

Digitale Transformation: Porsche investiert in Ökosystem

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

22/06/2017 Am 22. und 23. Juni treffen sich bei der Noah-Konferenz in Berlin die führenden Köpfe der Digital-, Tech- und Start-up-Szene. Ziel ist, die Kräfte zu bündeln, um das digitale Ökosystem in Europa weiter aufzubauen und zu fördern.

Auch bei Porsche ist die digitale Transformation eines der zentralen Themen. Um sich gegenüber herkömmlicher und neuer Wettbewerber zu behaupten, öffnet sich Porsche und arbeitet daran, ein Ökosystem mit passenden Partnern aufzubauen. Thilo Koslowski, CEO von Porsche Digital, sprach in seiner Keynote bei der Veranstaltung darüber, warum Porsche Partner sucht, um die digitale Transformation zu gestalten und darüber, wie er sich einen Porsche als digitalen Assistenten vorstellt.

„Wir arbeiten sehr stark mit Partnern zusammen. Für uns ist dieser Gedanke vom Ökosystem das A und O. Wir wollen das Rad nicht neu erfinden, aber wir werden neu erfinden, was man in der Zukunft mit

verschiedenen Technologien und Ansätzen für Geschäftsmodelle tun kann“, so Koslowski. „Das ist genau das Interessante an diesem Moment: Wir sind jetzt in einer Welt, die es vor ein paar Jahren so noch nicht gab. Heute haben wir alle Technologien, die wir brauchen, um etwas ganz Neues zu realisieren. Es fehlt nichts Fundamentales mehr. Und die Technologien werden immer günstiger.“ Vor ein paar Jahren gab es die Sensorik noch nicht, die man braucht, um ein Auto selbstständig fahren zu lassen. Es gab keine etablierte Cloudinfrastruktur, keine Netzwerke, die Daten in Echtzeit austauschen und durch künstliche Intelligenz bewerten können. „Jetzt haben wir alle Zutaten zusammen, die wir brauchen, um neue Kundenerlebnisse zu realisieren.“

Ganzheitliche Mobilitätslösungen

Dabei gehe es vor allem um drei Hauptfelder. Beim ersten geht es um Lösungen für und rund um das Auto. „Stellen Sie sich vor: Sie sitzen im Auto und es ruft jemand an. Dann müssen sie heute noch entscheiden, ob Sie antworten. Wenn Sie abnehmen, können Sie nicht mehr so konzentriert Autofahren – und Sie verlieren möglicherweise das Porsche-Erlebnis, das wir eigentlich maximieren möchten. Genau dafür können wir uns Lösungen vorstellen, wie dieses Telefonat je nach Ihrer aktuellen Fahrsituation automatisch geroutet wird und für Sie beantwortet wird. Ausnahme natürlich, Ihre Frau oder Ihr Chef rufen an. Wenn Sie an der Ampel oder im Stau stehen, erkennt das mein Auto und Telefonate können reinkommen.“

Das zweite Feld umfasst ganzheitliche Mobilitätslösungen. Ein Beispiel: Der Porsche-Kunde braucht einen Flug und nach dem Flug einen Mietwagen. Die Lösung möchte Porsche dem Kunden aus einer Hand anbieten, und das mit Blick auf alle möglichen Formen der Mobilität.

„Das dritte Feld ist das weiteste und eines der spannendsten für uns“, sagt Koslowski. Hier geht es um den digitalen Lebensstil, also um die Frage, wie Porsche seinen Kunden einen Mehrwert bieten kann, der vielleicht gar nichts mit dem Auto zu tun hat. „Wir wollen Ihnen helfen, wenn Sie Ihr Wochenende gestalten. Wir nehmen Ihnen die Arbeit ab und finden heraus, was Sie wo machen können. Und Sie müssen das erst gar nicht mehr fragen, unsere digitale Porsche-Welt macht Ihnen von selbst einen passenden Vorschlag – das ist das Ziel.“

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-digital-noah-konferenz-investition-oekosystem-digitale-transformation-start-up-szene-berlin-13852.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/27fbc61b-6b9a-46e0-b33e-1b92a4c9506e.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart