



Roland Berger-Studie zeigt: Vernetzte Automobile eröffnen Herstellern und Zulieferern neue Perspektiven

(ddp direct) Die Integration von Informations- und Kommunikationstechnologie in Automobile stellt die Automobilbranche vor größte Herausforderungen. Neue, attraktive Geschäftsmodelle entstehen auf Basis des Wertes von Daten.

Um daran zu partizipieren, müssen die Fahrzeughersteller ihren bislang exklusiven Zugang zu Fahrzeug und Fahrer verteidigen. Das geht nur, wenn sie ihre Innovationszyklen an die Geschwindigkeit der ITK-Industrie anpassen und in der Lage sind, eine Vielzahl von Partnerschaften parallel zu managen. Wenn sie das nicht schaffen, wird das Geschäft an den Herstellern und etablierten Zulieferern vorbei laufen.

München, August 2012: Schon seit dem Jahr 2000 werden regelmäßig Konzepte und Studien zu neuen Telematikdiensten und Services vorgestellt, von denen die meisten jedoch nie wirklich realisiert wurden. In den kommenden Jahren jedoch werden sich die Vernetzung und die Integration von Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologie in Fahrzeuge zu einem zentralen Trend der Autobranche entwickeln. Dies eröffnet Herstellern und Zulieferern neue Absatzperspektiven, konfrontiert sie aber auch mit signifikanten Herausforderungen. Das ist das Ergebnis der Studie "Connected vehicles: Conquering the value of data", die Roland Berger Strategy Consultants jetzt vorgelegt hat.

Eine ganze Reihe von konkreten Gründen sorgt dafür, dass sich die Vernetzung von Automobilen nun durchsetzt. Hier ist zunächst der technische Fortschritt in der Informationstechnologie zu nennen: Breitbandverbindungen, Cloud-Computing und neue Datennetze wie LTE erlauben schnelle Datenverbindungen zwischen Automobilen und der Welt um sie herum. Gleichzeitig fördern auch staatliche Vorgaben und Regulierungen diese Entwicklung, etwa zur Verkehrssteuerung oder das neue EU-Notrufsystem eCall zur Erhöhung der Verkehrssicherheit. Hinzu kommen die Wünsche und Ansprüche der Verbraucher: Während junge Autofahrer großen Wert darauf legen, auch unterwegs mit ihren Netzwerken verbunden zu bleiben, wollen Geschäftsleute auch im Auto für die Nachrichten und Daten ihrer Partner und Unternehmen erreichbar sein. Nicht zuletzt setzen auch neue Mobilitätssysteme wie Car-Sharing oder multimodale Personenbeförderung, also die Integration von ÖPNV und Individualverkehr, sowie die Elektromobilität das vernetzte Automobil voraus.

"Der wohl wichtigste Treiber der zunehmenden Vernetzung von Automobilen ist allerdings der Umstand, dass die Daten selbst heute einen Wert darstellen", sagt Dr. Wolfgang Bernhart, Partner von Roland Berger Strategy Consultants, der die Studie gemeinsam mit Dr. Thomas Schlick, ebenfalls Partner der Strategieberatung, federführend erarbeitet hat: "Das demonstrieren Unternehmen wie Google oder Facebook in der IT-Welt. Neue Geschäftsmodelle werden darauf aufbauen, Daten und Informationen zu sammeln, die sich aus dem Fahr- und Mobilitätsverhalten ergeben. Unternehmen, die erfolgreich den Wert dieser Anwender-Daten erschließen, werden den Autofahrer mit neuen und teils kostenlosen Services und Apps bedienen können."

Neue Marktteilnehmer

Gleichzeitig zwingt diese Entwicklung die Unternehmen der Automobilbranche auch dazu, ihre Geschäftsmodelle zu überprüfen, denn sie ermöglicht auch für branchenfremde Wettbewerber einen Markteintritt. "Daher müssen Hersteller und Zulieferer ihre Position im Markt der vernetzten Automobilität von Anfang an festigen", sagt Schlick, "nicht zuletzt, weil ab Werk eingebaute ITK-Komponenten eine starke Konkurrenz in Komponenten finden werden, die erst nachgerüstet werden können." Das Nachrüstgeschäft bietet aber auch die größten Chancen für die Zulieferer.

"Hier lauert möglicherweise das größte Risiko für die Firmen der Automobilbranche", warnt Bernhart: "Während sie daran gewöhnt sind, in Innovationszyklen von mehreren Jahren zu denken, rechnet der Anwender von ITK-Hard- und -Software alle 18 Monate mit neuen Modellen und Versionen. Diese Unternehmen werden die Innovationszyklen der Fahrzeugvernetzung maßgeblich beeinflussen." Ebenso erwarten die Anwender, dass die vernetzten Systeme leicht aktualisiert werden können und die nahtlose Verbindung zu den vorhandenen Netzen, Anwendungen oder Cloud-basierten Applikationen gewährleisten.

Neue Wertschöpfungsketten

Zudem müssen die Wertschöpfungsketten in der Automobilindustrie angepasst werden, denn die etablierten Spieler im Markt werden die erforderlichen Komponenten nicht aus eigener Kraft entwickeln können. "Hier müssen nicht nur neue Zulieferer gefunden werden, auch die Organisationsstrukturen und Beschaffungsprozesse müssen den neuen Markt-Erfordernissen angepasst werden", sagt Schlick. Dabei sind Hersteller und Zulieferer gefordert, ihre Kernkompetenzen neu zu definieren, zu lernen, mit einer Vielzahl von Partnerschaften mit automobil-fernen Unternehmen umzugehen, und sich entsprechend aufzustellen.

"Das Risiko, die Chancen zu verschlafen, die mit dem Trend zum vernetzten Automobil verbunden sind, dürfen keinesfalls unterschätzt werden", fasst Dr. Wolfgang Bernhart zusammen. Das zeige nicht zuletzt die Mobilfunk-Branche: Beim mobilen Internet sind insbesondere Anbieter erfolgreich, die es schaffen, entweder eine mit der eigenen Hardware voll integrierte und sowohl für Anwender als auch für Entwickler attraktive Applikations- und Serviceplattform anzubieten oder sich den Zugang zu den Daten zu sichern. Das erstgenannte Modell dürfte für Fahrzeughersteller aufgrund der im Vergleich zu anderen mobilen Endgeräten geringen Nutzerzahl nur sehr schwierig erfolgreich umsetzbar sein, meint Bernhart: "Damit werden Partnerschaften zur Nutzung des Wertes von Daten zum entscheidenden Erfolgsfaktor."

Die Studie können Sie kostenlos bestellen unter: <http://www.rolandberger.de/pressemitteilungen>

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter:
www.rolandberger.com/press-newsletter

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/vult8d>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/roland-berger-studie-zeigt-vernetzte-automobile-eroeffnen-herstellern-und-zulieferern-neue-perspektiven-62447>

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo

Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

claudia.russo@rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia.russo@rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 240 Partnern.