

## Presseinformation

### Autohersteller bei Telematik unterschiedlich weit

Telematik ist eines der großen Zukunftsthemen in der Automobilwelt. Immer mehr Digital Natives werden rund um den Globus Fahrzeuge kaufen und dabei ihr Bedürfnis nach Vernetzung einbringen. Die Unternehmensberatung PROGENIUM untersucht und bewertet deshalb an Fahrzeugen im Preissegment bis 30tsd €, wie weit Autohersteller bei den Telematik-Angeboten inzwischen sind.

Berlin, den 18. Oktober 2012

BMW ist die Automarke, die bis dato mit Abstand am stärksten auf das Thema vernetztes Auto setzt. Auch Audi bietet seinen Kunden umfangreiche Telematikangebote. Große Defizite beim Angebot vernetzter Dienste offenbart hingegen Daimler, der dritte deutsche Premi-umhersteller. Lediglich Fiat bietet von den untersuchten Unternehmen seinen Kunden weniger Telematik als die Untertürkheimer. Dies sind zentrale Ergebnisse einer Analyse der Unternehmensberatung PROGENIUM. Untersucht wurde, welche Telematik-Angebote die führenden Autohersteller in den vier Kategorien Navigation, Infotainment, Safety & Service sowie Remote Service ihren Kunden offerieren. Lediglich zehn Marken haben überhaupt Telematikdienste im Angebot, Dienste also, mit deren Hilfe der Autofahrer mit externen Systemen wie Google-Maps oder Systemen der Hersteller bidirektional kommunizieren kann. In der PROGENIUM-Analyse wurden Auto-Modelle im Preissegment bis 30tsd € berücksichtigt. Kilian Frühauf, Partner bei PROGENIUM und Autor der Studie, stellt fest: „Die Ansätze der Autohersteller im Feld der Telematik und der Entwicklungsstand der aktuellen Angebote sind überraschend unterschiedlich“.

Telematik spricht insbesondere solche Käuferschichten an, die den täglichen Umgang mit dem Web 2.0 über verschiedenste Medien auch mobil gewohnt sind, insbesondere die inten-

sivsten Nutzer die jüngeren „Digital Natives“. Auf diese Gruppe zielt BMW, wenn die Fahrzeuge der Münchner im untersuchten Preissegment mit einem Telematikpaket für 4.080,- Euro ausrüstbar sind. Dies entspricht immerhin 13 Prozent der Gesamtkosten des untersuchten Fahrzeuges (BMW 118i). Viele Autohersteller, wie z.B. Volkswagen, verzichten ganz darauf, ihren Käufern Telematik in diesem Segment zu offerieren. Auch hochpreisige Sportwagenhersteller wie Porsche und Ferrari bieten bislang keine Telematikdienste an. Frühauf: „Offensichtlich denken viele Hersteller, der Markt sei für Telematik noch nicht reif.“ Diese Einschätzung sei jedoch gefährlich, so Frühauf. Immerhin sagen schon heute 47 Prozent der Neuwagenkäufer, sie würden ein vernetztes Auto bevorzugen. Einzelne Hersteller wie GM (OnStar), Hyundai (BlueLink) oder Ford (SYNC), haben für den in Sachen Internetnutzung früher entwickelten US-Markt Telematik-Angebote entwickelt die in Deutschland derzeit noch nicht angeboten werden. Ferner wird durch die Pflichteinführung des „eCall“ genannten europaweiten Notrufsystems durch die Europäische Kommission spätestens im Jahr 2015 jeder Autohersteller zumindest dieses Telematikelement von Werk aus anbieten müssen.

PROGENIUM hat neben der Analyse der angebotenen Telematik-Dienste auch die Kosten dafür erfasst. Während BMW ein breites Angebot für relativ teures Geld liefert, ist gerade bei Daimler ein Missverhältnis zwischen den Kosten und den Leistungen auszumachen. Das Daimler-Package im Bereich Telematik im Preissegment bis 30tsd €(Mercedes-Benz A-Klasse 180) kostet mit 3.272 Euro relativ viel, bietet aber lediglich Dienste im Bereich Navigation und Infotainment. Gut im Preis/Leistungsvergleich schneidet Volvo ab. Mit 1.610 Euro bewegen sich die Kosten für die Vernetzung des Autos im Bereich Safety & Service in vertretbaren Grenzen. Frühauf: „Volvo konzentriert sich bei der Telematik im Wesentlichen auf seinen Markenkern Sicherheit.“ Audi hat im vergangenen Jahr auf der IAA einen Audi A1 und dieses Jahr auf der CeBIT einen A3 vorgestellt, in dem z.B. Facebook Apps abrufbar sind. PROGENIUM-Partner Frühauf: „Solche Telematik-Dienste werden künftig für jeden Autohersteller zum Pflichtprogramm gehören.“

## Über PROGENIUM

Wir sind fest überzeugt davon, dass Erfolg kein Zufall ist – Erfolg ist ein Ergebnis. Das Ergebnis von fundierten Analysen, strategischen Zielen, richtigen Entscheidungen, einer konsequenten Umsetzung und einer klaren Wertebasis.

Seit 2002 begleiten wir internationale Industrie- und Dienstleistungsunternehmen von der Strategieentwicklung bis hin zur erfolgreichen Umsetzung um den Unternehmenswert unserer Kunden nachhaltig zu steigern.

Als erfolgreich inhabergeführtes Beratungsunternehmen agieren wir – PROGENIUM – unabhängig auf dem Markt und richten unser Geschäftsmodell und unsere Kompetenzen konsequent auf die Anforderungen der Kunden und deren Erfolg aus. „creating success“ ist für uns Anspruch und gleichzeitig Versprechen an unsere Kunden.

Unsere Berater sind mehr als exzellente Analysten und Strategen. Unsere Berater sind starke und kreative Persönlichkeiten und verbinden Beratung, Wissenschaft und Unternehmertum auf besondere Art und Weise. In der Zusammenarbeit mit unseren Kunden leiten uns dabei folgende Werte: Vertrauenswürdigkeit, Tatkraft und Exzellenz. Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir bereits mehr als 500 Projekte in über 30 Märkten erfolgreich abgeschlossen.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Michael Mandat

+49 89 315 687 80

[www.PROGENIUM.com](http://www.PROGENIUM.com)