
Volkswagen präsentiert in Berlin digitales Ökosystem

Von Oliver Altvater

Im „DRIVE.“ Volkswagen Group Forum, in der Berliner Prachtallee „Unter den Linden/Ecke Friedrichstraße“, präsentierte Volkswagen gestern weitere konkrete Schritte auf dem Weg in die Mobilitätswelt von morgen. Bis 2025 will der Konzern dafür 3,5 Milliarden Euro investieren. Neben dem Aufbau einer konzernweiten Softwareplattform beschleunigt Volkswagen den Ausbau des digitalen Ökosystems „Volkswagen We“. Um sich vom Automobilhersteller zum Mobilitätsanbieter mit vollvernetzter Fahrzeugflotte umzuwandeln, setzt Volkswagen auf die Zusammenarbeit mit und die Übernahme von spezialisierten Unternehmen. In Berlin startet zudem das erste Angebot an Nicht-Autobesitzer.

Die individuellen Wünsche der Kunden sollen im Mittelpunkt des zukünftigen Mobilitätserlebnisses stehen. Dazu bedarf es nach Einschätzung der Wolfsburger auch einer erheblich einfacheren Software-Architektur im Auto. Mit der Einführung der vollelektrischen I.D.-Modellfamilie ab 2020 verzichtet die neue IT-Architektur dazu auf verteilte Steuergeräte. Die Fahrzeug-Intelligenz wird stattdessen in wenigen Zentralrechnern mit einheitlicher Programmiersprache konzentriert. Dadurch erlebt der Kunde künftig alle Dienste auf Basis des neuen Betriebssystems „vw.os“. „Mit dieser Trennung von Hard- und Software schaffen wir die Voraussetzung für stetige Aktualisierungen und Verbesserungen“, erklärt Michael Jost, Leiter Strategie der Marke Volkswagen und Konzern-Strategie Produkt.

Der Kunde erfährt die digitalen Dienstleistungen von Volkswagen und externen Dienstleistern über „Volkswagen We“. Dem digitalen Ökosystem ordnet der Wolfsburger Konzern eine Schlüsselrolle in der Transformation des Unternehmens zu. Unkompliziert soll der Kunde über einen persönlichen Zugang in die breit gefächerte Welt der digitalen Dienstleistungen gelangen. Rund um den Nutzer entfalte sich darin ein wachsendes Netzwerk unbegrenzter Ideen und Dienstleistungen. Neben eigenen Diensten sollen externe Partner in die konzernweite „One Digital Platform“ (ODP) integriert werden. „Die Summe unserer Dienste macht den Reichtum unseres Angebots aus“, erklärt Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke Volkswagen. „Um dieses Angebot auszubauen verkünden wir bis Weihnachten Kooperationen mit unterschiedlichen Unternehmen“, so Stackmann.

Mit dem Dienst „We Share“ wendet sich Volkswagen erstmals an Nicht-Autobesitzer. „Wir wollen junge, urbane Nutzer für die Elektro-Mobilität begeistern“, erklärt Stackmann. Vom zweiten Quartal 2019 an soll die Sub-Marke in ausgewählten Metropolen ein umfassendes, rein elektrisches Carsharing-Angebot anbieten. Die erste Fahrzeugflotte startet in Berlin – zunächst mit 1500 e-Golf, später ergänzt durch zusätzliche 500 e-Up. Ab 2020 wird die Flotte schrittweise auf die ersten Modelle der neuen I.D.-Familie umgestellt.

Wegen des Mehrwerts für den Kunden durch die verschiedenen Dienste und die schnelleren Informationsflüsse führt die gebündelte digitale Plattformstrategie in eine „neue Form der Wertschöpfung bei Volkswagen“, beschreibt Stackmann die Auswirkungen des neuen Geschäftsmodells. (ampnet/oa)

Bilder zum Artikel



Volkswagen "We share" in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Volkswagen "We share" in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Volkswagen "We share" in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen
