



Das durch Features und Services aufgewertete Fahrerlebnis spielt bei der Kaufentscheidung eine immer größere Rolle.

© Harman

Fahrerlebnis im Mittelpunkt der Kaufentscheidung

Auf dem Weg ins Konsumentenzeitalter

Die Automobilindustrie verändert sich in einem atemberaubenden Tempo. Megatrends wie Elektrifizierung und eine immer stärkere Endkundenorientierung stellen das bisherige Nutzenversprechen des Autos in Frage. Für Verbraucher:innen steht bei der Kaufentscheidung immer mehr das Fahrerlebnis und weniger die reinen Leistungsdaten ihres zukünftigen Kfz im Mittelpunkt.

Christian Sobottka

Endkundinnen und Endkunden erwarten bei Konnektivität, Informations- und Unterhaltungsmöglichkeiten und Ausstattung eines Neuwagens einen ähnlichen Komfort und Leistungsumfang wie bei ihren Smartphones. Mit dem häufig zitierten „Software Defined Car“ bewegt sich die Automobilindustrie nun in diese Richtung. Wie definiert sich jedoch das Nutzenversprechen des Software Defined Car, insbesondere

aus Sicht des künftigen Autokäufers? Vereinfacht gesagt, wird sich kaum ein Verbraucher für die End-to-End Architektur des Fahrzeuges interessieren. Was zählt ist vielmehr das Erlebnis, dass ihn oder sie während der Fahrt erwartet.

Automobilhersteller müssen somit nicht nur eine große Bandbreite an Funktionalität bieten, sondern diese auch ständig erweitern und aktualisie-

ren. Hierfür sind schnellere Entwicklungszyklen und Produkteinführungszeiten nach Vorbild der Consumer-Elektronik-Industrie erforderlich. Dieser unmittelbar bevorstehende fundamentale Umbruch stellt somit das traditionelle Automotive-Geschäft auf den Prüfstand und bedeutet eine große technische Herausforderung.

Wer jedoch versteht, was der Verbraucher an Features, an Leistungsum-

fängen oder generell an Erlebnissen im Fahrzeug erwartet, für den bietet der Wandel eine große Chance die automobilen Zukunft mit zu gestalten.

Consumer Experiences. Automotive Grade.

Harman hat diese Chance früh erkannt und ist als Technologiepartner in einer einzigartigen Position, um auf dem Weg zum Software Defined Car eine Vorreiterrolle einzunehmen. Mit den Erfahrungen aus dem eigenen CE-Geschäft und der engen Bindung zum Mutterkonzern Samsung vereint das Unternehmen jahrzehntelange Expertise im Automobilsektor und im Unterhaltungselektronik- und Endkundenbereich.

Was können Kunden und Partner daher von Harman erwarten? Nichts weniger als „Consumer Experiences. Automotive Grade.“ Mit dem Endkunden

und seinen Bedürfnissen fest im Blick, bedeutet dies, dass Lösungen schneller entwickelt und zur Marktreife gebracht werden, ohne dabei die strengen Normen der Automobilindustrie zu übergehen.

Erste Automotive-Produkte der neuen Generation

Basierend auf Marktdaten und Kundenbefragungen hat Harman Fokusbereiche identifiziert wie unter anderem Digital Cockpit, OTA Services und Audio und Akustik, in denen bereits Produkte nach einem neuen Standard entwickelt werden: mit kürzeren Entwicklungszeiten von maximal sechs Monaten, kontinuierlichen Upgrades und flexiblen Geschäftsmodellen. Der neue Collaboration-Framework, der auf noch intensivere Zusammenarbeit über Funktions- und geografische Grenzen hinweg setzt und

die Produktteams mit weitreichenden Ressourcen-Kompetenzen ausstattet, beschleunigt die Entwicklungszeit enorm. So kann ein Produkt, das in früheren Iterationen einen Entwicklungszyklus von zwei bis drei Jahren benötigt hätte, nun in nur sechs Monaten entwickelt und den Automobilherstellern weltweit angeboten werden – eine Geschwindigkeit, die dem CE-Zyklus entspricht. Und das ist erst der Anfang. Es ist wirklich eine aufregende Zeit für die Automobilindustrie. ■

Harman
car.harman.com



Christian Sobottka ist President Automotive Division bei der Samsung Tochter Harman. © Harman

Internationale Zuliefererbörse (IZB)

Connecting Car Competence

11. – 13. Oktober 2022

Wolfsburg | Allerpark



www.izb-online.com

#izb2022



Schirmherren:



Premiumsponsoren:



Veranstalter:



Jetzt Ticket sichern!



CONNECTING CAR COMPETENCE.