

Digitalisierung

Gründerzeit bei der DB: Hoher Freiheitsgrad im Großkonzern

Manuel Gerres, Leiter Neue digitale Geschäftsmodelle und Geschäftsführer, Deutsche Bahn Digital Ventures GmbH, Berlin

Die Bandbreite der digitalen Zukunftsfelder, die der DB-Konzern derzeit angeht, reicht von digitalen Kundenplattformen über Arbeit 4.0 bis hin zum autonomen Fahren auf der Straße. Innovative digitale Technologien von Start-ups spielen in allen Zukunftsfeldern eine wichtige Rolle. Daher arbeitet die Deutsche Bahn schon seit 2015 intensiv mit Jungunternehmen zusammen und hat 2016 mit Gründung der DB Digital Ventures ein organisatorisches Dach für die systematische Beteiligung an Start-ups geschaffen.





Foto: DB AG/Max Power

Im Programm „Beyond1435“ entwickeln Start-ups Lösungen für die smarte Stadt von morgen

2016 startete die Deutsche Bahn das Qualitätsprogramm „Zukunft Bahn“ für mehr Qualität, Pünktlichkeit und Kundenorientierung. Ihre Kunden will die DB mit Sauberkeit und Komfort in den Bahnhöfen, pünktlicheren Zügen, zuverlässiger Kundeninformation und komfortablen Fahrzeugen als sympathischer Dienstleister überzeugen. Digitale Technologien spielen dabei eine Schlüsselrolle und ermöglichen neue Angebote für die Kunden, die das Kerngeschäft ergänzen und die Schiene mit anderen Mobilitätsformen vernetzen.

Die DB treibt die Digitalisierung im Wesentlichen in drei Feldern voran:

- An der Kundenschnittstelle, über Apps und andere digitale Plattformen. Der Zugang zu Angeboten soll für Kunden so einfach und bequem wie möglich gemacht werden. Ziel ist es, alle Wege von A nach B digital darzustellen, um jedem Kunden die passende Lösung zu bieten – sowohl Pendlern, Geschäfts- und Urlaubsreisenden als auch Industriekunden für den Transport ihrer Güter. Zentral ist dabei der Ansatz,

Kunden nicht nur einmalig zu informieren, sondern sie dynamisch auf ihrer Reise oder dem Transportweg zu begleiten.

- Zweitens werden betriebliche und administrative Prozesse digitalisiert, um Abläufe schneller, verlässlicher und die Produkte der DB damit noch kundenfreundlicher zu machen.
- Das dritte Feld ist die Entwicklung neuer datenbasierter Geschäftsmodelle gemeinsam mit externen und internen Start-ups.

Startups systematisch fördern und einbinden

Die großen Chancen der Digitalisierung sieht die DB gerade darin, die Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel voranzutreiben und Kunden auf ihren täglichen Wegen weitergehende Services anzubieten. Dafür schafft die Deutsche Bahn Digital

Ventures GmbH die Voraussetzungen. Die Aufgabe der erst im November 2016 gegründeten Gesellschaft ist die systematische Förderung und Beteiligung an Start-ups. Für die DB ist dies ein strategischer Schritt, um neben der Digitalisierung des Kerngeschäfts – der Eisenbahn – noch stärker in neue digitale Geschäftsmodelle im Kontext von Mobilität und Logistik zu investieren. Die Gesellschaft soll Start-up-Kooperationen weiter intensivieren und Unternehmensbeteiligungen vereinfachen. Dafür steht bis 2019 zusätzlich Wagniskapital in Höhe von rund 100 Millionen Euro zur Verfügung.

Zum externen Portfolio der neuen Gesellschaft gehören bereits der grüne Mitfahrdienst „CleverShuttle“ und die verkehrsmittelübergreifende Vergleichsplattform „Qixxit“. Seit April beteiligt sich die DB auch am Londoner Start-up „what3words“, einem neuartigen Ortungssystem, das die Welt in 3 x 3 Meter-Quadrate aufteilt und einmalige Drei-Wörter-Adressen zuordnet. Im Juli kam die Beteiligung an „Connected Signals“ hinzu, einem Start-up für smarte Ampelsteuerungen. Auch das Unternehmertum im eigenen Haus, das Intrapreneurship, soll künftig noch stärker gefördert werden. Mitarbeiter erhalten ab Herbst 2017 die Möglichkeit, ihre eigenen Geschäftsideen unter idealen Rahmenbedingungen zu verwirklichen.

Daten, Kunden, Marktzugang: Vorteile für Gründer

Fern- und Nahverkehr auf Schiene und Straße, Car- und Bike-Sharing – diese Bandbreite an Mobilitätsangeboten vereint in Deutschland nur die Deutsche Bahn unter einem Dach. Entsprechend vielseitig sind die Anknüpfungspunkte für Start-ups. Und es gibt noch drei weitere Vorteile, die die DB für Start-ups so reizvoll macht:

- Der riesige Datenschatz rund um die größte Eisenbahninfrastruktur Europas: Bereits 35 Millionen Daten sind über das Open-Data-Portal öffentlich nutzbar und bieten für Entwickler und Gründer ungeahnte Möglichkeiten, etwa zur Anwendungsentwicklung.
- Millionenfache Kundenkontakte Tag für Tag: Allein in Deutschland befördert die DB rund 7,5 Millionen Reisende pro Tag allein in ihren Zügen und Bussen. Nicht zu vergessen die Kundenkontakte an Bahnhöfen oder über das Carsharing- und Mietfahrradsystem.
- Das Netzwerk, Know-how und die Erfahrung, um Gründern den Zugang zur Branche zu erleichtern.

Kurzum: Daten, Kunden, Marktzugang – bei der DB finden Start-ups ideale Bedingungen, um Prototypen auf Herz und Nieren zu prüfen und Geschäftsmodelle zum Fliegen zu bringen.

Zusammenarbeit ist keine Einbahnstraße

Die Zusammenarbeit mit Start-ups ist keine Einbahnstraße. Die DB profitiert gleichermaßen von innovativen, agilen Arbeitsmethoden, neuen Unternehmenswerten und -kultur, die über die Start-up-Zusammenarbeit ein Einfallstor in den DB-Konzern bekommen. Das ist umso wichtiger, als dass sich die Anforderungen der

Kunden immer schneller verändern. Bei der Zusammenarbeit mit Start-ups geht es daher nicht zuletzt auch darum, Trends zu erkennen, Technologien frühzeitig zu testen und einzusetzen sowie bei geteiltem Risiko neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Mit der DB mindbox, dem Coworking-Space der DB in Berlin, wurde ein zentraler Ort für die Zusammenarbeit mit externen Innovatoren geschaffen, der die nötigen Freiheiten bietet. Seit 2015 betreibt die DB dort das unternehmenseigene Start-up-Förderprogramm, den DB Accelerator. Nach bislang vier Förderungen mit Fokus auf Qualitätsverbesserungen im Kerngeschäft besteht Kontakt zu über 400 Startups.

BEYOND1435: Von Berlin nach Kalifornien

Mit „Plug and Play“, einer der weltweit größten Innovationsplattformen für Start-up-Kooperationen, als neuem Partner, hat die DB in diesem Jahr mit BEYOND1435 ein weiteres Start-up-Programm initiiert, um neue digitale Geschäftsmodelle im Mobilitätssektor zu fördern und über den Schienenverkehr hinausgehende, ergänzende Angebote für die Kunden der DB zu entwickeln. In der ersten Förderrunde standen Smart City Tech-Lösungen im Fokus, die sich etwa mit integrierten Mobilitätsangeboten oder der veränderten Nutzung von Bahnhöfen und Mobilitätszentren beschäftigen.

Mit dem Start-up Holoplot arbeitet die DB auch nach der dreimonatigen Förderung weiter zusammen



Foto: DB AG/Pablo Castagnola

Grüne Wände, autonome Fahrzeuge und klare Ansagen

Wie Start-ups das Reisen mit der DB angenehmer gestalten



Bessere Luft: Citytree von Greencity Solutions

Für Bäume ist in den wenigsten Bahnhöfen Platz. Für den Citytree des Start-ups Greencity Solutions dagegen schon. Denn die Mooswand hat nur drei Quadratmeter Grundfläche, reinigt aber die gleiche Menge Luft wie 275 urbane Bäume. Die vertikale Grünanlage ist autark und um sie aufzustellen, sind keine Bauarbeiten nötig. Nun will die Deutsche Bahn den Citytree in Bahnhöfen einsetzen, um Wartebereiche angenehmer, grüner und schöner zu gestalten.

► greencitysolutions.de



Selbstfahrende Busse: Prototyp von Local Motors

Autonome Fahrzeuge werden den Mobilitätsmarkt revolutionieren. Davon ist die Deutsche Bahn überzeugt. Auf dem Gelände des EUREF-Campus in Berlin hat sie bereits einen autonomen Buslinienbetrieb mit dem Prototyp des Start-ups Local Motors erprobt. Ein zweiter Test wurde in Leipzig mit einem Fahrzeug von Easymile durchgeführt. Noch in diesem Jahr wird der erste autonom fahrende Bus in Deutschland auf einer öffentlichen Straße ins Rollen gebracht. So werden Fahrzeugtechnik und Betrieb unter möglichst realen Bedingungen getestet.

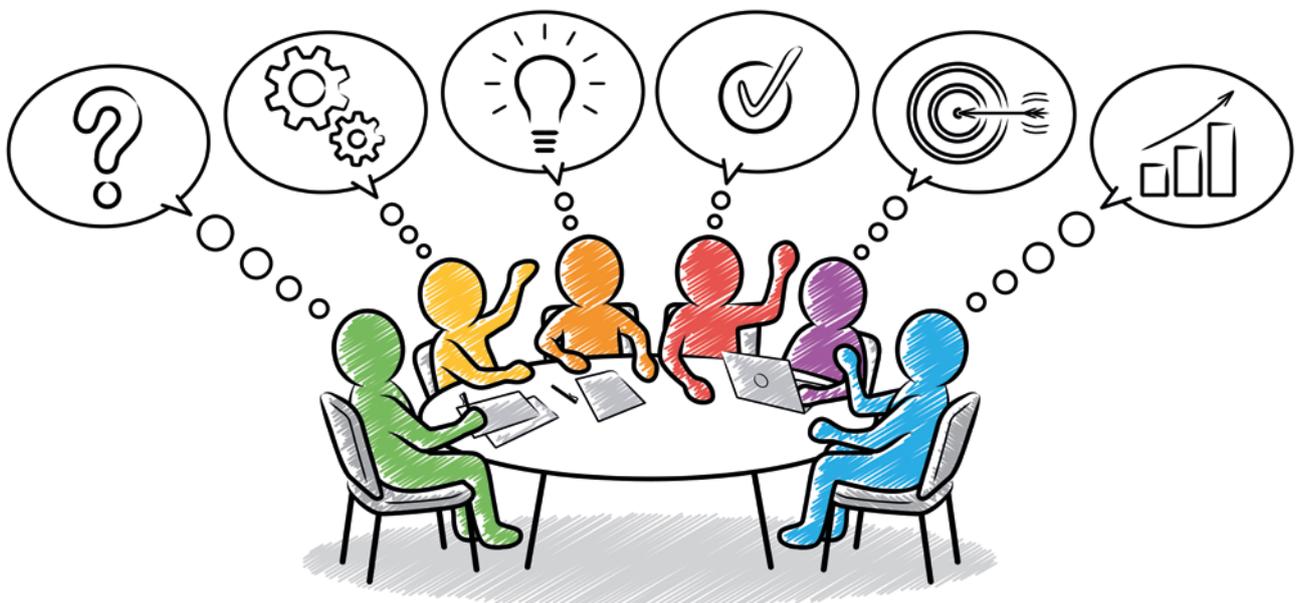
► localmotors.com, easymile.com



Verständliche Ansagen: Audiotechnik von Holoplot

Das ist vielen Reisenden schon passiert: Sie stehen am Bahnhof, ein Zug fährt ein, von der Ansage hört man nichts. Das Potsdamer Start-up Holoplot hat ein 3D-Audio-System entwickelt, das Schallwellen gezielt auf beliebige Punkte im Raum fokussiert. „Damit lassen sich Bahnsteigansagen in Bahnhöfen verständlicher machen“, sagt Roman Sick, Geschäftsführer von Holoplot. „Reisende hören so, je nach Standort, klar und deutlich die für sie relevanten Informationen.“

► holoplot.com





In Berlin testet die DB einen autonomen Buslinienbetrieb mit dem Prototyp des Start-ups Local Motors

Das neue, gemeinsame Förderprogramm bündelt die Attraktivität beider Unternehmen: Start-ups erhalten sowohl Zugang zu der Datenvielfalt, dem Netzwerk und der Kundenreichweite der Deutschen Bahn als auch zur Expertise und den Ressourcen von Plug and Play. Dazu zählt vor allem eines der größten globalen Gründer- und Investoren-Netzwerke. Geplant sind außerdem gemeinsame Arbeitsplätze in Berlin und im kalifornischen Sunnyvale, Workshops, Coaching-Programme und die Teilnahme an Start-up-Events im Silicon Valley. Zusätzlich wird die DB „Anchor Partner“ im „Plug and Play Mobility Program“ in den USA. Über diesen „Branchen-Accelerator“ mit Vertretern wie Daimler, dem Pariser U-Bahn Betreiber RATP oder Michelin erreicht die DB weltweit Start-ups, die sich mit Mobilität beschäftigen.

Mit den Start-up-Förderprogrammen wird zum einen an Verbesserungen im Kerngeschäft gearbeitet, zum anderen werden neue Geschäftsmodelle und Angebote abseits der Schiene realisiert. In beiden Fällen erhalten Jungunternehmer drei Monate Zeit, ein marktfähiges Produkt für Kunden der DB zu entwickeln. Dafür werden sie mit Workshops, Mentoren, Arbeitsplätzen in der DB mindbox und 25.000 Euro Startgeld unterstützt. Die DB mindbox bietet dafür den richtigen Nährboden: hohe Freiheitsgrade, ein attraktives Netzwerk und einfache Finanzierungsmöglichkeiten. Start-ups erhalten passgenaue Unterstützung, damit sie rasch Prototypen sowie markt- und serienreife Produkte entwickeln können. Mit etwa 30 Start-ups werden bereits konkrete Produkte eingeleitet oder zur Markt- bzw. Serienreife entwickelt.

Vielfältig wie die Bahn

Die Entwicklungen der geförderten Jungunternehmen sind so vielfältig wie die Bahn: Das Portfolio reicht von Sensoren für

Weichen (KONUX) und Aufzüge (Dynamic Components) für mehr Qualität, über Leuchtbeton (SIUT) und Lautsprecher (Holoplot) für bessere Kundeninformation, mobiles Ticketing (MotionTag) sowie Reisen ins Grüne (naturtrip) und e-Roller (emmy) aus dem Bereich Mobilität bis hin zu noch weitgehend neuen Themen wie intelligenten Schnittstellen für unsere Systeme und Kunden (Xapix) sowie Drohnen (Airmada). ■

Mehr Infos im Netz

www.deutschebahn.com/digitalisierung

www.beyond1435.com

www.dbmindbox.de

www.deutschebahnventures.de

Lesen Sie auch:

Die Berufsbilder Data Scientist und Data Engineer

Deine Bahn 3/2017, ab S. 36

Von offenen Daten zu offenen Schnittstellen

Deine Bahn 3/2017, ab S. 24

Big-Data-Strategie für den Schienengüterverkehr

Deine Bahn 8/2016, ab S. 40