ÖBB-Personenverkehr-AG Fallstudie:

Mission:

* So viele Menschen wie möglich zum Umstieg auf Bahn und Bus bewegen.
* Klimafreundliche Mobilität und Transporte ermöglichen.
* Benützung soll einfach und bequem sein.

Vision:

Leitsatz: ÖBB. Heute. Für morgen. Für uns.

Makroumfeld:

Anspruchsgruppe/Zielgruppe (Fernverkehr): Familien mit kleinen Kindern, Bussinesreisende, Individualtouristen

Anspruchsgruppe/Zielgruppe (Nahverkehr): Pendler:innen, Tagestouristen, Arbeitnehmer:innen, Schüler:innen

Aufgabenumfeld (Fernverkehr): Bequeme Reisemöglichkeit, gute Anschlussverbindungen, ausgebaute Infrastruktur, Auslandswerbung

Aufgabenumfeld (Nahverkehr): angepasste Intervalle, größtmögliche Passagieranzahl, perfektes Zeitmanagement, Ermäßigungskarten

Umweltmanagement: 100 % Ökostrom aus erneuerbarer Energie, energieffizientes Fahren, Klimaschutzpläne, energiesparende Materialien/Umweltpläne

Stakeholder (Fernverkehr): Cargo-/Frachtunternehmen, Tourismusorganisationen, Konzerne (Bussinesmeeting), bundesweite Infrastruktur, andere Personenverkehrsunternehmen, Events

Stakeholder (Nahverkehr): Rushhour-Personenverkehr, Pendler:innen Transport, Tagestouristen, Lokale Events

Mikroumfeld:

Kunden (Fernverkehr): Touristen, Geschäftsreisende

Kunden (Nahverkehr): Pendler:innen, Schüler:innen, Verkehrsbenutzer:innen

Konkurrenten (Fernverkehr): Fluglinien, Reisebusunternehmen, Reiseunternehmen, Deutsche Bahn

Konkurrenten (Nahverkehr): Lokale Verkehrsanbieter

SWOT-Strategie: