



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