

WTT  
YOUNG  
LEADER  
AWARD  
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



## Praxisprojekt Managementkonzeption für die Schweizerischen Bundesbahnen SBB

**Projektteam (v. l. n. r.) hinten** Marco Langenberger, Horn; Patrick Sigg, Teufen; Dominic Sieber, Widnau,  
Projektleiter; **vorne** David Severini, Amriswil; Jeremy Knöpfel, Roggwil; Giacomo Büttler, Wittenbach

# MaaS – Digitale Evolution des Verkehrs

Der Schweizer Mobilitätsmarkt befindet sich im Wandel. Mit der Digitalisierung rücken Trends wie Sharing Economy oder Servitization ins Bewusstsein der Konsumierenden. Mobility-as-a-Service soll die Kundenbedürfnisse bedienen.

## Methodik

Um den neuen Bedürfnissen im Personenverkehr zu entsprechen, möchte die SBB eine Mobilitätsplattform aufbauen, die verschiedene Mobilitätsdienstleistungen integriert. Mittels Expertenbefragungen und Interviews mit möglichen Partnern, versuchte die Projektgruppe den Reifegrad des Schweizer Marktes für eine Mobility-as-a-Service Lösung zu bestimmen. Zusätzlich modellierte die Projektgruppe verschiedene Anwendungsfälle, die aufzeigen, wie Kunden die Plattform verwenden und welcher Datenaustausch zwischen der SBB und möglichen Partnern stattfinden muss.

## Ergebnisse

Als Mobility-as-a-Service gilt, wenn bei der Integration eines Servicedienstes mindestens die Integrationsstufe zwei, d. h. das Suchen, Buchen, und Bezahlen der Dienstleistung erreicht wird. Die Projektgruppe hat eine Liste mit 22 möglichen Partnern erstellt, die sich für eine Integration anbieten. Drei Gespräche haben gezeigt, dass Interesse an einer Partner-

schaft mit der SBB vorhanden ist und die Unternehmen bereit sind, ihre eigene Marke dafür zu reduzieren.

Um für Kunden einen effektiven Mehrwert zu generieren, muss eine höchstmögliche Integrationsstufe angestrebt werden. Daher empfiehlt die Projektgruppe zuerst Aggregatoren von Dienstleistungen anzubinden, um mit geringem Aufwand möglichst viele Dienstleistungsanbieter integrieren zu können.

Für einen strukturierten Ablauf des Anbindungsprozesses hat die Projektgruppe potenzielle Partner in drei Cluster unterteilt und dazugehörige Datenflussprozesse modelliert.

[www.fhsg.ch/praxisprojekte](http://www.fhsg.ch/praxisprojekte)

## Schweizerische Bundesbahnen SBB

Die Schweizerischen Bundesbahnen SBB unterhalten die Infrastruktur für den Personen- und Güterverkehr und bringen täglich mehr als 1.26 Mio. Menschen und 210 000 Tonnen Güter von A nach B. Über 26 Prozent aller Tickets werden heute bereits über die Mobile App abgesetzt, und der Trend zu elektronischen Tickets setzt sich fort. Das Hauptproblem der SBB ist die stark wechselhafte Auslastung des Personenverkehrs zwischen Rand- und Spitzenzeiten.

## Kundschaft

Schweizerische Bundesbahnen SBB, Bern  
 Markus Basler, Director Digital Business  
[www.sbb.ch](http://www.sbb.ch)



Für uns war die Aussen-sicht, die das Studierendenteam einbrachte sowie die Erkenntnisse aus den Interviews mit potentiellen Partnern sehr wertvoll. Die Arbeit ergänzt unsere internen Studien in idealer Weise. Wir werden die Ergebnisse direkt in unsere weitere Entwicklungsarbeit einfließen lassen können.

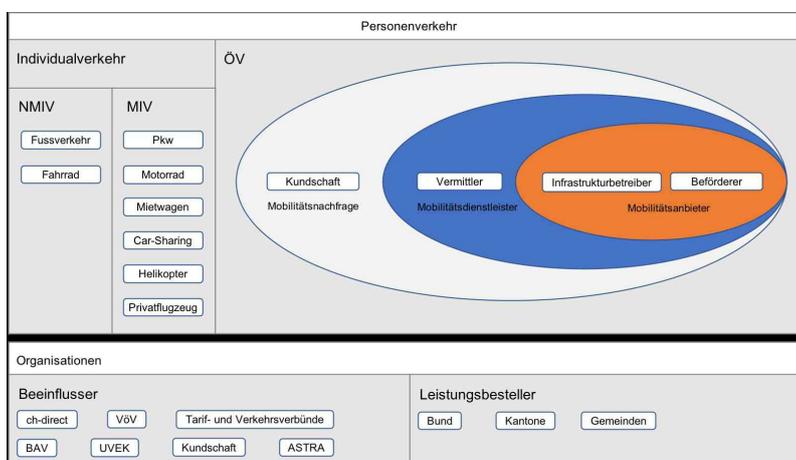
## Coach

FHS St.Gallen

Dr. Hans-Dieter Zimmermann



Das Projektteam hatte die herausfordernde Aufgabe, die definierten Zielsetzungen in einem sich rasant wandelnden Markt für Mobilitätsdienstleistungen zu erreichen. Auf Basis einer ausführlichen Situationsanalyse hat das Team potentielle Drittanbieter für innovative, multimodale Mobilitätsdienstleistungen identifiziert und analysiert. Das Anbindungskonzept zeigt zentrale Aspekte zur Integration der Komplemente auf.



Der Schweizer Mobilitätsmarkt  
 Quelle: eigene Darstellung