



Corona-Alltag: So erleben Mitarbeitende die SBB.

#Mitarbeitende #Arbeitswelt #Gesellschaft #Zugpersonal

Der Lockdown während der Coronavirus-Pandemie brachte viele Menschen in der Schweiz in eine Ausnahme-Situation. Natalina Rosso und Darryl Riedo über tägliche Kundenkontakte in den Zügen, Homeoffice mit Kindern und wie sie von der SBB unterstützt wurden.



«Am 16. März wäre ich gemeinsam mit meiner Familie in ein Sabbatical gestartet – mit den Stationen Singapur, Australien, Hongkong und Thailand», erklärt Darryl Riedo, Leiter Engineering, Publikumsanlagen und Kundeninformation. Trotz gepackten Koffern blieb die Familie Riedo in der Schweiz: «Die Situation war sehr speziell. Ich wusste nicht, was mich beruflich erwarten wird: Muss ich die Ferien beziehen oder kann ich weiterarbeiten?»

Die SBB ermöglichte es, dass der 34-jährige sein Sabbatical zu einem späteren Zeitpunkt nachholen kann. Doch musste er im Alltag vieles neu organisieren: «Ich habe drei Kinder im Alter von eins bis vier. Die Krippen waren geschlossen und wir mussten uns gut abstimmen. Bei Terminanfragen habe ich deshalb immer zuerst den Kalender meiner Frau konsultiert», so Darryl. Seine Frau arbeitet ebenfalls bei der SBB, und auch sie konnte ohne Unterbruch wieder einsteigen.

### **Umdenken und auf digital setzen**

«Die Kinderbetreuung und das Arbeiten im Homeoffice unter einen Hut zu bringen, war eine Herausforderung», erklärt Darryl. Dank Work Smart konnte dies aber gemeistert werden: «Die Flexibilität der SBB in punkto Arbeitszeit ist Gold wert. So kann ich mich auch um die Kinder kümmern und trotzdem meine Arbeit erledigen.» Für Darryl ist klar: «Die letzten Wochen haben gezeigt, dass Onlinemeetings funktionieren. Vielleicht können wir unsere physische Meeting-Kultur überdenken und mehr auf digital setzen.»

Darin sieht Darryl eine weitere, grosse Chance für die SBB: «Mit dem Work-Smart-Prinzip können wir beispielsweise vermehrt potenzielle Mitarbeitende aus der Romandie, dem Tessin oder entlegeneren Gebieten der Schweiz ansprechen. Denn wir Führungskräfte haben nun gelernt, dass das Arbeiten von unterschiedlichen Standorten aus sehr gut funktioniert.» Dennoch ist Darryl überzeugt, dass es für den zwischenmenschlichen Austausch eine Präsenz im Büro – auch wenn in reduziertem Rahmen – braucht.

### **Individuellere Einsatzplanung notwendig**

Unerlässlich ist der physische Kontakt auch für Natalina Grosso. Sie ist Kundenbegleiterin und war in den letzten Wochen tagtäglich unterwegs: «Ich war gerade auf einer Tour, als ich die Meldung erhielt, dass alle Kundenbegleiter zurück ins Depot müssen.» Dort wurde Natalina von ihrem Chef über die aktuelle Situation und die getroffenen Massnahmen informiert. «Ich hatte natürlich 100 Fragen im Kopf und gemischte Gefühle für die kommenden Wochen.»

Innerhalb weniger Tage wurden die Touren von Natalina und ihren Kolleginnen und Kollegen auf die jeweiligen Möglichkeiten wie beispielsweise Kinderbetreuung angepasst: «Ich hätte mir niemals vorgestellt, dass dies in so kurzer Zeit möglich ist. Die SBB hat wahnsinnige Arbeit geleistet.» Die gebürtige Italienerin hat einen 8-jährigen Sohn, der Homeschooling machen musste. Glücklicherweise erhielt Natalina Unterstützung von ihrer Familie, sodass sie weiterhin die Kunden der SBB begleiten konnte.

### **Für die Sicherheit aller**

«Als Kundenbegleiterin war ich tagtäglich mit dem Corona-Virus konfrontiert – wie bei jeder anderen Grippewelle auch. Trotzdem hatte ich nie Angst, mich während dem Dienst anzustecken», erklärt die 42-jährige. Sie fühlte sich von Beginn weg unterstützt. So hat die SBB die Hygiene-Vorschriften für ihre Mitarbeiter verschärft: «Wir erhielten Desinfektionsmittel und Schutzmasken, die wir nun tragen.»

Für Natalina stellt besonders der Abstand zu den Passagieren eine Herausforderung dar: «Trotz dem stärkerem Kundenaufkommen in den Zügen halte ich mich bestmöglich an die Abstandsregelung.» Und sie ergänzt, dass «wir die Masken auch für die Sicherheit unserer Kundinnen und Kunden tragen». Trotzdem freut sich die Kundenbegleiterin darauf, wenn die Normalität wieder zurückgekehrt sein wird: «Mit der Maske steht etwas zwischen dem Kunden und mir – die gegenseitige Mimik sieht man nicht. Ich möchte meinen Kundinnen mit einem Lächeln begegnen können.»



Darryl Riedo leitet ein Team von zwölf Mitarbeitenden. Seit 2004 arbeitet er bei der SBB und ist momentan in seiner achten Position tätig. Die Chancenvielfalt und Abwechslung schätzt Darryl sehr. Für ihn ist die SBB eine Arbeitgeberin, die ihre Mitarbeitenden unterstützt, fordert und fördert.



Natalina Grosso ist Kundenbegleiterin und seit sechs Jahren bei der SBB. Sie arbeitet sowohl im Regional- als auch im Fernverkehr sowie in der Frequenzerfassung. Natalina arbeitet in einem 80-Prozent-Pensum und schätzt an der SBB, dass sie ihr Sicherheit vermittelt und die Mitarbeitenden in jeder Situation unterstützt.

**SBB in der Verantwortung.** Das Coronavirus brachte viele Einschränkungen für die SBB, aber auch für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. «Uns ist es ein grosses Anliegen, dass wir unsere Mitarbeitenden in dieser Situation bestmöglich unterstützen – ihre Gesundheit steht für uns immer an erster Stelle» erklärt Markus Jordi, Personalchef der SBB. Beispielsweise wurde die Kontrolle der Billette zeitweise ausgesetzt, um die Abstände zu wahren. Auf Baustellen sorgt ein eigens dafür eingesetzter Verantwortlicher für die Einhaltung der Verhaltensregeln. Mitarbeitenden, die zu den besonders gefährdeten Personen gehören, arbeiteten falls möglich im Homeoffice oder wurden bei vollem Lohn temporär von ihrer Arbeit freigestellt.

Work Smart, das heisst das ortsunabhängige Arbeiten, fördert die SBB seit Jahren. Im Rahmen der COVID-19-Massnahmen konnten Mitarbeitende Informatik-Arbeitsmittel wie Bildschirme, Tastatur und Maus temporär nach Hause nehmen. Auch bezüglich Kinderbetreuung wählte die SBB einen grosszügigen Weg: Mitarbeitende erhielten bis zu 20 Tage bezahlten Urlaub, falls sie aufgrund der Kinderbetreuung ihrer Arbeit nicht nachkommen konnten. Gemäss Jordi eine wichtige Massnahme: «Wir mussten auch in der Krise unter Beweis stellen, dass wir das Image einer familienfreundlichen Arbeitgeberin zu Recht tragen. Daher war es uns wichtig, den Worten auch Taten folgen zu lassen.»