



CONNECTED-CAR-GESCHÄFTSMODELLE – HERAUSFORDERN ODER HERAUSGEFORDERT WERDEN

Erfolgreiche Geschäftsmodelle rund um das Connected Car stellen den Benutzer und nicht das Fahrzeug in den Mittelpunkt. OEMs der Automobilindustrie brauchen dringend einleuchtende Antworten auf die damit verbundenen Fragen.

Je weiter sich der Markt des Connected Car entwickelt, desto stärker werden die in der Wertschöpfungskette beteiligten Unternehmen den Benutzer und nicht das Fahrzeug zum Zentrum ihrer Anstrengungen machen. Dieser benutzerorientierte Ansatz ist das, was B2C-Technologieunternehmen wie Apple so erfolgreich gemacht hat. Mit dem fortschreitenden Wandel der Fahrzeuge zu „Geräten auf Rädern“ müssen Automobilhersteller beginnen, wie diese Unternehmen zu denken.

Nach der Einführung des iPods von Apple im Jahr 2001 wurde schnell klar, dass der eigentliche Wert für den Nutzer nicht im Gerät, sondern im Service von iTunes lag. Mit der Zeit werden die gleichen Prinzipien für die Connected Cars gelten: Die Benutzer werden ein größeres Interesse daran haben, was sie in und mit dem Auto machen können, anstatt an dem Fahrzeug selbst. Doch die Neuorientierung der OEMs der Automobilindustrie hin zu Dienstleistern anstelle von Herstellern geht mit Herausforderungen in drei Dimensionen einher.

1. Agilität: Der Lebenszyklus eines modernen Autos von seinem Bau bis zu seiner Wiederverwertung entspricht etwa 15 Jahren. Die Entwicklung vor der Einführung dauert etwa fünf Jahre, was bedeutet, dass jedes neue Auto tatsächlich fünf Jahre alte Technologie enthält. Der Lebenszyklus von Dienstleistungen hingegen wird in Monaten und Wochen gemessen.

2. Komplexität: Der Fahrzeugbau ist besonders im Hinblick auf die Elektronik immer komplexer geworden; jedes Auto enthält Hunderte von Sensoren und zahlreiche Systeme zur Sammlung, Verwaltung und Übertragung von Daten. Ein noch breiteres Angebot an digitalen Diensten für den Kunden geht mit einem noch höheren Komplexitätsgrad einher.

3. Vielfalt: Obwohl sich der Wandel schnell vollzieht, so sind OEMs der Automobilindustrie in ihrem Herzen noch immer Technik- und Produktionsbetriebe. Sie verfügen intern einfach nicht über die nötige Tiefe und Breite an technischer Kompetenz, das Talent und die Infrastruktur, um ohne externe Unterstützung einen Erfolg aus allen Elementen, wie Infotainmentsystemen bis hin zu autonomen Fahrzeugen, zu machen.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass für ein erfolgreiches Modell eines Connected Car die richtigen Partnerschaften in der Wertschöpfungskette und vor allem in der IT erforderlich sind.

VMware ist in der einmaligen Position, OEMs der Automobilindustrie bei der Umsetzung ihrer Strategien zu helfen, beispielsweise durch eine flexible, agile und kundenorientierte Anwendungsentwicklung und die notwendige skalierbare Infrastrukturplattform, um ein breites Angebot neuer Services aufzubauen und zu unterstützen. Darüber hinaus besitzt VMware eine Plattform zur maßstabsgetreuen Analyse von Fahrzeugdaten in Echtzeit und es bietet Tools, mit denen Anbieter ihre Services und Fahrzeugproduktionsprozesse basierend auf prädiktiven Analysen anpassen können. Nicht zuletzt verfügt VMware auch über eine einmalige dynamische Computing-Infrastruktur in der Cloud, im Rechenzentrum und im Fahrzeug, um alle relevanten Systeme sicher und zuverlässig miteinander zu verbinden. Das bedeutet, dass VMware perfekt aufgestellt ist, um Automobilherstellern in dem sich rasch entwickelnden Zeitalter der Connected Cars und autonomen Fahrzeuge zum Erfolg zu verhelfen.



DER BENUTZER IST KÖNIG

Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung 2015 in Frankfurt beobachteten viele Journalisten, dass sich die an der Messe teilnehmenden OEMs der Automobilindustrie als Technologieunternehmen präsentierten, die eben Autos herstellen, anstelle von Herstellern, die ihre Fahrzeuge mit Technologie ausstatten. Auch wenn dies zwar noch nicht ganz der Realität entspricht, so ist es dennoch ein Wendepunkt in der Industrie. Es markiert eine beschleunigte Reise in eine Zukunft, in der Fahrzeuge zu einer mobilen und automatisierten Erweiterung des Lebens- und Arbeitsumfelds ihrer Benutzer werden.

Es kann zwar Jahrzehnte dauern, bis diese Vision den Massenmarkt erreicht hat, aber die ersten Schritte sind gesetzt. Viele Hersteller haben bereits Fahrzeuge im Angebot, die selbstständig einparken oder automatisch bremsen, um einen Unfall zu verhindern. Außerdem haben die meisten OEMs der Automobilindustrie und vielzählige Lieferanten längst umfassende Tests über Hunderte von Kilometern mit selbstfahrenden Fahrzeugen absolviert. Des Weiteren wächst die potenzielle Rentabilität der immer beliebter werdenden integrierten Online-Systeme. Dies bestätigt auch eine von McKinsey durchgeführte Umfrage, die ergab, dass sich der Anteil der Autokäufer, die bereit wären, für bessere Connectivity-Angebote die Automarke zu wechseln, von 20% im Jahr 2014 auf 37% im Jahr 2015 beinahe verdoppelt hat.* Dadurch erhöht sich der Druck auf die Marken, ihre Vision von vernetzten und automatisierten Fahrzeugen jenseits der Automobilmessen und Testprogramme auch in den Ausstellungsräumen zu verwirklichen.

Um Erfolg zu haben, müssen OEMs der Automobilindustrie ihren Fokus darauf legen, was der Benutzer tun möchte, anstatt darauf, was das Gerät (also das Fahrzeug) traditionell ermöglicht. Ein weiterer Schlüsselpunkt wird die Personalisierung sein. Heutzutage erfolgt die Fahrzeuganpassung hauptsächlich über Optionslisten und nachträglich erworbene Komponenten. In der Zukunft werden sich Mehrbenutzer-Fahrzeuge an Personen anpassen, indem die ihnen im Auto gebotenen softwarebasierten Services variieren, von

Unterhaltungsangeboten bis hin zu Informationen, Mobilität, Sicherheit und vielem mehr. Bei den aktuellen Neuwagenverkäufen sind Konnektivitätsoptionen nur ein weiteres Kästchen, das auf dem Bestellformular angekreuzt werden kann. In der Zukunft werden Anbieter Einnahmen durch einen kontinuierlichen Cross- und Up-Selling-Prozess während der Nutzungsdauer zahlreicher geteilter Fahrzeuge erzielen, unabhängig davon, wer der Eigentümer des Fahrzeugs ist. Das wird der einzige Weg sein, um den Kunden zu halten und den Marktanteil zu wahren und auszubauen.

Neben Backend-Infrastruktur und fahrzeugintegrierter Intelligenz bietet VMware auch die nötigen App-Entwicklungsplattformen und sichere Netzwerke, um eine kontinuierliche Sammlung, Übertragung und Analyse jener Daten zu gewährleisten, die für diese neue benutzer- und serviceorientierte Zukunft erforderlich sind.



* http://www.mercurynews.com/business/ci_28823019/connected-self-driving-cars-dominate-buzz-at-frankfurt

B2B-SERVICES - DIE VERSTECKTE CHANCE ZUM CONNECTED CAR

Viele Fahrzeughersteller haben sich bei ihren ersten Investitionen in die Connected Cars und das autonome Fahren auf B2B-Anwendungen und -Services konzentriert. Denn bislang konnten nur so Services angeboten werden, die Schlagzeilen machten. Auch wenn dem nicht die gleiche Aufmerksamkeit geschenkt wird, so ergeben sich für OEMs der Automobilindustrie durch den Verkauf ihrer Connected-Car-Daten an andere Unternehmen zweifelsohne neue Geschäftsmöglichkeiten. Doch trotz der unvermeidlichen Probleme in Zusammenhang mit der Datennutzung und dem Verbraucherschutz stehen die Unternehmen Schlange für die Fahrzeug- und Nutzerdaten, um damit neue Einkommensquellen zu generieren.

Verlässliche Partnerschaften mit unterschiedlichen Arten von Unternehmen werden unerlässlich sein. In den meisten Fällen ist dies wohl das Mindeste, da diese Partnerschaften bereits bestehen: Mietunternehmen, Franchise-Händler und Fuhrparkbesitzer sind nur einige wenige Beispiele. Bei anderen Partnerschaften hingegen kann es etwas länger dauern und es werden viele Testverfahren erforderlich sein, bis eine ertragbringende Formel gefunden wurde, die zum beiderseitigen Vorteil ist. Zu den bedeutendsten Möglichkeiten zählen:

Franchise-Händler: Connected-Car-Daten ermöglichen Händlern die Überwachung der Fahrzeugkomponenten, um potenzielle oder tatsächliche mechanische Probleme zu erkennen. Kunden, die Probleme lieber frühzeitig beheben, oder solchen, die ihre Investition maximal ausnutzen möchten (z. B. warten, bis die Profiltiefe beinahe rechtswidrig ist, bevor die Reifen gewechselt werden), können unterschiedliche Serviceklassen angeboten werden. Auch das Angebot regelmäßiger OTA-Software-Updates für das Navigationsgerät und andere integrierte Systeme wird immer attraktiver werden.

Unabhängige Reparatur- und Instandhaltungswerkstätten: Durch den erweiterten Zugang auf für die Instandhaltung relevante Daten für unabhängige Werkstätten könnten OEMs der Automobilindustrie beginnen, Markenbauteile direkt an kleinere Betriebe zu verkaufen, die andernfalls nicht direkt beim Hersteller einkaufen würden.



Versicherungsunternehmen: Versicherungsanbieter haben bereits damit begonnen, nutzungsbasierte Prämien anzubieten. Sie werden zunehmend an direktem Zugriff auf Fahrzeugdaten zur Risiko- und Prämienbewertung interessiert sein.

Werbefirmen: Werbefirmen könnten App- und Service-nutzungsdaten verwenden und mit Routeninformationen kombinieren, um basierend auf den Profilen der einzelnen Fahrer standortbasierte Werbung entweder an das Fahrzeug oder an Reklametafeln am Straßenrand zu senden.

Händler: Händlern würde die Fähigkeit, das Kaufverhalten mit spezifischen Fahrrouten oder Zielen zu verknüpfen, die Möglichkeit geben, E-Coupons an all jene Fahrzeuge in der Nähe eines bestimmten Geschäfts zu schicken.

Fuhrparkbesitzer: Fuhrparkbesitzer wie große Unternehmen oder Transportfirmen werden in der Lage sein, den Zustand des Fahrzeugs und Fahrmuster überwachen. Sie könnten auch Leistungsdaten verfolgen wie etwa die Lieferzeit, Treibstoffeffizienz und Emissionsziele.

Parkhäuser: Parkhäuser könnten Fahrzeugdaten nutzen, um die Fahrer in Echtzeit über freie Parkplätze zu informieren, die ihrem aktuellen Routenprofil entsprechend von Interesse sein könnten.

VMware besitzt die sicheren Netzwerk- und Cloud Computing-Technologien, um die Sammlung, Übertragung und Analyse von Daten zu ermöglichen, die alle diese Geschäftsmöglichkeiten Wirklichkeit werden lassen können. VMware setzt außerdem führende Containerisierungs- und Segmentierungstechnologien ein, damit OEMs der Automobilindustrie verschiedene Datentypen auf unterschiedliche Weise verarbeiten und somit deren Wert maximieren können, während sie gleichzeitig die Privatsphäre der Benutzer schützen und die Einhaltung der regulatorischen Anforderungen sicherstellen.

CONNECTED CAR BUSINESS BRIEF SERIES

In der VMware Connected Car Business Brief Series wird erklärt, wie VMware OEMs der Automobilindustrie beim Bau einer hoch skalierbaren und sicheren Infrastruktur für Connected Cars und fahrerlose Fahrzeuge unterstützt. In den Broschüren werden folgende Themen behandelt:

- 01 Vision:** Förderung neuer Geschäftsmodelle in der Automobilbranche durch einen sicheren und effizienten Austausch von Daten und Informationen zwischen Fahrzeugen, Benutzern und Anbietern über die Cloud.
- 02 Sicherheit:** Innovative segmentbasierte Sicherheitskonzepte in Rechenzentren, Head-Units und kabellosen Netzwerken, die Geschäftsrisiken minimieren und den Fahrer schützen.

03 Over-the-Air-Software: Sichere Erfassung, Analyse, Verwaltung und Übertragung von Echtzeitdaten, die über die Luftschnittstelle (Over-the-Air; OTA) zwischen Treibern, Head-Units und Anbietern übertragen werden.

04 Erfassung und Analyse von Daten: Optimale Nutzung der Daten des Connected Car durch das Software-Defined Datacenter, sichere öffentliche Cloud-Infrastrukturen, cloudbasiertes Datenmanagement und intelligente, fahrzeugintegrierte Device Agents.

05 Neue Geschäftsmodelle: Erschließung neuer Einkommensquellen durch Mehrfachnutzung von Daten, Fahrerlebnis on Demand, fahrerlose Transportservices und vieles mehr.



Ihr Ansprechpartner



Matthias Schorer

Senior Manager Advisory und Professional Services Development, CEMEA

Matthias Schorer leitet das VMware Accelerate Advisory Services Team in Mittel- und Osteuropa seit 2012. Er verfügt über umfangreiche Kenntnisse in den Bereichen IT-Architektur, Migration veralteter Systeme, Cloud Computing und Virtualisierung in verschiedenen Branchen mit einem besonderen Schwerpunkt in der Automobilbranche und Connected-Car-Innovationen.

mschorer@vmware.com

Tel. +49 89 / 3706 17108

Informationen zu VMware

VMware ist ein führender Anbieter im Bereich Cloud-Infrastrukturen und mobile Unternehmenslösungen. Unsere Lösungen basieren auf der branchenführenden Virtualisierungstechnologie von VMware und liefern ein brandneues IT-Modell, das sich durch einen reibungslosen und unmittelbaren Betrieb und eine verbesserte Sicherheit auszeichnet. Da Anwendungen schneller entwickelt, automatisch bereitgestellt und sicherer genutzt werden können, lassen sich Innovationen innerhalb kürzester Zeit umsetzen. VMware verfügt über mehr als 500.000 Kunden und 75.000 Geschäftspartner und hat im Jahr 2014 einen Umsatz von 6 Milliarden US-Dollar erwirtschaftet. Der Hauptsitz von VMware befindet sich im Silicon Valley. Das Unternehmen verfügt über Niederlassungen auf der ganzen Welt und ist online unter www.vmware.com zu finden.

vmware[®]

VMware Global, Inc. Zweigniederlassung
Deutschland

Freisinger Str. 3
85716 Unterschleißheim

www.vmware.com/de