



A B One gewinnt interne Compliance-Kampagne der Deutschen Bahn

A
B One gewinnt interne Compliance-Kampagne der Deutschen Bahn

(Berlin/Frankfurt/Main, 15. August 2012) Die Deutsche Bahn geht neue Wege in der Compliance-Kommunikation: Im Rahmen einer internen Compliance-Offensive will Vorstand Gerd Becht, zuständig für Compliance, Datenschutz, Recht und Konzernsicherheit, mit einer Kommunikationskampagne das bestehende Regelsystem noch wirksamer in der Organisation verankern. "Die Deutsche Bahn kauft Leistungen von jährlich über 20 Milliarden Euro ein. Daher sind unsere Mitarbeiter potentiell gefährdet, Opfer von unlauteren Angeboten zu werden. Unser Ziel ist eine weitere Verankerung von Compliance und damit die Risikovorsorge der DB zu verstärken", beschreibt Vorstand Gerd Becht die Aufgabenstellung. "Compliance-Kommunikation ist nur dann erfolgreich, wenn sie weit über die Vermittlung von Wissen zu Richtlinien und Regelwerken hinausgeht und die Menschen überzeugt. Aus diesem Grund haben wir uns für einen Kampagnenansatz entschieden, der auch die Emotionen anspricht", sagt Dr. Werner Grebe, Chief Compliance Officer der DB. Eingebettet in die laufenden Compliance-Aktivitäten soll die Kampagne die wichtige Schutzfunktion der DB-Konzern Compliance bewusst und Hilfestellungen für Management und Mitarbeiter deutlich machen.
Am Ende des eigens dazu durchgeführten Agenturenwettbewerbs fiel die Wahl auf die A
B One Kommunikationsagentur. "Unser Anspruch war, eine Agentur zu finden, die einerseits Know-how aus dem Change-Management mitbringt, andererseits durch extreme Kampagnenstärke besticht", so Jens-Oliver Voß, Leiter Kommunikation Compliance, Datenschutz, Recht und Konzernsicherheit. Gerade bei inhaltlich anspruchsvollen Aufgaben wie Compliance-Kommunikation sei ein integrierter Kampagnenansatz erfolgskritisch. Starten soll die Kampagne im November. A
B One-Partner Hartwin Möhrle und sein Team arbeiten derzeit an den Motiven und Maßnahmen. "Dabei geht es im Kern um die Verbindung einer emotional und inhaltlich starken Kreativ-Idee mit einem operativ konsequent umgesetzten Informations- und Vermittlungskonzept", so Möhrle. Fokus der Kampagne ist zunächst der Bereich Infrastruktur der Deutschen Bahn. Auf der Grundlage der dort gemachten Erfahrungen soll der Kampagnenansatz auch auf andere Unternehmensbereiche angepasst und umgesetzt werden.

Herausgeber: Deutsche Bahn AG
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland
Verantwortlich für den Inhalt:
Leiter Kommunikation Oliver Schumacher
Karin Lange
A
B One
Burgstraße 27
10178 Berlin
phone +49 30 24086-674
fax +49 1805 223285
presse@a-b-one.de
Jens-Oliver Voß
Leiter Kommunikation
Compliance, Datenschutz,
Recht und Konzernsicherheit
Tel. 030 297-61140
Fax 030 297-61919
 presse@deutschebahn.com
 www.deutschebahn.com/presse

Pressekontakt

Herausgeber: Deutsche Bahn AG

10178 Berlin

Firmenkontakt

Deutsche Bahn AG

10178 Berlin

Die Deutsche Bahn AG ist der führende Mobilitäts- und Logistikdienstleister Deutschlands. Rund eine viertel Millionen Mitarbeiter sind in ihren Unternehmensbereichen Personenverkehr, Transport & Logistik und Infrastruktur und Dienstleistungen tätig. Der DB-Konzern will ein überdurchschnittlich wachsender Dienstleistungskonzern mit guter Ertragskraft und europäischer Ausrichtung sein. Das Hauptgeschäft ist der Personen- und Güterverkehr auf der Schiene. Touristik und Logistik bieten besonders gute Chancen für Wachstum. Die Vorteile, die der Schienenverkehr beim Umweltschutz bietet, werden konsequent genutzt.