

Die neue Welt des Google-Mobils

25.05.2009, 14:46 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *NeueNachricht*

Wie aus Autokonzernen Mobilitätsprovider und Plattformen werden können

Düsseldorf/New York, 22. Mai 2009, ne-na.de – Autos haben nach Auffassung des Medienprofessors Jeff Jarvis keine Konjunktur mehr. „Sie bleiben immer gleich, Jahr für Jahr. Mittlerweile sehen auch alle gleich aus. Und nur selten rufen sie Begeisterung hervor“, schreibt Jarvis in seinem Buch „Was würde Google tun?“. Das Hauptproblem sieht er in dem zu geringen Einfluss der Kunden. Bei ihren Anstrengungen für Interaktivität würden die Autohersteller alles daran setzen, dass die Käufer bloß keinen Schaden anrichten. Das erinnere an Museumskonzepte für Kinder. Hier sind die Knöpfe, an denen ihr herumspielen könnt, ohne etwas kaputt zu machen. Was wäre, wenn wenigstens ein Produkt unter einem Markennamen für kooperatives Design geöffnet würde? „Konstruktoren könnten ihre Ideen ins Internet stellen. Die Kunden könnten Vorschläge machen und sich darüber austauschen. Die Konstrukteure könnten die besten Ideen herausuchen, sie in die Tat umsetzen und sich angemessen bedanken“, so Jarvis, der mit Buzzmachine <http://www.buzzmachine.com> zu den erfolgreichsten Bloggern in den USA zählt. Es gebe bereits Projekte mit dem Ziel, ein quelloffenes Auto zu bauen, wie zum Beispiel Oscar aus Deutschland.

„Geben Sie mir die Kontrolle über mein Auto und ich werde mir die Marke zu eigen machen, die Marke prägen, die Marke lieben und zu ihrem Verkauf beitragen“, schlägt Jarvis vor. Darin liege der Schlüssel zur Vermarktung eines „Google-Mobils“: Leidenschaft, Individualität, Kreativität, Auswahl, Begeisterung, Neuheit. Autofahrer werden Facebook-Gruppen, Blogs und Meetup-Clubs gründen und die erstaunlichen Autos loben, die sie sich ausgesucht und entworfen haben. Externe Produktdesigner und Hersteller könnten Accessoires anbieten, um das quelloffene Auto zu verbessern. Man könne völlig neue Wirtschaftszweige kreieren und mehr Autos verkaufen. Das sei der Vorteil, wenn man eine Plattform ist.

„Meiner Meinung nach müssen die Automobilhersteller nach dem Vorbild der Mobilfunk-Provider ihr Geschäftsmodell umstellen“, so Michael Zondler, Sales Director beim Beratungsunternehmen Harvey Nash <http://www.harveynash.de>. „Warum kaufe ich ein Auto bei A, versichere es bei B und gebe es bei C zum Service? Und warum bezahle ich alle Leistungen extra? Zuzüglich Sprit und Abschreibung ist ein Auto heutzutage die blödeste Alternative sich fortzubewegen“, erklärt Zondler. Simplifizierung bringe Kunden: „Die Kunden schließen zum Beispiel einen Mobilitätsvertrag ab und bekommen dafür je nach monatlichem Beitrag ein Auto. Sie bestimmen die Kosten, den Luxus- und Service Level - der Hersteller erledigt alles andere für sie.“ Die deutschen Automobilhersteller müssten sich zwei wichtigen Themen stellen. „Erstens: Die Kunden benötigen in erster Linie Mobilitätslösungen - dann Produkte. Zweitens: Der Hersteller mit den innovativsten Lösungen wird das Rennen machen - nicht derjenige, der die schönsten und schnellsten Autos baut“, resümiert Zondler.

Was wäre, wenn ein Automobilhersteller zum Marktführer im Transport von Menschen würde, fragt sich der Google-Experte Jarvis: „Sie sagen dem System, wo Sie hinwollen – bei Zugriff auf Ihren Google-Kalender weiß es das ohnehin bereits -, und es bietet Ihnen eine Auswahl, wobei verschiedene Kostenpunkte berücksichtigt werden: Heute können Sie besonders günstig mit dem Zug fahren. Morgen sollten Sie lieber ein Auto nehmen, denn Sie haben viel zu erledigen. Am nächsten Tag schließen Sie sich einem Car-Pool an, um Geld zu sparen. Diese Wochenende bekommen Sie einen schicken Mercedes für den Jubiläumsempfang. Nächste Woche nehmen Sie sich einen Chauffeur, damit Sie Ihre Kunden beeindrucken“. Das sei die neue persönliche Transport- und Verbindungsfirma, die auf einem alten Autokonzern aufbaut, indem sie ihn als Plattform nutzt. So entstände die neue Welt des Google-Mobils.

Portrait

Onlinemagazin mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Technik, IT, Telekommunikation und Umwelt

News-ID: 312493 • Views: 73 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/312493/Die-neue-Welt-des-Google-Mobils.html>