
Leihen statt besitzen: Die Strategie der Hersteller wandelt sich

Die Mobilitätsbranche entwickelt sich mit schneller Geschwindigkeit von einer auf den Autobesitz fokussierten Branche hin zu einem Bereich, der lediglich die abrufbare Nutzung eines (Leih-)Fahrzeugs im Zentrum hat. Technologische Disruptionen und sich verändernde Kundenpräferenzen treiben die Erstausrüster (engl. original equipment manufacturer, OEM) zu neuen Geschäftsmodellen und Servicelösungen, die anwenderorientiert und auf Bedarf abgerufen werden können und die mögliche Inanspruchnahme von geliehenen Fahrzeugen über den Autobesitz stellt. Die meisten Mobilitätsinitiativen der OEM konzentrieren sich derzeit in Europa und Nordamerika und umfassen Ausbaupläne für die Asien-Pazifik-Region.

Die aktuelle Studie „Competitive Benchmarking of OEM Mobility Strategies“ der Frost & Sullivan Growth Partnership Subskription Automotive & Transportation hat ergeben, dass sich Autohersteller vom reinen Autobau und -verkauf entfernen und auf das Angebot branchenverwandter Dienste und multimodaler Mobilitätslösungen fokussieren, um neue Kunden zu gewinnen und ihr Geschäft zukunftsfähig zu gestalten. „OEMs werden sich letztendlich dazu entscheiden, ihre Mobilitätsdienste auf einer einzigen Plattform zu vereinen, so dass Kunden alle ihre Mobilitätsbedarfe an einer Stelle koordinieren können,“ erklärt Analyst Albert Priya.

BMW, Daimler, Ford und General Motors zählen demnach zu den wichtigsten und innovativsten Herstellern in der Mobilitätsbranche und weisen ein breites Mobilitätskonzept und eine spezifische Mobilitätsabteilung auf. Nennenswerte Entwicklungen und neue Trends im Markt beinhalten die Lancierung von Mobilitätsdiensten durch zwölf von 14 wichtigen OEM, entweder als Pilot oder als vollwertiges Angebot und die Ausgliederung von 100-prozentigen Tochtergesellschaften, um unkonventionelle Auto-Eigentumsmodelle anzugehen. Sieben von 14 großen Herstellern verfolgen diese Strategie.

Beliebt sind Partnerschaften mit Anbietern von Ridesharing-Diensten wie Uber und Gett, um sich auf eine Verschiebung der Verbraucherwünsche weg vom Fahrzeugbesitz einzustellen. Volkswagen, Toyota, Daimler und General Motors haben damit bereits begonnen. Zudem zeichnet sich eine Fokussierung auf autonome Fahrzeuge ab, die es ermöglichen werden, neue Umsatzkanäle zu erschließen, wie z.B. personalisierte Dienste und zielgerechte Kundenansprache in der Werbung durch Geofencing. Die Entwicklung führt auch zu einer Anhebung der Mobilität auf ein höheres Niveau durch die Integration von Fahrzeugen in das private und digitale Lebensumfeld der Verbraucher mit Hilfe von Geräten wie Smartphones und Smart Watches.

„Um in einem hart umkämpften Markt erfolgreich zu sein und sich auf eine zunehmend etablierte Sharing Economy sowie Veränderungen hin zu selbstfahrenden Konzepten auszurichten, investieren in und akquirieren OEMs Lösungen von Drittanbietern rund um das Thema autonomes Fahren, gemeinschaftlich genutzte Mobilitätslösungen und künstliche Intelligenz“, fügt Priya hinzu. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Einer der Vorreiter beim flexiblen Carsahring ist Daimler mit seinem Unternehmen Car2go.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Ford Fiesta aus dem Ford-Carsharing-Programm.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford