Drei, Zwei, Eins … Los!

Mehrere Teams der DB erlebten seit 2014 hautnah die durchschlagende Kraft der Digitalisierung bei Besuchen im kalifornischen Silicon Valley, einem der bedeutendsten Standorte der IT- und Hightechindustrie weltweit.

Wichtigste Erkenntnis: Mit der fortschreitenden Digitalisierung stehen wir vor dem größten Umbruch seit der Bahnreform. Um die Chancen der Digitalisierung aktiv zu nutzen, wurde der digitale Aufbruch eingeläutet: sechs 4.0-Intitiativen und rund 300 digitale Projekte über alle Geschäftsfelder hinweg entstanden.

Gemeinsam für die Kunden

Oberste Maßgabe ist immer, den Zugang zu Mobilität und Logistik für die Kunden so schlicht, einfach und bequem wie möglich zu gestalten. Digitale Services sind dafür der Schlüssel und stark nachgefragt. Ziel ist es, jedem Kunden die für seine Bedürfnisse passende digitale Lösung zu bieten – sowohl Reisenden als auch Industriekunden für den Transport ihrer Güter.

Unter den Apps für Reisende ist der DB Navigator die klare Nummer 1. Laut einer Umfrage ist er nach Google Maps die zweitbeliebteste App für unterwegs in Deutschland.

Top-Angebot

Schritt für Schritt bauen wir unser digitales Angebot aus, entwickeln neue Funktionalitäten und Produkte oder verbessern bestehende Services.

Die App „Wohin Du Willst“ hilft im ländlichen Raum auch ohne eigenes Auto mobil zu bleiben. Das ICE-Portal bietet seit Frühjahr 2017 über „maxdome onboard“ kostenlos 50 wechselnde Filme und Serien. Der Regio Streckenagent informiert sofort über Störungen und Alternativrouten. Das Start-up Holoplot sorgt mit seinem Produkt dafür, dass Bahnsteigansagen überall im Bahnhof verständlich werden.

Lotsen der Digitalisierung

Das Competence Center Digitalisierung (CCD) ist für die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie verantwortlich. Hier kommen alle sechs Wochen die Digitalisierungsexperten der Geschäftsfelder zusammen.

Aus dem Konzernprogramm „Neue datenbasierte Geschäftsmodelle“ ist die DB Digital Ventures hervorgegangen. Die Ende 2016 gegründete Gesellschaft vereinfacht und beschleunigt die Start-up Förderung und Unternehmensbeteiligungen.
Seit April 2017 arbeitet der neue Chief Digital Officer (CDO) mit seinem Team daran, das Kerngeschäft der DB weiter zu digitalisieren und neue digitale Geschäftsmodelle umzusetzen.

Innen anfangen

Digitalisierung ist nicht nur Chefsache, sondern betrifft uns alle, sie verändert Produkte und Prozesse, aber auch Berufe und Arbeitswelten.

Neue digitale Arbeitsformen, Prozesse und Plattformen werden entwickelt: Mit der Reisekosten App ist die Reisekostenabrechnung mit wenigen Klicks erledigt. Dank DB Planet, dem sozialen Unternehmensnetzwerk der DB, das seit April allen deutschsprachigen Kollegen zur Verfügung steht, werden Kommunikation, Information und Einbindung in den Arbeitswelten 4.0 Realität. Mit ihrem persönlichen Profil können Mitarbeiter Erfahrungen und Wissen, Fotos und auch Videos teilen.

Innovationen

Kreativität braucht Spielräume. Daher wurden innerhalb der DB Orte geschaffen, die einen optimalen Nährboden für noch mehr Innovationen und neue Unternehmenswerte bieten.

Beispiele sind das DB Mobility Lab (d.lab) in Frankfurt (Main) oder das Skydeck der DB Systel. In der DB mindbox in Berlin entwickelt die DB gemeinsam mit Start-ups Prototypen für neue Kundenlösungen und neue digitale Geschäftsmodelle. Für Impulse von innen und außen öffnet sich die DB auch durch Hackathons, wo auf Basis von Unternehmensdaten neue Software-Lösungen entwickelt werden.

Agenda

In allen Geschäftsfeldern wird an der Digitalisierung gearbeitet. Übergreifend relevante Themen werden zusätzlich in Konzernprogrammen gebündelt und bereichsübergreifend bearbeitet. Besonders große Chancen sieht die DB in der schrittweisen Automatisierung des Bahnbetriebs, im autonomen Fahren auf der Straße sowie in der Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle, um den Kunden weitergehende Services anzubieten. Dazu zählt beispielsweise die DB Bahnhofsbox, über die online bestellte Einkäufe in Schließfächern am Bahnhof abgeholt werden können.

Die zugehörigen Konzernprogramme werden 2017 weiterentwickelt, neue Zukunftsfelder werden hinzukommen.

DIGITAL JOURNEY

Die Reise ins digitale Zeitalter geht weiter

Unsere Welt verändert sich rasant. Mit der Digitalisierung ist der Aufbruch in ein neues Mobilitätszeitalter verbunden. Der digitale Wandel betrifft daher alle Unternehmensbereiche, verändert Produkte und Prozesse, aber auch Berufe und Arbeitswelten. Wir wollen die Chancen der Digitalisierung für uns nutzen und befinden uns nun schon über drei Jahre auf der digitalen Reise – unserer Digital Journey.

Das Plakat zeigt einige Stationen und Beispiele: von Innovationswerkstätten zu konkreten Produkten und Services für die Kunden, von Konzernprogrammen bis hin zu Mitarbeiter-Apps. Die Reise ins digitale Zeitalter ist dabei noch lange nicht abgeschlossen. In drei Feldern treiben wir den digitalen Wandel weiter voran: mit neuen Angeboten für unsere Kunden, bei den betrieblichen und administrativen Prozessen sowie mit der Entwicklung neuer datenbasierter Geschäftsmodelle.
Die Digitalisierung bei der DB hat viele Facetten und ständig kommen neue Facetten hinzu. Komm mit auf die Reise in eine digitale Zukunft!

Klick Dich interaktiv durch die digitale Reise der DB in der Web-App auf DB Planet
db.de/planet
oder unter
www.deutschebahn.com/digitaljourney

Sei dabei