

Deutsche Bahn setzt auf Ideen von Start-Ups und Studenten

Innovation Challenge soll neue Lösungen für komplexe Innovationsfelder des Konzerns hervorbringen

03 NOVEMBER 2015

ZUSAMMEN-FASSUNG

Berlin, 3. November 2015 - Mit einer eigenen Idee die Bahnwelt revolutionieren und 50.000€ Preisgeld kassieren - diese Möglichkeit haben Start-Ups und Studenten bei der Innovation Challenge der Deutschen Bahn AG. Vorschläge zu sechs ausgeschriebenen Themenbereichen können auf der Open-Innovation-Plattform MovingIDEAS noch bis zum 30. November 2015 eingereicht werden: <https://moving-ideas.net> Die Deutsche Bahn folgt damit einem globalen Trend, mit Start-Ups und Universitäten zusammen zu arbeiten und frische Ideen außerhalb der Konzernstrukturen zu entwickeln.

Ablauf der Innovation Challenge:

Nach einer ersten Vorauswahl der Bewerber folgt eine praxisnahe Konzeptentwicklung, sowie die Erarbeitung von Prototypen und Business Cases in enger Zusammenarbeit mit Experten der Deutschen Bahn. Schon während der Entwicklungsphase erhalten die Teilnehmer finanzielle Unterstützung von bis zu 20.000€.

Die Gewinner in den Kategorien Großunternehmen & Mittelstand, Kleinunternehmen & Start-Ups sowie Wissenschaft werden auf der InnoTrans Messe 2016 ausgezeichnet. Dort haben sie die Möglichkeit ihre Ideen einem breiten Fachpublikum vorzustellen. Alle Gewinner erhalten neben einem Preisgeld in Höhe von 50.000€, intensiven Austausch mit den relevanten Fachbereichen des DB Konzerns, sowie ein wertvolles Netzwerk aus Industrie, Wissenschaft und Start-Ups der Logistik- und Mobilitätsbranche.

Gesucht werden Ideen für sechs Innovationsfelder:

Konkret sucht die Deutsche Bahn innovative Ideen für sechs Felder, die für die Zukunft von Mobilität und Logistik der Bahn von besonderer Bedeutung sein werden:

1. Optimierung der Oberflächenbeschichtung und -reinigung der Züge

2. Zerstörungsfreie Prüfung von Faserverbundbauteilen
3. Digitalisierung von Personalplanung
4. Reduzierung von Wartungs- und Inspektionsaufwand an Bahnhöfen
5. „ECO-Tuning“ der Dieselloks (Rangier- und Streckenloks)
6. Nutzung von Laserpunktewolken zur Modellierung der Infrastruktur

Ausführliche Beschreibungen und Zusatzinformationen zu den Innovationsfeldern stehen auf der Website der Innovation Challenge bereit.

Zeitplan der Innovation Challenge:

1. Ideeneinreichung vom 01.07. – 30.11.15
2. Konzeptentwicklung vom 30.11.15 – 04.03.16
3. Prototyp, Business Case vom 05.03. – 24.06.16
4. InnoTrans 2016 vom 25.06. – 23.09.16

Über MovingIDEAS

Mobilität und Logistik beeinflusst das tägliche Leben und wird auch in Zukunft noch bedeutender werden. Um gemeinsam die Zukunft der Bahn gestalten zu können, stellt die Deutsche Bahn die Innovationsplattform MovingIDEAS zur Verfügung. Die Open-Innovation-Plattform steht allen offen und bietet die eine Community um kooperative Ideen zu diskutieren und zusammen weiterzuentwickeln. Die Innovationsplattform wurde 2013 mit dem European Rail Award ausgezeichnet.

Kontakt MovingIDEAS

+49 69 450098 111
movingideas@deutschebahn.com

Pressekontakt:

Marie-Luise Klose
marie.klose@rckt.com

RELEVANTE LINKS

 DB Innovation Challenge

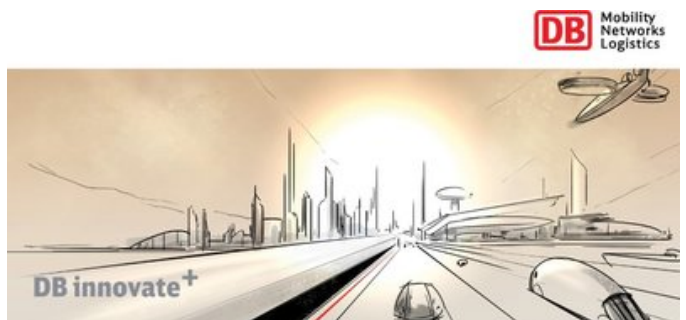
<https://moving-ideas.net/servlet/hype/IMT?userAction=BrowseCurrentUser&templateName=MenuItem&rkId=4ef8b40e9ca47ea819ca00ca4b590609>

 Teilnahmebedingungen

<https://moving-ideas.net/servlet/hype/IMT?userAction=BrowseCurrentUser&templateName=MenuItem&rkId=b5ace1676befa825a19c0248d1e497d3>

BILDER

MOVINGIDEAS *Bewegen Sie mit.*



ÜBER RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS

RCKT. is a full service communications agency from Berlin.

We believe in the power of communication and strong brands.

Our home is the vibrant tech and startup scene. As communications professionals we are united in our core beliefs:

We create compelling and entertaining content to deliver traction

We always listen to our clients, their customers and markets

We love the Internet and embrace technology

We share our passion and go the extra mile

We always stay calm and humble

We love freedom and allow to be different and brave

We keep our word and deliver what we promise

This is the ABC of communication.

Agenda

“PR is dead”. This statement makes our industry shiver. But not us. We have been watching closely as the global media landscapes develop and change. Rather than mourning traditional PR, we look forward to a vibrant future of living content that matches the pace of the digital age. It starts right now. We believe that there is and will be a dynamic range of public and media relations, consumer as well as business communications, digital content and offline activities, positioning of people and products, personally tailored stories and real-time interactions across a spectrum of channels and an increase of speed that shapes our agenda. We understand all these correlations and interdependencies. Better: We live, set and surf the agenda – anytime and anywhere.

Branding

A brand is more than the appearance of a company. It's the company's heart and soul. Through insightful crafting, a brand has the power to tap into the deepest aspirations of customers' hearts. We build brands from scratch. Starting with the company's vision and customer insights, we develop engaging brand personalities and lay the groundwork for a company's product and internal culture. Branding isn't about broadcasting a set of messages to the public but about joining a conversation and community. We tune into them and dig out real and relevant stories of high content-value. We believe a brand is the product of a thousand small gestures, which is why we accompany brands throughout their whole journey: from billboards to animations, from branded content to integrated digital campaigns; from young startups to market leaders – we shape brands that are there to stay. Together, we build long-term value for your company.

Content

We've learned a thing or two about proper content over the last few years: First, everyone wants content. Second, very few actually have good content. To produce great content, you have to be brave and be passionate about what you are doing. The days when we looked up to TV stations and editorial offices as the paragons of good content are

long gone. The leaders in relevant content are no longer a select few media players, but rather the masses of customers, users, and members of the digital community. A new generation of content creators from all around the globe has taken the place of the old guard. This talented group is creating outstanding content on a daily basis, whether it be more extensive pieces on blogs and YouTube vlogs or shorter work on Twitter or Vine. They inspire us to tell stories that are worth being told and shared with others. We believe in content that is fun, immersive and informative, and at the very least will simply put a smile on your face.

RCKT.

RCKT. Rocket Communications Pressemitteilungen