

Pressekonferenz zur Digitalisierung bei der Deutschen Bahn

05.06.2015, Berlin

Rede Dr. Rüdiger Grube

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrter Herr Bundesminister Dobrindt,

meine sehr verehrten Damen und Herren,

liebe Kolleginnen und Kollegen,

der digitale Wandel ist dabei, die Bahn, den gesamten öffentlichen Verkehr und das Unternehmen DB weitreichend zu verändern.

Auf der Abbildung hinter mir sehen Sie, dass wir uns mittlerweile konzernweit mit der Digitalisierung beschäftigen. Und zwar in sechs Initiativen. Ich komme darauf im Einzelnen noch zu sprechen.

Wir möchten Ihnen aber gleich zu Beginn veranschaulichen: In Summe arbeiten wir derzeit an über 150 Projekten. Es gibt bei der Deutschen Bahn so gut wie keine Abteilung mehr, die sich nicht mit der Digitalisierung auseinandersetzt. Weil wir unsere Kunden mithilfe digitaler Lösungen noch besser informieren und noch einfacher und komfortabler ans Ziel bringen wollen.

Wir tun dies auch deshalb so konsequent, weil wir in Sachen Mobilität 4.0 das Feld nicht anderen überlassen wollen. Im Gegenteil: Wir werden in unseren Geschäften die Digitalisierung SELBST weiter aktiv vorantreiben. Wir fangen ja nicht bei Null an. Big Data und digitale Angebote für den Kunden sind bei uns längst Realität.

Noch nie war die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und der Zugang zum System Schiene so einfach und so attraktiv wie heute. Fahrpläne, Fahrscheine, Angebotsberatung: Alles steckt heute in unseren Apps.

Wenn es im Zug heißt „Schönen guten Tag, die Fahrkarten bitte“, dann halten Millionen Reisende keinen Fahrschein mehr in der Hand, sondern ihr Smartphone. 2014 waren es insgesamt 4 Millionen.

„Online“ war erstmals der meist genutzte Vertriebskanal. Computer und Smartphone liegen jetzt VOR Automaten und VOR dem Reisezentrum im Bahnhof. In diesem Jahr wurden allein zwischen Januar und Mai sogar schon über 2,3 Millionen Tickets über das mobile Internet gebucht – und damit 70 Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Das Reisen mit Handyticket ist für viele Bahnkunden heute so normal wie Geld abheben mit EC-Karte oder Shoppen im Internet.

Mit dem mobilen Internet hat ein neues Zeitalter der Mobilität begonnen! Diese Zeitenwende birgt große und vielfältige Chancen: Für die Schiene, für eine noch intelligentere Verknüpfung der Verkehrsmittel – und damit für uns als verkehrsträgerübergreifender Mobilitäts- und Logistikdienstleister.

Die Digitalisierung bei der DB greift schon lange nicht mehr nur an der sichtbaren Kundenschnittstelle. Ob Fahrzeugtechnik, Instandhaltung oder Fahrplanerstellung: Im Hintergrund finden zurzeit fundamentale Veränderungen statt, die der Mobilität von morgen ein neues Gesicht geben werden.

Dabei ist das alles erst der Anfang der Mobilität 4.0. Einer Entwicklung, deren Ausmaß und Ende gar nicht absehbar ist.

Nicht ohne Grund haben wir vor zwei Monaten – am 19. März – auf unserer Bilanzpressekonferenz gesagt:

„Wir stehen vor dem größten Umbruch seit der Bahnreform von 1994“. Heute möchten wir Ihnen gern einen aktuellen, vertiefenden Einblick in den digitalen Wandel bei der DB geben. Damit Sie sich ein noch anschaulicheres Bild davon machen können, wie wir diesen Umbruch in einen Aufbruch ummünzen.

Ich hatte eingangs gesagt: Wir haben über 150 Projekte aufgesetzt. Einige davon werden bald für unsere Kunden sichtbar sein. Andere werden im Hintergrund bleiben. Doch eines steht außer Frage: Mit all unseren sechs Initiativen verfolgen wir das übergeordnete Ziel, die Angebote der Deutschen Bahn noch attraktiver zu machen.

Alle sechs Initiativen sind letztlich auf das Wohl unserer KUNDEN ausgerichtet!

- Ob Mobilität 4.0,
- Logistik 4.0,
- Infrastruktur 4.0,
- Produktion 4.0,
- IT 4.0
- oder Arbeitswelten 4.0.

Lassen Sie mich 5 Beispiele herausgreifen, um konkret zu werden.

Erstens: Der DB Navigator, unsere wichtigste und meist genutzte App, wird immer nutzerfreundlicher. Wir haben den DB Navigator - als eine der ersten deutschen Apps überhaupt - auf die neue Apple Watch gebracht. Seit dem ersten Verkaufstag der Apple Watch steht der DB Navigator für die vernetzte Uhr zum Download bereit. Und damit VOR „facebook“ und VOR „Whatsapp“. Ein Blick auf das Handgelenk genügt - und alle wichtigen Informationen zur Reise sind in Echtzeit zu sehen, zu hören oder per Vibration zu spüren.

Im zweiten Schritt werden wir den DB Navigator Ende Juni um neue Funktionen erweitern. Die Reiseauskunft wird zum Beispiel zusätzlich mit einer Karte visualisiert. Außerdem neu: Verfügbare Carsharing-Autos von „flinkster“ und call-a-bike-Mietfahrräder werden direkt im DB Navigator angezeigt. Im Carsharing haben unsere Kunden dank der neuen Kooperation mit „Car2Go“ seit einigen Tagen Zugriff auf mehr als 7.000 Autos. In wenigen Wochen dann auch über den DB Navigator. Mit dem Relaunch Ende Juni sind auch alle individuellen Informationen zur Buchung - zum Beispiel zum Reiseverlauf oder zu Reservierungen - mobil abrufbar.

Im nächsten Schritt wollen wir den Kunden im Bahnhof - im wahrsten Sinne - an die Hand nehmen. Wir wollen ihn per App durch den Bahnhof bis zum Gleis und sogar bis zum reservierten Zug navigieren. Dazu müssen unter anderem weitere Anlagen in den Bahnhöfen digitalisiert werden, um eine zielsichere Verortung zu gewährleisten. Indoor-Navigation ist deutlich anspruchsvoller als die GPS-basierte Navigation unter freiem Himmel. Aber wir sind bereits auf einem guten Weg.

Kurz noch zum WLAN-Angebot: Das kostenlose Surfen in der 1.Klasse wird sehr gut angenommen. Das Netz läuft stabil - auch bei konstant steigenden Nutzerzahlen. Unser Plan steht: Im Laufe des Jahres 2016 wird es auch in der 2.Klasse kostenloses WLAN geben.

Noch in diesem Herbst starten wir unser ICE-Portal. Ein kostenloses Informationsportal direkt an Bord - mit Echtzeitdaten zur Reise, Nachrichten aus aller Welt und spannenden Reportagen.

Wo und wie im Nahverkehr der WLAN-Empfang noch verbessert werden muss, das erarbeiten zurzeit Mobilfunkanbieter, Besteller und Nahverkehrsunternehmen gemeinsam. Wir haben dazu als DB einen runden Tisch mit allen Beteiligten initiiert, um zügig zu Ergebnissen zu kommen.

An den Bahnhöfen haben wir das WLAN-Angebot in den vergangenen Monaten weiter ausgebaut. Unsere Kunden können jetzt bundesweit an 127 Bahnhöfen eine halbe Stunde lang kostenlos surfen. An den 24 größten Bahnhöfen wurde die Funkabdeckung nochmals verbessert.

Mein zweites Beispiel ist das Mitfahrnetzwerk „flinc“. Ein Paradebeispiel für die digitale Verknüpfung der Verkehrsmittel.

Das Prinzip: Autofahrer melden auf der Online-Plattform „flinc.org“ Fahrten an, die sie Mitfahrern anbieten. Auf der anderen Seite sind Nutzer, die eine bestimmte Strecke fahren wollen. Sie geben Start und Ziel ein und bekommen für Ihre Route jeweils passende Fahrten angeboten – entweder per ÖPNV, per Mitfahrer oder einem Mix aus beidem.

Die Kombination aus öffentlichem Nahverkehr und Automitfahrten ist ein Gewinn für beide Seiten: Für Bus- und Bahn-Fahrer verbessert sich die Tür-zu-Tür-Anbindung. Andererseits können mit „flinc“ auch Kunden für den ÖPNV gewonnen werden, die sonst ausschließlich mit dem Auto unterwegs sind. Die bessere Auslastung – sowohl der Autos als auch bei Bus und Bahn – hat außerdem noch einen positiven Effekt für die Umwelt.

„flinc“ wird jetzt im Schwarzwald getestet. Neben dem Landkreis sind wir als DB mit unserer Nahverkehrsgesellschaft „Südbadenbus“ beteiligt. Unser Ziel ist, das Angebot auch auf andere – vor allem ländliche – Regionen auszuweiten.

Mein drittes Beispiel ist ein Projekt der Initiative Infrastruktur 4.0, und zwar die sprechenden Aufzüge und Rolltreppen an Bahnhöfen.

Was heißt in dem Zusammenhang ‚sprechen‘? Sobald eine Rolltreppe zum Stehen kommt, meldet sie per digitaler Datenübertragung die Störung automatisch an die zentrale Überwachungsstelle im Bahnhof. Gleiches gilt für defekte Aufzüge. Die Anlagen rufen sozusagen selbst nach Hilfe.

Der Positiveffekt: Die Reparatur wird umgehend eingeleitet und schnell erledigt.

Wir wollen so die Verfügbarkeit von Aufzügen und Fahrtreppen an rund 1.000 Bahnhöfen bis Ende dieses Jahres deutlich steigern.

Das vierte Beispiel entstammt der Initiative Logistik 4.0: Intelligente Loks und Güterwagen. Viele unserer Lokomotiven im Schienengüterverkehr erfassen bereits mit Sensoren während der Fahrt Hunderte Daten, die in Echtzeit zum Beispiel an Werkstätten übermittelt werden. Diese Lokomotiven wissen selbst am besten, wann eine Inspektion ansteht. Das spart Zeit und Kosten. Außerdem können größere Schäden und Ausfälle nachhaltig vermieden werden. Denn durch den ständigen Datenaustausch können die Loks sogar voneinander lernen. Bis 2020 werden rund 2.000 intelligente Loks durch ganz Europa rollen.

Auch bei den Güterwaggons investieren wir verstärkt in Sensorik und Telematik.

Gesamthaft rechnen wir dadurch in unserer Güterverkehrsflotte mit Effizienzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich in den nächsten Jahren.

Zuletzt ein Beispiel aus der Initiative Arbeitswelten 4.0: Mobiles Recruiting. Allein mit 136.000 Facebook-Fans und mehr als 12.000 Followern bei Twitter liegt die Deutsche Bahn in Sachen Arbeitgeberauftritt in sozialen Netzwerken – bezogen auf deutsche Unternehmen – im Spitzenfeld.

In dieser Woche feiern wir außerdem eine Premiere im Bereich Arbeitgeberkommunikation: Seit Montag gibt es einen Blog, über den sich Azubis der Deutschen Bahn mit Schülern austauschen. Fotos, Handy-Videos, Geschichten aus dem Ausbildungsalltag: Unsere Azubis geben in dem neuen Blog authentische, emotionale Einblicke in die Welt der DB - und damit auch in die Mobilität 4.0.

Dass wir die richtige Ansprache bei Schülern finden, hat auch der „Employer Branding Award“ gezeigt, den wir als DB kürzlich entgegennehmen durften. Wir sind in 2015 mit dem Preis für das „beste Schülermarketing“ ausgezeichnet worden.

Eine weitere Premiere feiern wir in diesem Jahr mit unserem Social Intranet. Die Plattform, auf der unsere Mitarbeiter Wissen teilen und sich noch enger vernetzen können, wird derzeit von 1.500 Nutzern getestet. Mittelfristig sollen alle 310.000 Kolleginnen und Kollegen weltweit Zugang zum Social Intranet haben - auch über Smartphone und Tablet.

Um es zusammenzufassen: Die Bedürfnismuster unserer Kunden, unserer Bewerber und Mitarbeiter verändern sich - und zwar immer schneller. Dieser hohen Dynamik stellen wir uns.

Unsere Initiativen greifen in sämtlichen Geschäftsfeldern: Zur Mobilität 4.0, Logistik 4.0, Infrastruktur 4.0 und Arbeitswelten 4.0 habe ich Ihnen gerade Beispiele genannt. Weitere Beispiele finden Sie in der neuen Ausgabe unserer Kundenzeitschrift „DB mobil“ mit dem Schwerpunktthema Digitalisierung. Doch auch das sind letztlich nur Auszüge!

In der Logistik 4.0 geht es beispielsweise nicht nur um intelligente Loks und Güterwagen. Es geht auch um neue Geschäftsmodelle, zum Beispiel im Zusammenhang mit dem 3D-Druck.

Oder nehmen Sie die Initiative IT 4.0, in der die IT-seitigen Voraussetzungen für alle neuen Kundenanforderungen erforscht werden. Die Herausforderung von Big Data ist auch bei der Deutschen Bahn: Wie generieren wir aus der wachsenden Datenmenge smarte, einfache Lösungen für unsere Kunden und Mitarbeiter?

Oder Produktion 4.0: Hier geht es vor allem um den Betrieb, die Disposition und die Instandhaltung von Fahrzeugen.

Was deutlich wird: Die Digitalisierung bei der Deutschen Bahn ist weit mehr als die Entwicklung neuer Apps. Der digitale Wandel ist eine Angelegenheit des gesamten Unternehmens - und auch mir als Vorstandsvorsitzender ein persönliches Anliegen. Direkt bei mir ist deshalb auch ein zentrales „Competence Center Digitalisierung“ angesiedelt.

Im Rahmen unserer 4.0-Initiativen investieren wir allein in diesem Jahr einen höheren zweistelligen Millionenbetrag. Unser Ansporn für das 4.0-Zeitalter ist, für jeden Kunden zu jeder Zeit das passende Angebot bereitzuhalten. In Sachen Mobilität genauso wie im Transport- und Logistikbereich. Dazu werden wir die Digitalisierung unserer Produkte und Prozesse konsequent vorantreiben.

Einige wichtige Etappenziele haben wir bereits erreicht. Und doch liegt die größte Wegstrecke noch vor uns.

Nach wie vor gilt: Wir wollen in erster Linie unser Brot- und Buttergeschäft voranbringen. Und eines dürfen wir nicht vergessen: Die digitale Kompetenz ersetzt nicht die operative Exzellenz. Doch gerade bei der Eisenbahn in Deutschland kann und wird uns die Digitalisierung behilflich sein, besser zu werden. Ob bei der Pünktlichkeit oder bei der Reisendeninformation.

Wir sind hoch motiviert und es freut mich persönlich, zu spüren, dass die Digitalisierung auch innerhalb unserer Mannschaft Begeisterung auslöst und neue Ideen zu Tage fördert. Mit dem digitalen Wandel geht unverkennbar ein Kulturwandel einher. Mit unseren Labs und neuen Forschungsk Kooperationen - aber auch mit effizienteren Organisationsstrukturen - stehen die Zeichen auf Innovation und Wachstum.

Abschließend richte ich ein herzliches Dankeschön an Sie, Herr Minister Dobrindt. Ihr Engagement für den Netzausbau und die Förderung digitaler Technologien verleihen auch uns Rückenwind für den digitalen Wandel bei der Deutschen Bahn.

Die Mobilität 4.0 zu verwirklichen - das verstehen wir als Gemeinschaftsaufgabe.

Und den größten Erfolg werden wir weiterhin dann erzielen, wenn wir diese Aufgabe gemeinsam anpacken. Darauf freuen wir uns.

Meine Damen und Herren, wir stehen Ihnen jetzt für Ihre Fragen und weitere Hintergründe gern zur Verfügung.

Vielen Dank.