

Bei der Vernetzung hinken die Autohersteller hinterher

Die Automobilhersteller hinken bei der Vernetzung ihrer Fahrzeuge hinterher. Obwohl Kunden einen hohen Mehrwert in online-basierten Anwendungen sehen, war 2015 gerade mal ein Drittel der Neuwagen mit entsprechenden integrierten Lösungen ausgestattet. Dafür drängen immer mehr branchenfremde Anbieter wie IT- und Versicherungskonzerne, Zulieferer und Startups mit kostengünstigen Adaptern (Dongle) als Nachrüstlösungen in den Markt. Sie nutzen damit eine Lücke, die Automobilhersteller mit ihren oft teuren integrierten Lösungen lassen.

In ihrer Studie "Connected Car – App based dongle solutions as shortcut towards connectivity" erläutern die Berater von Roland Berger, was Automobilhersteller, aber auch Anbieter aus anderen Branchen tun müssen, um künftig mit vernetzter Mobilität profitabel wachsen zu können. "Ein Dongle wird einfach auf die standardisierte Schnittstelle für die Fahrzeugdiagnose (OBD II) gesteckt. Diesen Anschluss besitzen heute schon fast 94 Prozent aller Fahrzeuge in Deutschland", erklärt Jan-Philipp Hasenberg, Partner von Roland Berger. Dongle-Lösungen, die Fahrzeugdaten für verschiedene Services an ein Smartphone senden, sind für viele Autofahrer mittlerweile schon ständiger Begleiter. 2016 gibt es in Deutschland erstmals mehr Smartphone-Nutzer (47 Millionen) als Autos auf der Straße (45 Millionen). Das Potenzial von App-basierten Dongle-Lösungen für die Fahrzeug-Fahrer-Kommunikation ist also sehr groß.

"Wir erwarten, dass bis 2020 in ganz Europa mehr als 90 Millionen Autos über Nachrüstlösungen verfügen werden", sagt Philipp Grosse Kleimann, Partner von Roland Berger. "Dagegen werden nur etwa 70 Millionen Fahrzeuge mit integrierten Systemen ab Werk ausgestattet sein."

Laut der Studie sind über 80 Prozent der Autofahrer bereit, einen Aufpreis für zusätzliche Dienstleistungen wie Parkplatzsuche, Fahrzeugfinder oder automatischen Notruf zu zahlen. Allerdings liegt die Zahlungsbereitschaft der Kunden gerade mal bei rund 50 Euro pro Jahr. Die Hersteller verlangen zum Teil mehrere Tausend Euro für die Vernetzung des Fahrzeugs ab Werk, dazu kommt noch die jährliche Nutzungsgebühr.

Dongle-Anbieter aus anderen Branchen bieten ihre Adapter für unter 100 Euro an – mit ähnlich komfortablen Lösungen und Services.

Viele Marktteilnehmer versuchen schon heute, sich über die Nachrüstlösungen an die Kundenschnittstelle zu setzen. So können Versicherungskunden gesteuert und Autofahrer gezielt auf einen Servicebedarf ihres Fahrzeugs aufmerksam gemacht werden. „Die Automobilhersteller müssen daher schnell reagieren und ihre Denkweise verändern, wenn sie nicht den Anschluss verlieren wollen,“ so Grosse Kleimann. "Mittelfristig werden sich die Anbieter auf dem Markt durchsetzen, die mehr Kunden für ihre Konnektivitätslösung überzeugen konnten." Erreicht ein Anbieter die kritische Masse, werde sich ein Lock-in-Effekt einstellen und das System so zum Marktstandard werden. Doch noch sei offen, aus welcher Branche diese Anbieter kommen werden.

Für Automobilhersteller und branchenfremde Anbieter von Dongle-Lösungen empfehlen die Experten von Roland Berger daher unterschiedliche Strategien.

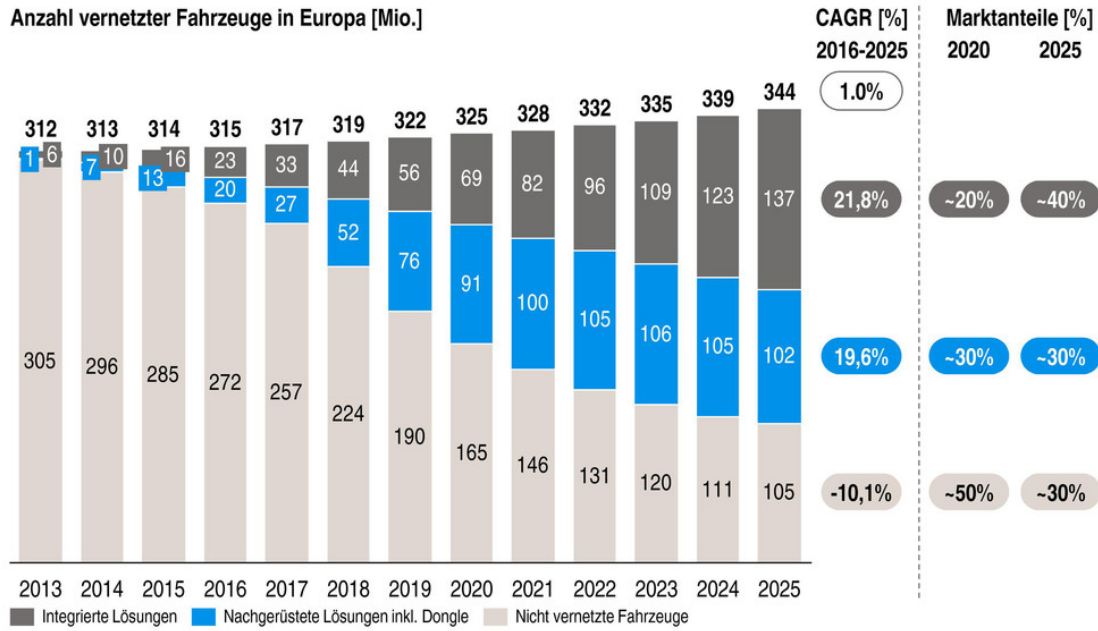
Automobilhersteller: Um eine schnellere Marktdurchdringung zu erreichen, sollten sich Automobilhersteller überlegen, ob sie allein die kritische Masse erreichen können oder ob Partnerschaften notwendig sind, um gemeinsam eine eigene Nachrüstlösung zu entwickeln. So können sie ihre Kundenbasis erweitern. Dank neuer Kundendaten können sie außerdem weitere Produkte und Dienstleistungen anbieten, die den Kundenwünschen besser entsprechen. Nur wenn die Hersteller die App-basierten Dongle-Lösungen als Zwischenlösung zum vernetzten Fahrzeug verstehen und nutzen, lässt sich damit langfristig ein eigenes geschlossenes Ökosystem auf dem Markt durchsetzen.

Drittanbieter: IT- und Versicherungskonzerne, Zulieferer und Startups sollten auf branchenübergreifende Kooperationen setzen. Mithilfe einer offenen Plattform für neue digitale Technologien können Innovationen so zügiger und kosteneffizienter umgesetzt werden. Der Fokus sollte auf App-basierten Dongle-Lösungen liegen, da sie durch die einfache Verfüg- und Bedienbarkeit für Kunden in allen Preissegmenten interessant sind. Für Drittanbieter ist es wichtig, dass ihre Lösungen durch das richtige Serviceangebot zum Standard für Endkunden werden. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel

Wachsender Markt für Dongle-Lösungen im Automobilbereich

Anzahl vernetzter Fahrzeuge in Europa [Mio.]



Quelle: Unternehmensinformationen; IHS; GSMA; Roland Berger