



Die Schweizerische Post beschäftigt über 60 000 Mitarbeitende.

Helfen, informieren, für Sichtbarkeit sorgen

Text: Markus Stehle

Die Schweizerische Post hat das firmeninterne LGBT-Netzwerk «RAINBOW» aufgebaut. Einerseits soll dieses zur Förderung einer offenen Unternehmenskultur beitragen, andererseits die Attraktivität der Post als Arbeitgeberin erhöhen.

«**U**nser Ziel ist klar: Wir wollen uns eigentlich selbst wieder abschaffen», sagt Patrick Zillig und lacht. Er ist der Präsident von «RAINBOW», dem LGBT-Netzwerk der Schweizerischen Post. Initiiert und gegründet wurde dieses vor zwei Jahren durch mehrere Mitarbeitende des «Gelben Riesen». Anfang 2015 folgte die unternehmensinterne Lancierung, nun sei man bereit für die Öffentlichkeit, erklärt Zillig. Die Organisation und die Strukturen stünden, und man wisse, wo man hin wolle. «Es geht uns unter anderem darum, die Akzeptanz von LGBT-Mitarbeitenden zu fördern und Vorbehalte abzubauen – bis es uns nicht mehr braucht.»

Bewusstsein schaffen

Dass Netzwerke wie RAINBOW auch heute noch notwendig sind, steht für Patrick Zillig ausser Frage. Nach wie vor würden sich nicht alle LGBT-Mitarbeitende trauen, am Arbeitsplatz offen mit ihrer sexuellen Orientierung oder Transidentität umzugehen, sagt er. Und nach wie vor gebe es heterosexuelle Kolleginnen und Kollegen, die sich noch nie mit LGBT-Fragen auseinandergesetzt hätten. «Die Schweizerische Post beschäftigt über 60 000 Mitarbeitende, die alle verschiedenste Hintergründe und Biografien mitbringen. Manche realisieren nicht, wie schwierig zum Beispiel ein Coming-out sein kann.» Aus diesem Grund müsse die Belegschaft auf

die Thematik aufmerksam gemacht werden. RAINBOW soll künftig – neben etablierten Kompetenzzentren wie der Sozial- und HR-Beratung oder dem Gesundheitsmanagement – als zusätzliche Anlaufstelle dienen, bei der sich sowohl Direktbetroffene als auch deren Arbeitskolleginnen und -kollegen Antworten auf Fragen sowie Unterstützung und Rat holen können.

Spannendes Amt

Von der Wichtigkeit des Netzwerks ist auch Jan Remmert, Leiter Marketing PostMail, überzeugt. Er hat bei RAINBOW das Amt eines Botschafters übernommen. In dieser Funktion hilft er mit, das LGBT-Netzwerk

und dessen Anliegen sichtbar zu machen. «Ich merkte, dass es für Patrick nicht ganz einfach war, Leute für das Amt zu finden», sagt Remmert. Das habe ihm gezeigt, dass zur LGBT-Thematik bisweilen noch immer eine gewisse Distanz vorhanden sei. «Das motivierte mich umso mehr, als Botschafter zu fungieren. Diese Distanz muss überwunden werden.»

«Immer wieder geben uns zum Beispiel die Postboten ein gutes Feedback, gerade in ländlichen Gebieten.»

Für Jan Remmert ist die Aufgabe aber auch persönlich interessant. «Ich bin angestellt, 46 Jahre alt, habe eine Frau und zwei Kinder – damit bin ich in vielerlei Hinsicht gesellschaftlicher Durchschnitt», erklärt er. «Es ist für mich sehr reizvoll, etwas ausserhalb dieser Durchschnittlichkeit zu machen. Ich sehe und erfahre viel Neues und Spannendes.» Zudem habe er erlebt, wie sich einige seiner Kollegen und Kolleginnen jahrelang bemüht hätten, «so durchschnittlich zu wirken wie ich», beschreibt es Remmert. «Im Klartext: Sie glaubten vorgeben zu müssen, sie seien heterosexuell. Das hat sie viel Zeit und Energie gekostet, die für ihre Arbeit dann nicht mehr zur Verfügung stand.»

Einladendes Arbeitsumfeld

Die Gründung von RAINBOW dient einerseits also dazu, bisherige Angestellte für die LGBT-Thematik zu sensibilisieren. «Andererseits geht es uns auch darum, als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen zu werden», erklärt Jan Remmert. Jedes Unternehmen sei auf Nachwuchs angewiesen, auf junge Talente. «Gelingt es uns, eine Unternehmenskultur zu vermitteln, in der sich jeder und jede wohlfühlen kann, dann erweitern wir den Kreis potentieller Bewerberinnen und Bewerber um mindestens fünf bis zehn Prozent.» Das sei eine Chance, die man nicht ungenutzt lassen könne. «Und sollte die Existenz von RAINBOW ein Grund dafür sein, dass manche Leute gerade nicht für uns arbeiten wollen, dann haben wir ein grosses gesellschaftliches Problem dargestellt.»

Mit dem bisherigen Echo auf das LGBT-Netzwerk ist Patrick Zillig zufrieden. Er habe schon mehrmals schöne Reaktionen von Mitarbeitenden erhalten. «Immer wieder

geben uns zum Beispiel die Postboten ein gutes Feedback, gerade in ländlichen Gebieten. Viele zeigen sich positiv überrascht und finden es toll, dass die Post ein solches Netzwerk lanciert hat.» Und auch bei anderen Unternehmen kommt das Konzept von RAINBOW gut an. «Mitarbeitende von den SBB oder den Verkehrsbetrieben Zürich sind auf uns zugekommen und haben sich erkundigt, wie wir beim Aufbau des Netzwerks vorgegangen sind», freut sich Zillig. «Offenbar können wir eine Art Vorbildfunktion einnehmen – das ist super!»

Bekannt werden

Für die RAINBOW-Kernteammitglieder liegt die Priorität derzeit darin, das Netzwerk im Betrieb besser bekannt zu machen. «Sichtbarkeit erhalten und Präsenz markieren, das sind ganz zentrale Punkte», sagt Botschafter Jan Remmert. Zu diesem Zweck werden in diesem Jahr verschiedenste regionale Informationsanlässe durchgeführt, in der Mitarbeiterzeitung erscheinen Berichte, zudem nimmt die Gruppierung an publikumswirksamen Veranstaltungen wie der Pride in Zürich und Fribourg teil. «Darüber hinaus planen wir, unsere HR-Beraterinnen zu LGBT-relevanten Fragen zu schulen. Und erstmals wurde das Thema dieses Jahr auch in der Lehrlingsausbildung integriert», erklärt Patrick Zillig. Die Idee hinter alledem beschreibt Jan Remmert folgendermassen: «Niemand soll den Eindruck haben, die Vielfaltsthematik sei ein Phänomen, das sich ignorieren lässt oder in Unternehmen nichts zu suchen hat.» Umso erfreulicher sei es deshalb, dass RAINBOW auch von der Konzernleiterin Susanne Ruoff unterstützt werde, fügt Patrick Zillig an. «Sie war sowohl an der letztjährigen Pride in Sion als auch an der Kick-off-Veranstaltung unseres Netzwerks mit dabei», so der Rainbow-Präsident. «Das ist sehr schön und stärkt uns den Rücken.» (M)



Jan Remmert
Leiter Marketing PostMail
und Botschafter RAINBOW



Patrick Zillig
Präsident RAINBOW

ANZEIGE



PENTATONIX
WORLD TOUR 2016

WITH SPECIAL GUEST
»US THE DUO«

14.06.16
HALLENSTADION
ZÜRICH

ONLY SWISS SHOW!
TICKETS: STARTICKET.CH & TICKETCORNER.CH
PTXOFFICIAL.COM | MAINLANDMUSIC.COM

 NEW ALBUM AVAILABLE NOW @PTXOFFICIAL.COM



  

