



Wegweisendes Pilotprojekt von Volvo: das Auto wird zur Paketstation

Wegweisendes Pilotprojekt von Volvo: das Auto wird zur Paketstation - 60% der Menschen hatten im letzten Jahr Zustellprobleme beim Online-Shopping - Lieferdienste benötigen im Schnitt 2,8 Versuche, bis sie den Empfänger erreichen - Dank digitalen Schlüsseln können im Fahrzeug Pakete abgegeben und abgeholt werden - Göteborg/Barcelona. Mit einer für die gesamte Automobilbranche innovativen Technik präsentiert der schwedische Premium-Hersteller Volvo einen Zustellservice, bei dem im Internet bestellte Waren direkt in das eigene Auto geliefert werden - ganz gleich wo der Besteller sich gerade befindet. Vorgestellt wird dieser neue flexible Lieferdienst auf dem Mobile World Congress (24. bis 27. Februar 2014) in Barcelona. Mit der neuen Volvo Technik können Autobesitzer beim Online-Shopping ihr Fahrzeug als Zustellort für die Bestellungen nutzen. Dazu wird ein digitaler Schlüssel erstellt. Wenn der Lieferdienst Waren zustellen oder auch abholen möchte, wird der Nutzer per Smartphone oder Tablet benachrichtigt. Mit der Annahme der Lieferung gibt der Nutzer den digitalen Schlüssel für den Boten frei und kann nachverfolgen, wann das Auto geöffnet und wieder abgeschlossen wird. Nach Abschluss der Zustellung oder Abholung erlischt der digitale Schlüssel. Das neue System basiert auf der Telematik-App Volvo On Call, zu deren Funktionen beispielsweise auch das Vorheizen oder Kühlen des Fahrzeugs mittels Smartphonesteuerung gehört. Zudem können sich Nutzer den Standort des geparkten Fahrzeugs oder den Tankfüllstand über das Mobiltelefon anzeigen lassen. Die neue Zustelltechnik wurde in einem Pilotprojekt mit 100 Teilnehmern getestet. 86 Prozent von ihnen bestätigten, dass sie durch den flexiblen Service Zeit gespart hätten. Der innovative Einsatz der digitalen Schlüssel verringert zudem Kosten und Umweltbelastungen. Vernetzten Angeboten wie dem neuen Lieferdienst wird das Auto der Zukunft mehr als nur ein Transportmittel sein. Mit der Einführung von Volvo Sensus Connect, einem integrierten Navigations- und Infotainment-System, ermöglicht der schwedische Premium-Hersteller die Nutzung zahlreicher Internet-Funktionen im Auto. Im Rahmen einer strategischen Partnerschaft mit Ericsson, die auf der Idee der vernetzten Gesellschaft basiert, erforscht Volvo zahlreiche Konzepte zum vernetzten Fahrzeug. Diese stellen die Bedürfnisse der Verbraucher in den Mittelpunkt und werden das Fahrerlebnis in den kommenden Jahren revolutionieren. Mehr Zeit - weniger Stress - 60 Prozent der Menschen, die im vergangenen Jahr im Internet einkauften, hatten Studien zufolge Probleme mit der Zustellung ihrer Waren. Zudem fühlen sich die Menschen in aller Welt in ihrem Alltag zunehmend gestresst. In einer Studie der Beratungsgesellschaft Future Foundation ist in allen untersuchten Ländern die Zahl der Menschen, die der Aussage "Ich stehe im Alltag oft unter Zeitdruck" zustimmen, von 2010 bis 2011 gestiegen. Obwohl Online-Shopping immer beliebter wird, sind mit der Lieferung der bestellten Waren oft Probleme verbunden. So haben Untersuchungen ergeben, dass mehr als die Hälfte aller Menschen nicht zu Hause sind, wenn die Ware geliefert wird. Fehlgeschlagene Zustellungen verursachen weitere Unannehmlichkeiten und Zeitverschwendung. Dadurch fühlen sich Verbraucher erheblich eingeschränkt und in ihrem Alltag gestört. Das führt zu unnötigen und vermeidbaren Belastungen bei einem der wertvollsten Güter - die Zeit. Lieferungen direkt in das eigene Auto sind ein Beispiel dafür, wie Volvo das Potenzial vernetzter Fahrzeuge erforscht, um Lösungen zu finden, die das alltägliche Leben der Kunden erleichtern. Im Pilotprogramm wurde herausgefunden, dass 92 Prozent der Menschen es bequemer finden, wenn die Waren zu ihrem Auto anstatt nach Hause geliefert werden. An Menschen liefern - nicht an Orte - "Mit Hilfe digitaler Schlüssel verwandeln wir das Auto in eine Paketstation und lösen auf einen Schlag eine ganze Menge Probleme", erklärt Klas Bendrik, Group Chief Information Officer der Volvo Car Group. "Denn jetzt ist es möglich, die Ware zu den Menschen zu liefern und nicht an bestimmte Orte. Die Testteilnehmer haben zudem bestätigt, dass der Service Zeit spart. Das gleiche gilt übrigens auch für die Zustelldienste. Denn im Durchschnitt müssen sie die Ware 2,8 Mal ausliefern, bis sie den Empfänger erreichen. Wir werden die neue Technik und damit verbundene Vorteile für die Kunden nun weiter erforschen." Es geht darum, Lösungen zu finden, die intuitiv und einfach genutzt werden können und unseren Kunden im Alltag Vorteile bringen, so Klas Bendrik weiter. "Das wichtige ist, dass diese komplexen und fortschrittlichen Systeme von allen ganz einfach verstanden werden können, sogar wenn man hinter dem Lenkrad sitzt. Lieferungen direkt zum Auto sind nur ein erstes Beispiel dafür." Volvo Car Germany GmbH - Ringstraße 38-44 - 50996 Köln - Deutschland - Telefon: +49 (0)221 9393-0 - Telefax: +49 (0)221 9393-155 - Mail: olaf.meidt@volvocars.com - URL: <http://www.volvocars.com> -  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=557718 width="1" height="1">

Pressekontakt

Volvo

50996 Köln

volvocars.com
olaf.meidt@volvocars.com

Firmenkontakt

Volvo

50996 Köln

volvocars.com
olaf.meidt@volvocars.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage