Volkswagen, das Auto und das X

Von Alexander Voigt

Paradigmenwechsel, Digitalisierung, E-Mobilität, vom Fahrzeughersteller zu einem Mobilitätsanbieter. Das sind die Schlagwörter der neuen Strategie 2025 des Volkswagen-Konzerns 2025.

Die Welt ist rasant und gigantisch geworden. Innerhalb einer Minute werden im Internet 72 Stunden neues Videomaterial bei Youtube hochgeladen. In einer Minute werden weltweit 204 Millionen E-Mails verschickt und es beginnt der Download von 48 000 Apps. Volkswagen rechnet in Zukunft damit, dass 90 Prozent der Produktinnovationen der Automobilindustrie im Bereich der Elektronik und Elektrik stattfinden werden. Volkmar Tanneberger, Leiter der Elektrik- und Elektronik-Entwicklung bei VW, geht bis 2020 von einer Vervierfachnung der Umsätze für vernetzte Autos auf 110 Milliarden Euro aus. Das unterstreicht den notwendigen schnellen Wandel von einem reinen „Hardware“-Hersteller hin zu einer Fokussierung auf das autonome Fahren und Parken, die Digitalisierung und Elektrifizierung des Automobils.

Dabei sind die zahlreichen Fahrerassistenzsysteme, die immer mehr in die Serienausstattung der modernen Fahrzeuge drängen, nur der erste Schritt. Auch die Vernetzung mit dem Internet wird nicht der Endpunkt der Entwicklung sein. Das gezielte Steuern von Funktionen, wie das Öffnen und Schließen des Autos, die Frage nach dem Fahrzeugstatus, die Steuerung der Klimatisierung oder gar die Fernbedienung eines parkenden Autos sind bereits möglich – aber zum Teil noch gar nicht erlaubt.

Allen anderen Produkten voran sind es zur Zeit die E-Fahrzeuge, die diese Technologieentwicklung tragen. Da überrascht es wenig, daß Volkswagen bis 2025 weltweit 30 neue Elektroautos auf den Markt bringen will. Das werden neben den rein elektrifizierten Modellen, wie dem bisherigen E-Golf oder dem E-Up, auch weitere Plug-In-Hybride sein, die bei Volkswagen unter dem Kürzel GTE bekannt sind.

Neben diesen bisher üblichen Produkten wird der nächste Schritt unter dem Arbeitstitel „Das Auto + X“ diskutiert. Hinter dem „X“ versteckt sich ein konzerneigenes

„Ökosystem“, das nichts anderes ist als eine das Automobil ergänzende Service-Infrastruktur für Mitglieder. Das heißt, nach einer einmaligen Anmeldung gelangt man über eine einheitliche Kundenplattform zu weiteren Funktionen rund um das Fahrzeug. Von Fahrzeug-, Zahlungs- und Infotainmentfunktionen bis hin zu Multimedia- und Mobilitätsangeboten. Dabei werden auch, wie es der Kunde bereits von modernen Smart-Phones kennt, Angebote von Drittanbietern mit denen Volkswagen kooperiert eine Rolle spielen. Also zum Beispiel bei der Eisenbahn und bei Mietwagenfirmen.

Das Ziel dahinter ist die Verbesserung des Kundenerlebnisses rund um das klassische Automobil. Denkbar sind flexible Zubuchungen – nach Bedarf bis hin zu gewissen Assistenzsystemen nur für die Urlaubszeit. Oder automatische Funktionen speziell für eine Stadt oder das Parken an einem bestimmten Ort. Updates für das Connected Car könnten so individuell gestartet werden. Und auch ein „fliegender“, ein für den Nutzer unsichtbarer Service wäre denkbar. (ampnet/av)

Bilder zum Artikel

Dr. Volkmar Tanneberger, Leiter der Elektrik- und Elektronik-Entwicklung bei Volkswagen, am E-Golf Touch.

Volkswagen Connected Golf.

Volkswagen Studie Connected Golf.

Volkswagen Showcar CES.

Volkswagen Showcar CES.

Volkswagen Showcar CES 2016.