

## **Aufgabenstellung für den DB Award Mobilität der Zukunft in Zusammenarbeit mit dem BIG DATA LAB der Goethe-Universität Frankfurt**

Die Gestaltung der Mobilität ist einer der zentralen Megatrends für das Leben in unserer Zukunft. Die Deutsche Bahn AG ist einer der großen Player auf diesem Markt und sie versteht sich als umfassender Mobilitätsanbieter sowohl was den Transport von Personen und Güter betrifft als auch welches Transportmittel genutzt werden kann.

Im Zusammenhang mit dem Personentransport wird die emotionale Aufladung des Reiseerlebnisses ein wesentlicher, zukünftiger Bestandteil zur Gestaltung des Reisens sein. Um dies zu erreichen sind die folgende Aspekte des Reisens von entscheidender Bedeutung:

1. Das Reiseerlebnis soll eine **Vereinfachung** erfahren, um mit Hilfe von „Transparenz“ und durch nahtlose Verknüpfungen von Reisemittel bis hin zum „Tür zu Tür-Service“ neue Formen des Reisens zu erschaffen;
2. Das Reiseerlebnis soll um Aspekte des Wohlfühlens und des Begleitens der Reise für den Kunden deutlich **entspannter** erfahren werden;
3. Das Reiseerlebnis soll mit Elementen für eine bessere Nutzung der Reisezeit („Ich-Zeit“) **angereichert** und **bereichert** werden und
4. Die Reise soll durch erhöhte Personalisierungen im Reiseerlebnis vom Kunden als **persönlicher** empfunden werden.

Im Rahmen eines Preiswettbewerbs sollen Studierende des BIG DATA LABs auf der Grundlage der Reisendeninformationen der Deutschen Bahn AG Lösungen für das Reisen der Zukunft erarbeiten.

## **Details of the DB Award „Mobility of the future“ in collaboration with the the BIG DATA LAB of the Goethe-Universität Frankfurt**

The management of mobility will be one of the central megatrends for future life. The „Deutsche Bahn AG“ is one of the biggest player on this market and its understanding of being a comprehensive supplier of mobility services implies issues such as the transport of persons and cargo as well as the offering of means of transportation.

In the area of passenger transportation an emotional uplifting of the travel experience will be an important ingredient of the future travel experience.

To reach in this sense a customer satisfaction the following aspects of traveling will become of crucial importance:

1. The travel experience must be easy and comfortable for the passengers.  
Due to a high „transparency“ and a seamless combination of means of transport and as a final goal the establishment of „door-to-door“ services could create new possibilities of travelling;
2. The passenger should experience the travel much more relaxed by preparing him with passenger information of higher quality and accuracy;
3. The passenger should get an enrichment of his travel time by offering opportunities to use this time for personal gain and
4. the travel must be experienced by the passenger more personally by increasing the standard of personalization of the whole travel.

On the basis of the passenger information system of Deutsche BAHN AG, students of the BIG DATA LAB should create ideas and patterns of practical solutions that accomplish the above described solution dimensions.