

Presseinformation

ÖBB starten kundenzentrierte Innovations-Offensive

- **Eröffnung des ÖBB Open Innovation Lab & Service Design Center**
- **Ab Mai 2016: Open Innovation Challenge für Kunden und kreative Köpfe**

(Wien, 13.04.2016) - In der Unternehmenszentrale der ÖBB am Hauptbahnhof Wien fand am Montag die Eröffnung und Vorstellung des neuen Open Innovation Labs im ebenfalls neuen Service Design Center statt. Auf 220 m² bietet der offen und kreativ gestaltete Raum zahlreiche Möglichkeiten, um Mitarbeiter und Führungskräfte der ÖBB durch neue, agile Methoden bei Innovationsprojekten zu unterstützen.

Um die ambitionierten Marktziele aus dem Strategieprogramm FOKUS2020 zu erreichen, braucht es neue Wege und Initiativen, um kundenzentrierte Innovationen konsequent voranzutreiben. Das neue Open Innovation Lab der ÖBB agiert dabei als konzernübergreifende Plattform für die rund 1500 Ideen und Initiativen, die jährlich im Gesamtkonzern entstehen, oftmals aber in den Prozessen und Strukturen stecken zu bleiben drohen. Nun sollen zukunfts- und marktorientierte Impulse für die Unternehmens- und Managementkultur gesetzt, laufende Initiativen auf ihre Kundenwirkung gescreent und neue Ideen gefördert und entwickelt werden. Vorhandene Kompetenzen und Erfahrungen der Mitarbeiter werden durch Kreativmethoden verstärkt. Ein zentrales Ziel ist, Marktinnovationen schneller zum Kunden zu bringen dabei gleichzeitig die Organisationsperformance im Konzern zu steigern.

Mit Service Design Thinking schneller beim Kunden

Um Kunden-Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen, nutzen die ÖBB Service Design Thinking: Eine moderne Methode um Services aus Konsumentenperspektive nützlich, nutzbar und begehrenswert zu machen und aus Anbieterperspektive Wert und Differenzierung zu schaffen. Dazu zählen die Gestaltung von Mobilitätserlebnissen, Produktentwicklung und Perfektionierung der Dienstleistungskette, Markenentwicklung und Markenführung und auch der Bereich der digitalen Transformation der Mobilität – im Web, sozial, mobil und lokal. Im Vordergrund steht schnelles, agiles und unkompliziertes Denken, Entwerfen und Experimentieren mit innovativen Ideen bis hin zum Gestalten von Prototypen um Services, Produkte und Dienstleistungen rasch und ohne große Kosten auf ihre Marktfähigkeit zu testen. Experimente und ihr mögliches Scheitern zuzulassen. Probieren und Testen, eine radikale Kundenperspektive einzunehmen: All das soll nun gezielt aktiviert und gefördert werden.

Internes und externes Wissen kreativ vernetzt

Open Innovation verbindet alle wesentlichen Faktoren für erfolgreiche Innovationsprozesse: Gemeinsam soll Raum für neue Ideen gewonnen werden, um möglichst rasch Marktreife für neue Produkte und Services zu erreichen. Gearbeitet wird mit den Tools „Service Design“ und „Design Thinking“ um konzernübergreifend neue, unkonventionelle Lösungen für Kunden zu entwickeln. Internes Wissen aus unterschiedlichen Abteilungen, Fachdisziplinen und Projekten fließt genauso ein wie externe Impulse von Kunden, Partnern und Wissenschaft. In Kombination mit der kreativitätsfördernden Ausstattung des Service Design Center und der Methodenkompetenz von 60 ausgebildeten Inhouse-Service Designern schaffen die ÖBB die Basis für zukünftige Innovationen.



Mobilität von morgen mitgestalten: Open Innovation Challenge

Ab Mai wird auf der neuen digitalen Plattform www.openinnovation.oebb.at zu einem offenen Innovationsbewerb aufgerufen. Kunden, Partner, Start-ups, Universitäten und FHs bringen auf der Open Innovation Plattform eigene innovative Ideen ein, diskutieren sie in der Community und entwickeln sie gemeinsam weiter. In iterativen Schritten werden die besten Ideen über Prototyping und Tests in konkrete Produkte und Services umgesetzt. So werden externe Impulse und Know-how von Anfang an mit internem Expertenwissen vernetzt: für präzisere, schnellere und kundenwirksame Innovationen.

Das Drei-Phasen Modell des Innovationsprozess

Von der Idee bis zur Umsetzung sind es drei wesentliche Phasen. In der „*Exploration*“, wird daran gearbeitet, in die Welt und Ansprüche des Kunden einzutauchen. Beobachten, erforschen und verstehen der Bedürfnisse und Wünsche des Kunden stehen hier im Vordergrund. Bei der „*Kreation*“ geht es darum, Informationen zu sammeln, Zukunftsentwürfe und Lösungsmöglichkeiten entstehen zu lassen - alles unter dem Motto „Geht nicht, gibt es nicht“ - um auch für scheinbar unlösbare Herausforderungen mit neuem Denken, Maßnahmen zu kreieren. Die dritte und finale Phase vor der Implementierung ist das „*Testen*“. Die Idee wird zum erlebbaren und angreifbaren Prototyp, der durch Ausprobieren und Verbessern im Reality-Check beim Kunden perfektioniert wird.

Open Innovation Services

Das Open Innovation Lab bietet sowohl Mitarbeitern als auch externen Interessierten die Möglichkeit kreativer Prozessbegleitung. In Innovationsworkshops werden neue Ideentechniken vermittelt, darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Service Designer „zu buchen“ und mit Co-Creation markt- und kundenrelevante Lösungsansätze zu erarbeiten.

ÖBB: Österreichs größter Mobilitätsdienstleister

Als umfassender Mobilitätsdienstleister bringt der ÖBB-Konzern jährlich 466 Mio. Fahrgäste und 111,7 Mio. Tonnen Güter umweltfreundlich ans Ziel. 92 Prozent des Bahnstroms stammen aus erneuerbaren Energieträgern, zu 90 Prozent aus Wasserkraft. Die ÖBB gehörten 2015 mit 96,3 Prozent Pünktlichkeit zu den pünktlichsten Bahnen Europas. Konzernweit sorgen 39.481 MitarbeiterInnen bei Bahn und Bus (zusätzlich 1.724 Lehrlinge) dafür, dass täglich rund 1,3 Mio. Reisende sicher an ihr Ziel kommen. Strategische Leitgesellschaft des Konzerns ist die ÖBB-Holding AG.

Rückfragehinweis:

Sonja Horner

Leitung Externe Kommunikation | Pressesprecherin

Konzernkommunikation und Public Affairs

ÖBB-Holding AG

1100 Wien, Am Hauptbahnhof 2

4. Stock

Telefon 01/9300044277

sonja.horner@oebb.at