

Senior/innen sind integraler Bestandteil unserer Organisation

Am zweiten Tag wartete die Herbsttagung der Bundesseniorenleitung noch mal mit zwei Highlights auf. Mit Diskussionen zur „Weichenstellung 2030“ und der Neuaufstellung der Stiftungsfamilie ist eine themenstarke Tagung zu Ende gegangen.



Weichenstellung 2030 ()

Projektleiter Kristian Loroach stellte die bisherige Entwicklung und den aktuellen Stand des Projektes dar. Ausgangspunkt ist die Frage: wie müssen wir uns heute aufstellen, um auch 2030 die gestaltende Kraft in unserer Branche sein – in einer Branche, die sich im Umbruch befindet? Am Beispiel Flixmobility zeigte Kristian auf, wie die Plattformökonomie auch in unserer Branche die Beziehungen zwischen Dienstleistern und Kunden, aber auch zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern verändern. „Flix, Amazon, Uber und Co.: Pffiffig sind sie. Sie denken sich neue Geschäftsmodelle aus, dann

müssen wir auch pfiffig sein und neue Formen der Interessenvertretung entwickeln. Und wir dürfen wir uns dabei auf niemanden außer uns selbst verlassen.“

Die Sozialpolitik wird dabei auch weiterhin eines der Kernthemen der EVG sein. „Darin gehen auch eure Themen als Seniorinnen und Senioren auf“, so Kristian. „Ihr seid integraler Bestandteil der Organisation und werdet bei allen Themen mitgedacht.“ Auch in der vom Bundesvorstand berufenen Kommission, die den Prozess begleitet, sind mit Anne Pawlitz und Wolfgang Hable zwei Vertreter/innen der BSL vertreten.

Bei den Kolleginnen und Kollegen der BSL trafen Kristians Ausführungen auf Interesse und Zustimmung. Ein Kollege auf Frankfurt/Oder brachte es auf den Punkt: „Es ist gut, dass die EVG sich Gedanken macht. Wir wünschen euch viel Erfolg beim Sammeln von Erkenntnissen und beim Entwickeln neuer Konzepte. Wir Senioren helfen euch dabei.“

Vom BSW und EWH zur Stiftungsfamilie

Margarete Zavoral, Vorsitzende der Geschäftsführung, stellte den Hintergrund des Markenrelaunchs dar. „Bahn-Sozialwerk und Eisenbahn-Waisenhort kennt heute eben nicht mehr jeder.“ Sie erinnerte unter anderem an die rund 19.000 Quereinsteiger, die allein in diesem Jahr bei der DB neu beginnen. Die Welt der Eisenbahnbeschäftigten hat sich verändert, die Lebensmodelle haben sich diversifiziert. „Früher kamen die Eisenbahner zu uns und der Inhalt sprach für sich. Das ist heute nicht mehr so – wir müssen die Leute abholen und unser Image über Inhalte transportieren.“

Zur Neuausrichtung gehören auch neue, zielgruppenorientierte Angebote. Ein Beispiel von vielen, das Margarete aufzählte: Im kommenden Jahr startet „Urlaub geschenkt“. Hilfeberechtigte Familien können eine Woche Urlaub in einem der BSW-Häuser machen - 20 Prozent der Familien in Deutschland, 40 Prozent der Alleinerziehenden können sich das nicht leisten. Und da wird auch manche Eisenbahnerin, mancher Eisenbahner darunter sein.

Insofern ändert sich mit dem Markenrelaunch vieles, aber vielen bleibt auch: Das Bahn-Sozialwerk wurde gegründet von Eisenbahnern für Eisenbahner, um Schwächeren zu helfen. „Das ist bis heute unser Markenkern: Wer Stifter oder Spender ist, der tut das nicht, um davon zu profitieren, sondern um damit anderen zu helfen.“



Alle Bilder anzeigen »