Mobile Automotive Cooperative Services (MACS)

Ralf Reichwald[1], Helmut Krcmar[1], Stefan Reindl[2]

[1]Technische Universität München
[2]Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

Abstract

In dem vom BMBF geförderten Verbundprojekt MACS wurde zwischen 2003 und 2006 systematisch das Feld innovativer Telematik-Dienstleistungen erforscht [Rei07]. In Zusammenarbeit mit dem Feldpartner Audi AG wurde ein individualisierter, interaktiver Informationsdienst prototypisch realisiert und von Kunden bewertet. Die ökonomischen Erfolgsaussichten dieses Dienstes wurden in einem Businessplan aufgezeigt. Gleichzeitig sind Studien zur interaktiven Wertschöpfung in kooperativen Netzwerken durchgeführt worden, die den betriebswirtschaftlichen Rahmen für die Erstellung innovativer Telematik-Dienstleistungen abstecken. Abschließend wurden die strategischen, betriebswirtschaftlichen und technischen Rahmenbedingungen für Telematikdienste aus den Servicefeldern Unterhaltung, Kommunikation und Konsum in einer Fokusgruppe mit Experten bewertet und Prognosen für die treibenden Entwicklungen dieses Marktes abgeleitet.

1 Ausgangssituation

Die Wertschöpfungskette im Automobilsektor befindet sich im Wandel. Ursachen dieses Wandels sind die Intensivierung des Wettbewerbs und die rasante Entwicklung neuer Technologien. Global Sourcing, globale Beschaffung von Ressourcen und die Standortverteilung von Entwicklung, Fertigung und Montage sind Ausprägungen dieses Wandels. Veränderungen im Markt- und Anspruchsverhalten der Käufer sowie gesellschaftliche Prioritätenverschiebungen führen darüber hinaus dazu, dass dem Kunden zusätzliche Dienste angeboten werden müssen, die diesen neuen Ansprüchen genügen. Treiber der Ansprüche sind die grundlegenden Trends hinsichtlich Mobilität und Individualität beim Kunden. Die Antwort auf der Anbieterseite lautet: Die Automobilproduzenten schaffen ein zentrales Differenzierungspotenzial in Form von individuell zugeschnittenen Dienstleistungspaketen rund um das Fahrzeug.

Für die Automobilindustrie ergeben sich aus diesem Wandel neue Herausforderungen. Interessante Lösungsansätze für die neuen Dienstleistungsangebote basieren wegen der besonderen Qualitätsmerkmale und Nutzenkomponenten auf Dienstleistungsnetzwerken. Ein besonderes Problem der Fahrsicherheit entsteht

aus dem Angebot von Informations- und Kommunikationsdienstleistungen für den Fahrer. Die Bestimmung der Einflussfaktoren auf die Fahrersicherheit und die Implementierung von Fahrsicherheitsmaßnahmen bei Interaktionsprozessen zwischen dem Fahrer und den Informationsdiensten im Automobil stellen daher in diesem Forschungsprojekt ein eigenständiges Aktionsfeld. Das Projekt MACS widmet sich diesen Themen mit der Aufgabenstellung, das nötige betriebswirtschaftliche und technische Wissen empirisch geleitet aufzubauen.

2 Zielsetzung

Ziel des Verbundprojekts MACS war es, neuartige Informationsdienstleistungen (Telematics) rund um mobile Online-Anwendungen im Umfeld von Kraftfahrzeugen zu entwickeln, prototypisch einzuführen und zu evaluieren. Von zentraler Bedeutung für diese Dienste sind neben der Entkopplung vom Standort die Personalisierbarkeit und die Möglichkeit der Interaktion mit dem Anwender. Dabei sollen sich einzelne Dienste in abgestimmten Geschäftsmodellen komplementär ergänzen, so dass insgesamt eine ganzheitliche Lösung entsteht.

Ein Schwerpunkt lag in der Prüfung der eigenständigen wirtschaftlichen Verwertbarkeit und Weiterführung. Begleitend zur technischen Entwicklung der Telematics wurden Geschäftsmodelle für automobile Services analysiert und auf ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit hin untersucht. Die Auswahl der zu entwickelnden multimedialen Anwendungen hat in Abstimmung mit den in der automobilen Umgebung auftretenden Restriktionen bei der Nutzung der Dienste sowie bei der Bedienung der Kommunikationsgeräte zu erfolgen. Daher sollten am Beispiel dieser Anwendungen Richtlinien und Limitationen des Einsatzes von internetbasierten mobilen Services entwickelt werden. Zunehmend arbeitet die Automobilwirtschaft auf der Zulieferer- wie auch auf der Abnehmerseite in kooperativen Wertschöpfungsnetzwerken. Diese Art der Leistungserstellung hat Konsequenzen für die Entwicklung interaktiver Dienste. Daher wurden insbesondere die Erfolgsfaktoren der Wertschöpfung in Netzwerken für dieses Dienstleistungsszenario herausgearbeitet.

Die Entwicklung personenbezogener mobiler Services ist dabei ohne eine geeignete Werkzeugumgebung nicht realisierbar. Eine für den Projekterfolg kritische Aufgabe bestand daher darin, eine Plattform zu entwickeln, die es erlaubt, Kunden in die Dienstleistungsentwicklung einzubeziehen und so die neuen Dienste intelligent zu erproben und zu adaptieren. Technologisch sollten diese Lösungen so realisiert werden, dass das Diensteangebot mittels neuer, breitbandiger Übertragungstechnologien auch während der Fahrt in einer sicheren Art und Weise zur Verfügung gestellt werden kann.

In ihrer Gesamtheit formulieren diese Ziele den grundlegenden Fokus interaktiver Dienste im Automobil der Zukunft: Der Mensch mit seinen Bedürfnissen und Präferenzen ist die zentrale Größe. Zum einen geht es um Fragen der Sicherheit, also die sichere Nutzbarkeit interaktiver Dienste, gerade auch während der Fahrt. Zum anderen sollen diese Dienste dem Anwender so großen Nutzen stiften, dass der Käufer oder Nutzer eines Autos bereit ist, dafür auch zu zahlen. Die verwendeten Technologien und Architekturprinzipien haben dabei der dynamischen IKT-Entwicklung Rechnung zu tragen.

3 Vorgehen

Das Verbundprojekt MACS wurde anhand der idealtypischen Projektstrukturierung in den Phasen Grundlagenanalyse, Konzeptentwicklung, Operationalisierung & Integration, Pilotierung und Erprobung sowie Verwertung realisiert. Für das gesamte Projekt galt als Leitsatz eine konsequente empirische Ausrichtung, d.h. der Erkenntnisgewinn basierte in jedem Teilprojekt – von der Konzipierung über die Erstellung zur Umsetzung (auto-)mobiler Dienste – auf empirischen Untersuchungen. Die hier entwickelten Szenarien stützen sich auf die Einbindung von Experten. Die Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung des Prototyps wurde in technischer und marktlicher Hinsicht sowie im Hinblick auf die Fahrsicherheit gleichermaßen an den zukünftigen Anbietern sowie an potenziellen Kunden ausgerichtet. Als Demonstrationsprodukt für interaktive Dienstleistungen im Auto der Zukunft wurde der Dienst MACS MyNews, ein individualisierter Nachrichtendienst, gewählt.

Zu Projektbeginn wurden zunächst bestehende mobile Kommunikationsdienste analysiert. Insbesondere interessierte dabei die Beschreibung und Typologisierung der Leistungskomponenten und ökonomischen Wirkungszusammenhänge. Es wurde ein konkreter Geschäftsmodellansatz gewählt, der die Basis für das Vorgehenskonzept bis zur Ableitung von Gestaltungsempfehlungen für den Dienst MACS MyNews bildete [Rei07, Teil 1]. Um ein praxistaugliches Geschäftsmodell zu entwickeln, war neben der Analyse von Kundenerwartungen auch eine intensive Auseinandersetzung mit den Anforderungen einzelner Netzwerkpartner an eine umsetzungsorientierte Netzwerkorganisation erforderlich. Besonderes Augenmerk galt dabei der Value Proposition – also dem Wertbeitrag, den das Dienstangebot Anbietern und Nutzern gleichermaßen liefert.

In diesem Zusammenhang ist das Erlösmodell, dessen Konzeption innerhalb des Geschäftsmodells die wesentlichen Grundlagen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Dienstangebots darstellt, für die Umsetzung des Dienstes bedeutsam. Für die Darlegung eines umsetzungsorientierten Geschäftsmodells nahmen

die Analysen zum Wettbewerbsumfeld eine zentrale Rolle ein. Die vorliegende Konzeption berücksichtigt deswegen hauptsächlich die während der Projektlaufzeit auf dem Automobilmarkt angebotenen mobilen Dienste und deren Leistungsstrukturen [Rei07, Teil 2]. Der Abgleich der Kundenanforderungen mit den Erwartungen potenzieller Netzwerkpartner – in Verbindung mit den Ergebnissen aus der Wettbewerbsanalyse – ermöglichte darüber hinaus die Definition leistungsbezogener Alleinstellungsmerkmale.

Zur Ermittlung der Anforderungen an mobile Dienste im Fahrzeug sowie deren systematische Entwicklung wurden über zwei Jahre Expertengespräche mit Vertretern der Audi AG geführt. Aufbauend auf vorab identifizierten Anforderungen wurde ein aus sechs Schichten bestehendes Design-Framework für Mobile Automotive Cooperative Services entwickelt [Rei07, Teil 3]. Auf Grundlage dieses Design-Frameworks sowie der aus den Zielen des Verbundprojekts abgeleiteten globalen Anforderungen nach iterativem Design, Ausrichtung an Kundenanforderungen und der Erstellung eines testfähigen Prototyps sind die vier Phasen „Anforderungserhebung", „Analyse und Systementwurf", „Implementierung" sowie „Tests und Evaluation" für alle technisch orientierten Framework-Ebenen und deren Schnittstellen durchgeführt worden.

Die Nutzung von IuK-Systemen während der Fahrt kann – trotz offensichtlicher Vorteile – mit der Ablenkung des Kraftfahrzeugführers von seiner Hauptaufgabe und daher mit Risiken für die Verkehrssicherheit verbunden sein. Im Rahmen von Probandenstudien wurden dazu die ablenkenden Auswirkungen des jeweiligen Systems untersucht, um gegebenenfalls Maßnahmen zu ergreifen, die zu einer Minimierung des Einflusses auf die Verkehrssicherheit führen [Rei07, Teil 4]. Diese Studien fanden auf Basis eines Prototyps des Systems statt. Aus diesen Studien leitet sich ein generischer Sicherheitsleitfaden ab, der die maßgeblichen sicherheitsspezifischen Rahmenbedingungen für zukünftige Dienstleistungen im Automobil zusammenfasst [Rei07, Teil 5] .

Auf Basis des Prototyps wurde die marktliche Beurteilung des Dienstes MACS MyNews in Form einer Befragung potenzieller Kunden durchgeführt [Rei07, Teil 6]. Diese als „Proof-of-Concept" angelegte Befragung führte zu wichtigen Erkenntnissen über die marktseitige Wahrnehmung von personalisierten mobilen Dienstleistungen im Automobil und deren konkreter Umsetzung in Form des Prototyps.

Wesentliche Grundlage zur Umsetzung der innovativen automobilen Dienstleistungen in MACS MyServices bildet das Wertschöpfungsnetzwerk, das beim Dienstleistungsangebot auf den speziellen Kernkompetenzen der jeweiligen Akteure aufsetzt. Wertschöpfungsnetzwerke zeigen sich in allen Branchen mit besonderer Innovationsdynamik und Wettbewerbsintensität. Insofern ist für die künftige Gestaltung mobiler Dienste im Automobil der Zukunft diese Form der Leistungserstellung in kooperativen Netzwerken von besonderer Relevanz. Obwohl

die Automobilbranche auf diesem Gebiet über langjährige praktische Erfahrungen verfügt, zeigt sich dennoch in der Empirie, dass die praktizierte Steuerung und Koordination derartiger Netzwerke erhebliche Defizite aufweist. Andererseits bieten Netzwerke ein Potenzial für die Verstärkung der Wettbewerbsfähigkeit, für Flexibilität und Risikoverteilung in Märkten mit hoher Unsicherheit. Dies gilt in besonderer Weise für die Entwicklung mobiler Dienste im Automobil der Zukunft. Das Projekt MACS griff deshalb diesen Fragenkomplex auf und analysierte ihn empirisch [Rei07, Teil 7].

Abschließend sind die Möglichkeiten des Transfers von Erkenntnissen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung und Evaluierung des Dienstes MyNews gewonnen werden konnten, auf drei weitere interaktive Dienste im Automobil in einer mehrstufigen Expertenevaluierung diskutiert worden [vgl. Wal07]. Die dabei betrachteten Dienste (MyAudio, MyMail und MyReservation) vervollständigen zum einen das konzeptionelle Dienstespektrum aus Informations-, Kommunikations-, Entertainment- und Konsum-Diensten, zum anderen wurden sie zuvor von potenziellen Kunden in ihrer jeweiligen Servicekategorie als am meisten Erfolg versprechend bewertet. Aufbauend auf diesen Untersuchungen wurden die betriebswirtschaftlichen und technischen Rahmenbedingungen für zukünftige Dienstleistungsinnovationen im Automobil dargestellt und in Erkenntnissen über Umsetzungsstrategien, Wertschöpfungskoordination und Kundennutzen integriert.

4 Ergebnisse

Auf Basis der konzeptionellen und explorativen Vorarbeiten wurde ein mobiles Serviceportal mit dem Informationsdienst MACS MyNews prototypisch realisiert und in Testfahrzeuge integriert. Dieses Vorgehen wurde mittels modularer Umsetzung isolierter Leistungskomponenten sowie der Integration von Schnittstellen zu bestehenden Anwendungen und Endgeräten ermöglicht. Der Entwicklungsschwerpunkt lag auf der Kompatibilität und Benutzerfreundlichkeit im Zusammenspiel mit der Hardware, insbesondere den Endgeräten. Nach der Entwicklung des prototypischen Dienstes MACS MyNews wurden mehrere Fahrzeuge mit dem Dienst versehen.

Mit der Akquisition von Probanden auf Grundlage der im Businessplan definierten Zielgruppe für diesen Dienst konnte eine Pilotierung durchgeführt werden. Im Rahmen der begleitenden praxisnahen Testreihen wurden insbesondere folgende Punkte evaluiert:

- Überprüfung der Dienstearchitektur sowohl im Bereich der Hard- als auch der Software,

- Umsetzung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Businessplans,
- Evaluierung von Usability und Sicherheit des Dienstes in einer realen Nutzungssituation.

In einer zweiten Studie mit potenziellen Kunden wurden Erkenntnisse zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Dienstes gewonnen. Daneben wurden die Teilarbeitspakete zur Steuerung und Koordination des Cooperative Service Network und der Analyse des Zusammenspiels der beteiligten Partner durchgeführt.

4.1 Test und Evaluierung des Prototyps

Anhand der Ergebnisse aus mehreren Feedbackrunden mit potenziellen Kunden wurden Annahmen, die für den Prototyp und dessen Umsetzung getroffen wurden, nochmals überarbeitet. Aufbau und Präsentation des Dienstes überzeugten die Nutzer weitgehend. So fanden über 75% den Dienst (sehr) interessant, über 70% fanden den Funktionsumfang (sehr) gut. Bemängelt wurden bei der prototypischen Umsetzung zu kleine Buttons und zu kleiner Text sowie ein zu kleines Display. Aus diesem Grund wurde eine stark erweiterte Hardwareplattform spezifiziert und durch die Audi AG umgesetzt. Mit dieser Plattform und zusätzlicher Software ist es nun möglich, das Audi MMI System (Multimedia Interface) realitätsnah im Fahrzeug einzusetzen. Vereinzelt wurde die sprachliche Qualität der Sprachsynthese bemängelt und eine durchgängige Spracherkennung gefordert. Durch das Anlegen von Wörterbüchern mit prosodischen Informationen konnte eine Verbesserung der Sprachsynthese erreicht werden. Einen positiven, mediierenden Effekt erzeugte die Neugestaltung der Benutzerschnittstelle mit der Push-To-Talk-Taste. Die weiter in Richtung Marktreife gehende Optimierung würde allerdings einen tiefen Eingriff in das System der Sprachsynthese-Engine erforderlich machen und bedarf zusätzlicher Grundlagenforschung und Entwicklung unter Mitarbeit von Linguisten. Deshalb ist zum aktuellen Zeitpunkt eine durchgängige Spracherkennung nicht realisierbar.

4.2 Test und Evaluierung des automotive Dienstes „MyNews"

Gegenstand der Untersuchung war die Beurteilung des MACS MyNews Prototyps. Insgesamt wurden 51 Personen der potenziellen Zielgruppe auf der 6. Dienstleistungstagung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) befragt, die am 30. und 31.3.2006 in Berlin stattfand. Grundsätzlich war die Befragung als „Proof-of-Concept" angelegt. Das System wurde auf der BMBF-Tagung im März 2006 zum ersten Mal einer breiteren Öffentlichkeit vorgestellt. Neben der Präsentation des Systems wurden von den Probanden erste Evaluationen sowie

Verbesserungsvorschläge und konstruktive Kommentare zur Weiterentwicklung des Prototyps eingeholt. Dabei waren die Bereiche Eindruck und Funktionalität, Content-Kategorien und Dienste sowie Preiswahrnehmung von Interesse.

Eindruck und Funktionalität

Innerhalb dieses Bereichs wurden Fragen zum Interesse, zur Sinnhaftigkeit, zum Funktionsumfang, zur Bedienung sowie zur Marktreife des Dienstes gestellt. Insgesamt konnte festgestellt werden, dass die befragten Teilnehmer alle Kategorien außer der Marktreife mit „gut" bewerteten. Diese wurde mit „befriedigend" bewertet, was auf Grund der Tatsache, dass das ausgestellte System einen ersten „Proof-of-Concept"-Prototyp darstellte, verständlich ist.

Content-Kategorien

Die Teilnehmer wurden gebeten, die Kategorien (1) Politik, (2) Wirtschaft/Finanzen, (3) Sport, (4) Kultur/Feuilleton, (5) Bildung/Wissenschaft, (6) IT/Computer/Technik, (7) Automobil/Mobilität, (8) Wetter, (9) Boulevard/Panorama, (10) Gesundheit, (11) Verkehr, (12) Lokale Informationen, (13) Newsticker/Eilmeldungen und (14) Aktuelle Events (z.B. WM '06) auf einer sechsstufigen Likert-Skala nach Wichtigkeit zu bewerten (1=sehr wichtig, 6=überhaupt nicht wichtig). Abbildung 1 zeigt die Mittelwerte der einzelnen Kategorien.

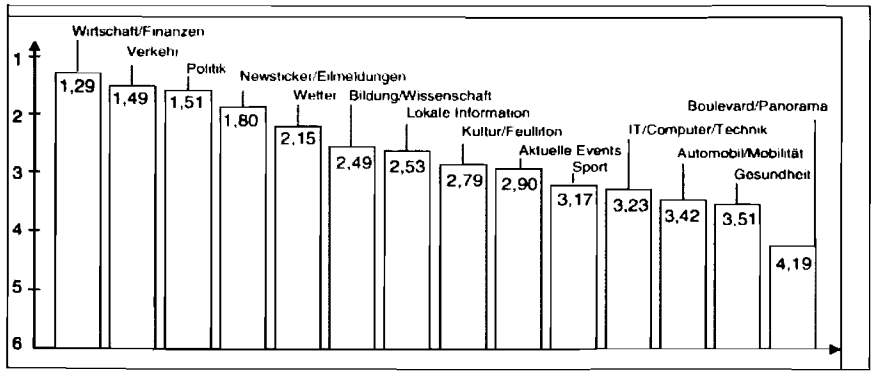

Abb. 1.: Bewertung der Kategorien [Wal07]

Zusätzlich wurde das Interesse an weiteren, aufpreisfreien Diensten erhoben. Als am interessantesten eingestuft wurde hier die Möglichkeit, E-Mails im Fahrzeug zu empfangen und vorgelesen zu bekommen. Ebenfalls von Interesse war für

die Teilnehmer der Studie die Möglichkeit, Musiktitel individuell nach Wunsch auszuwählen und ein Dienst mit Office-Funktionen (Termine, Kalender vorlesen lassen). Insgesamt lieferte die Frage nach der Wichtigkeit der Informationskategorien sowie nach dem Interesse für weitere Dienste wichtige Hinweise zur Weiterentwicklung des MACS MyNews-Prototyps.

Preiswahrnehmung

Die Messung der Kundenwahrnehmung bezüglich des Bereitstellungspreises für den MyNews-Dienst basierte auf der „Price-Sensitivity-Measurement"-Methode (vgl. Abb. 2). Betrachtet man die Werte der Kurve von links nach rechts so fällt auf, dass 100 % der Befragten 30 € für günstig halten. Die Prozentwerte ändern sich mit steigenden Preisen bis zum Betrag von 430 €, den 100 % als teuer empfinden. Der Ankerpreis (Schnittpunkt der Kurven) findet sich bei ca. 230 €. Dieser Betrag kann als der Preis interpretiert werden, den die Befragten in Summe als „angemessen" empfinden.

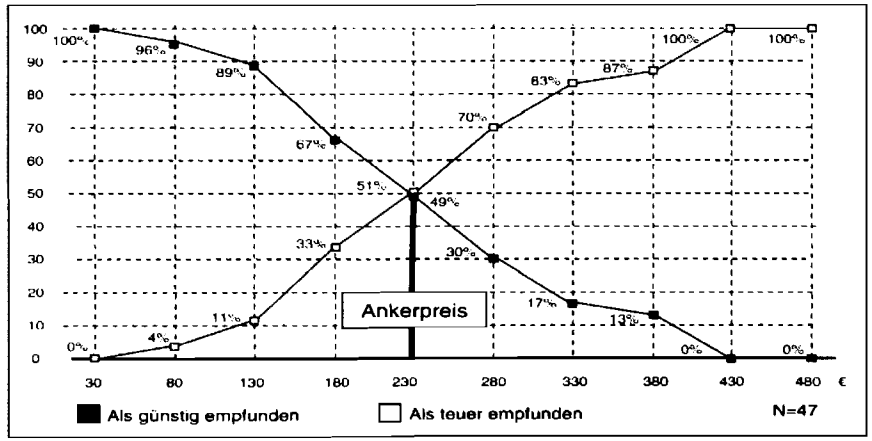

Abb. 2.: Ankerpreisbestimmung [vgl. Wal07]

4.3 Steuerung und Koordination des Cooperative Service Network

Mobile Dienste werden wegen ihrer hohen Komplexität in vielen Fällen unter ökonomischen und technischen Aspekten nicht von einem einzigen Anbieter bereitgestellt, daher ist eine Integration von weiteren Wertschöpfungspartnern oft unerlässlich. Die so entstehenden Netzwerke bringen Herausforderungen für alle beteiligten Partner mit sich. Die praktischen Erkenntnisse aus der Projektarbeit

zum Zusammenspiel der beteiligten Partner sowie zur Steuerung und Koordination des Cooperative Service Networks wurden im Rahmen von MACS durch eine qualitative Studie unter Einbeziehung von Experten gestützt. Basierend auf der Betrachtung verschiedener Ansätze der Wertschöpfung mobiler Dienste konnten zehn grundlegende Aufgaben des Unternehmensnetzwerkes identifiziert werden. Diese Aufgaben des Wertschöpfungsnetzwerks wurden unter Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen der Erstellung von mobilen Diensten in einem Fahrzeug angepasst und einzelnen Netzwerkpartnern zugeordnet. Im Rahmen von MACS wurden die folgenden Netzwerkpartner identifiziert und mit anfallenden Aufgaben verknüpft (vgl. Abbildung 3).

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 20 Interviews mit Experten aus Wissenschaft und Praxis geführt, die den genannten Bereichen des Cooperative Service Network angehören bzw. über umfangreiches theoretisches Wissen in diesen Bereichen verfügen. Die Studie thematisierte dabei Fragen nach Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung und Erbringung von mobilen Diensten in kooperativen Netzwerken. Sie untersuchte darüber hinaus, nach welchen Gesichtspunkten die Auswahl von Netzwerkpartnern erfolgt bzw. erfolgen sollte und welche Steuerungs- und Kontrollmechanismen eingesetzt werden können, um eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu gewährleisten.

Partner	Aufgaben
Automobilhersteller (OEM)	Bereitstellung Endgeräte
	Handel/Vertrieb
	Bereitstellung Netzzugang
	Inhaltsbeschaffung
	Inhalte-Aggregation
	Abrechnung
	Anwendungsentwicklung
	Bereitstellung mobiler Portale
Technical Provider	Bereitstellung Infrastruktur
	Bereitstellung mobiler Dienste

Abb. 3.: MACS Netzwerkpartner und Aufgabenverteilung [vgl. Wal07]

4.4 Erarbeitung von Konzepten für weitere Dienste

Auf Basis des technischen Prototyps und der Pilotversion des interaktiven Dienstes MyNews wurde im Projekt MACS die Gelegenheit ergriffen, die Grundlage für die Erweiterung des Evaluierungsfeldes auf weitere drei Dienste mit anderen Grundnutzen zu legen.

Es bestand die Absicht, zusätzliche Dienste zumindest konzeptionell weiterzuentwickeln. Technologiefreundliche potenzielle Nutzer, von denen jeder den Prototyp des Dienstes MyNews im Testfahrzeug erprobt hatte, sollten dazu Ideen für weitere Dienste anhand ihrer Bedürfnisse bewerten. Diese neuen Dienste wurden von vorne herein aus den drei Servicefeldern Unterhaltung, Kommunikation und Konsum generiert, die vom Informationsdienst MyNews nicht abgedeckt wurden. Aus den Kundenbewertungen kristallisierte sich in jedem Feld ein favorisierter Dienst heraus, der in einer weiteren, vertiefenden Konzeptionierungs- und Evaluierungsstufe näher betrachtet wurde.

Eine zwölfköpfige Expertengruppe wurde zu Realisierung und Erfolgsfaktoren des Unterhaltungsdienstes „MyAudio", des Kommunikationsdienstes „MyMail" und des Konsumdienstes „MyReservation" befragt. Die Befragung wurde in Form einer Fokusgruppe durchgeführt. Dabei sollten die Dienste aus technischer, betriebswirtschaftlicher und Fahrsicherheits-Perspektive beleuchtet werden. Ziel der Befragung war die Gewinnung von Erkenntnissen über Value-Proposition, Wertschöpfungsarchitektur, Erlösmodell, Servicedesign, technische Kernfragen und Besonderheiten der Nutzungssituation im Automobil. Abschließend wurden aus strategischem Blickwinkel Prognosen zur zukünftigen Entwicklung der drei Dienste abgeleitet und generelle Entwicklungstendenzen für diesen Markt entwickelt.

Die Experten identifizierten einen zentralen Interessenkonflikt zwischen Automobilherstellern und Service-Providern. Service-Provider sind gezwungen, das Wachstum ihres Kundenkreises zu forcieren, Automobilhersteller verfolgen hingegen Strategien des innovationsorientierten Corporate Brandings und setzen daher auf die Exklusivität neuer Service-Angebote. Dieser Interessenskonflikt wird im Kampf um Standards und Schnittstellen auf der einen Seite und um Möglichkeiten zum Corporate Branding auf der anderen Seite zu Tage treten. Konfliktparteien sind voraussichtlich Automobilhersteller, Service-Provider sowie branchenfremde Anbieter komplementärer Produkte und Dienstleistungen. Die Entwicklung von Standards bezieht sich dabei auf die Schnittstelle zwischen Applikationen und Nutzer sowie auf die Schnittstelle zwischen der Service-Plattform „Automobil" und automobilindustriefremden komplementären Leistungskomponenten (Service-Contents, Service-Applikationen oder Hardware). Im Bereich Branding herrschte bei den befragten Experten Einstimmigkeit darüber, dass ein moderner, technikaffiner Lifestyle und das Image einer bekannten, positiv besetzten Marke

die Verbreitung mobiler, interaktiver Dienste positiv beeinflussen. Ebenso wurde die Nutzungshäufigkeit eines Dienstes als markenbildender Erfolgsindikator gesehen. Indes war nicht absehbar, ob interaktive Dienste im Automobil als Premium-Dienste eines Automobilherstellers wahrgenommen werden, oder als Servicemarken, die der Nutzer aus anderen Anwendungssituationen in das Automobil überträgt – z.B. „Car-Pod" aus iPod.

Insgesamt zeigte diese Expertenbefragung sowohl für den pilotierten Dienst MyNews als auch für die drei weiterführenden Dienste MyAudio, MyMail und MyReservation im Auto der Zukunft offene Forschungs- und Entwicklungsfelder auf, von denen der Markterfolg dieser Dienste entscheidend abhängen wird.

Literatur

[Rei07] Reichwald/Krcmar/Reindl: Mobile Dienste im Auto der Zukunft, Köln 2007.

[Wal07] Walcher/Reichwald: MACS MyNews Kundenbefragung, in: Mobile Dienste im Auto der Zukunft, hrsg. v. Reichwald et al., Köln 2007, S. 319-364.

Kurs über Land – Vom Dorf in die Welt

Kathrin Richter

Projektbüro Metschow

Abstract

Das Internet kann gerade im ländlichen Bereich Potentiale der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Teilhabe erschließen. Wenn Frauen und Männer dort aufgrund von fehlenden Erfahrungen mit dem Medium Internet, fehlenden finanziellen Mitteln, fehlenden öffentlichen Internetzugängen, riesigen Schwellenängsten und weiteren einschränkenden Faktoren wie höheres Alter, Langzeitarbeitslosigkeit, häufig geringerer Bildungsabschluss an diesen Prozessen nicht teilnehmen können, wird die Chancengleichheit und Gleichbehandlung in Frage gestellt!

1 Ziele des Projekts

1. Einrichtung von so genannten Bürgerbüros in vorhandenen Räumen in Gemeinden des Landkreises Demmin.
2. Schaffung eines niedrigschwelligen und wohnortnahen Bildungsangebots für Frauen und Männer zur Erhöhung der Chancengleichheit der Teilnehmer bei der (Wieder-) Eingliederung in den Arbeitsmarkt.
3. Wecken/Stärken der Nutzungsmotivation von Internet und PC, Vermittlung von Medienkompetenz als Voraussetzung zur Erschließung von neuen Tätigkeitsfeldern und Einkommensmöglichkeiten besonders für Frauen.
4. Vernetzung und Kooperation der einzelnen Bürgerbüros mit anderen Projekten, Vereinen und Institutionen sowie Bekanntmachung von Bildungsmöglichkeiten für Medienkompetenz im ländlichen Raum.

2 Nutzen des Projekts für das Allgemeinwohl

Durch den Einsatz von Computer und Internet haben die Bürgerinnen und Bürger im ländlichen Raum die Möglichkeit, ihre persönliche Lebenssituation und Lebensqualität zu verbessern, indem sie unter anderem Dienstleistungsangebote im Bereich von E-Government und E-Commerce nutzen. E-Learning und Telearbeit können für sie neue Arbeitsmarktchancen eröffnen, wobei die infrastrukturelle Benachteiligung aufgehoben wird.