

# 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.