Porsche sucht strategischen Dialog mit europäischen Gründern

18/06/2019 Investitionen in die digitale Zukunft: Als strategischer Hauptpartner der NOAH Conference Berlin 2019 diskutierte Porsche vergangene Woche Ideen für eine nachhaltige Mobilität der Zukunft mit den führenden Start-ups und Köpfen der Digital-Szene.

Seit der Gründung im Jahr 2009 hat sich die NOAH zu einer der renommiertesten Start-up-Konferenzen in Europa entwickelt. Porsche stellte auf der zweitägigen Konferenz in der STATION am Berliner Gleisdreieck seine strategischen Innovationsbereiche, Mobilitätslösungen wie Porsche inFlow, sowie den Porsche-Innovationswettbewerb „Next Open Innovation" vor.

Ideale Chancen, um Netzwerk und Ökosystem zu stärken

„Um sich gegenüber herkömmlichen und neuen Wettbewerbern zu behaupten, öffnet sich Porsche und arbeitet daran, ein starkes Ökosystem mit kompetenten Partnern aufzubauen." so Patrick Kück, Leiter Strategie und Innovation bei Porsche. „Start-up-Konferenzen wie die NOAH bieten für uns ideale Chancen, unser breites Netzwerk zu stärken und so neue, innovative Ideen gemeinsam voranzutreiben", so Kück weiter, der mit seinem Team stets den Dialog auf Augenhöhe mit Gründern und anderen Investoren sucht.

Ein aktuelles Beispiel: der Innovations-Wettbewerb „Porsche Next Open Innovation". Im Februar 2019 startete der Sportwagenhersteller gemeinsam mit der Plattform „High Mobility" bereits zum zweiten Mal den offenen Wettbewerb für digitale Entwicklungen in den Kategorien „Home", „Drive" und „Arrival". Gefragt waren Applikationen rund um die Fahrzeugvision des Sportwagens der Zukunft. Entwickler konnten in einer geschützten Umgebung App-Mockups nutzen und daraus eigene Anwendungen bauen sowie über einen Fahrzeugemulator virtuell präsentieren und testen. In einer Keynote im Rahmen der NOAH gaben Patrick Kück, Andy Grau (Innovationsmanager bei Porsche) und Risto Vahtra (Gründer von High Mobility) Einblicke in den Innovations-Wettbewerb und zeigten, welche Teams sich am Ende aus mehr als 750 Bewerbungen durchgesetzt haben. Das Gewinner-Team „GHOST -feel it." präsentierte an zwei Tagen in interaktiven Sessions im Rahmen der NOAH ihre Lösung – eine Technologie, die dem Porsche-Fahrer künftig haptisches Feedback zu seiner Fahr-Performance geben könnte.

Weitere Beispiele der Zusammenarbeit von Porsche mit Gründern sind:

Gapless, Deutschland

Im vergangenen September hat Porsche in das Berliner Start-up Gapless investiert. Gapless ermöglicht es, Oldtimer-Fahrzeuge inklusive der gesamten Historie digital zu verwalten und die Daten fälschungssicher mit anderen Nutzern zu teilen. Durch eine lückenlose Nachvollziehbarkeit soll der Wert von Sammlerstücken erhalten oder gesteigert werden. Dafür entwickelt das Start-up eine Lösung auf Basis der Blockchain-Technologie, die Datensätze sicher verschlüsselt.

WayRay, Schweiz

Ebenfalls im September 2018 ist Porsche als strategischer Lead-Investor bei WayRay eingestiegen. Das Start-up aus Zürich entwickelt und produziert holographische Augmented Reality Head-up-Display-Technologien und arbeitet daran, virtuelle Objekte nahtlos in das Fahrerlebnis zu integrieren. Im Vergleich zu konventionellen Head-up-Displays bietet WayRay ein deutlich kleineres Projektionssystem, welches in jedem Fahrzeug installiert werden kann – unabhängig von der Gestaltung des Innenraums. Die Technologie wird sowohl für Fahrer als auch Beifahrer getestet. Sie hat damit auch Potenzial für neue Konzepte im Kontext des hochautomatisierten Fahrens.

Rimac, Kroatien

Im Juni 2018 hat Porsche zehn Prozent der Technologie- und Sportwagenfirma Rimac Automobili erworben. Das kroatische Unternehmen entwickelt und produziert Komponenten für die Elektromobilität und stellt selbst elektrische Supersportwagen her. Die Schwerpunkte von Rimac liegen auf der Batterietechnologie im Hochspannungsbereich, dem Elektroantrieb sowie der Entwicklung von digitalen Schnittstellen zwischen Mensch und Maschine (HMI). Im Zuge der Beteiligung hat Porsche eine Entwicklungspartnerschaft mit Rimac geschlossen.

Eine Übersicht zu weiteren Startup-Aktivitäten und Beteiligungen finden Sie hier, strategische Technologie-Themen und einen Blick hinter die Kulissen auf Medium.

Engagement bei Tech- und Start-up-Konferenzen

Die Teilnahme an Tech- und Start-up-Konferenzen öffnet dem Sportwagenhersteller neue Möglichkeiten, Trends und Innovationen aufzuspüren und ein Netzwerk kompetenter Partner aufzubauen. Porsche möchte neue Formate wie z.B. die NOAH Conference auch nutzen, um gezielt die jüngere Zielgruppe ansprechen. Denn: Unter den jungen Porsche-Kunden befinden sich beispielsweise verhältnismäßig viele Firmeninhaber. Dabei setzt Porsche auf einen Markenauftritt, bei dem nicht das Fahrzeug im Mittelpunkt steht. Vielmehr kommen auch Dialogformate wie etwa Panels und Pain Point Pitches zum Einsatz. Neben der NOAH Conference engagiert sich Porsche als strategischer Partner bei

weiteren Konferenzen wie z.B. der re:publica in Berlin, der TNW in Amsterdam, dem Web Summit in Lissabon oder der Slush in Helsinki.

Dieser Beitrag wurde vor dem Start des Porsche Newsroom Schweiz in Deutschland erstellt. Die genannten Verbrauchs- und Emissionsangaben richten sich daher nach dem Prüfverfahren NEFZ und wurden unverändert übernommen. Alle in der Schweiz gültigen Angaben nach WLTP-Messzyklus sind unter www.porsche.ch verfügbar.

MEDIA ENQUIRIES



Inga Konen

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 (0) 41 / 487 914 3
inga.konen@porsche.ch

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2019/digital/porsche-digital-noah-conference-berlin-2019.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/2f697b03-3b00-4257-bb15-689352b81b03.zip