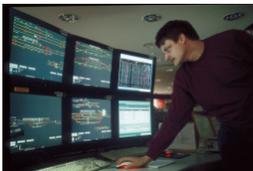

Zukunft sichern

- 1 Sicherung des Nachwuchses**

 - Schulkooperationen
 - Ausbildung / ChancePlus
 - Hochschulkooperationen / Praktika
- 2 Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit**

 - Lebenslanges Lernen
 - Gesundheitsprogramme
 - Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- 3 Neue Wege im Personalmarketing**

 - Mitarbeiter werben Mitarbeiter (DB Faces)
 - Internationales Recruiting
 - Einstellung 50+
- 4 Langfristige Prozess-Anpassung**

 - Verstärkter Einsatz von Technik
 - Neues Tarifsysteem
 - Entwicklungswege

Die erfolgreiche Umsetzung der Personalstrategie stärkt das Image des DB-Konzerns als Arbeitgeber

Max Spohr Preis



Total E-Quality-Prädikat



Top Arbeitgeber



**Sicherung der
Wettbewerbs-
position als
Arbeitgeber**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit