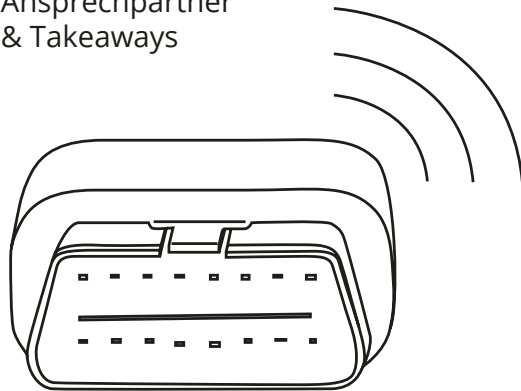


So profitieren Autohäuser und Kfz-Werkstätten von Telematik

Telematik – Fahrzeugdaten für Wartung, Service und Marketing

- 00 Auf den Punkt gebracht: Wozu Telematik?
- 01 Herausforderungen für Autohäuser
- 02 Marktanalyse – vom Hersteller zum Fahrer
- 03 Stand der Technik und Neuentwicklungen
- 04 Herausforderungen und Chancen
- 05 Praktischer Einsatz bei autoaid Telematics
- 06 Ansprechpartner
& Takeaways



Stick für die Fahrzeuganalyse
mit OBD-II-Anschluss

Auf den Punkt gebracht: Wozu Telematik?



Geringe Margen beim Fahrzeugverkauf sowie die Konkurrenz durch Webplattformen führten in den letzten Jahren zu einer Neuausrichtung der Geschäftsstrategie in den meisten Autohäusern. Service- und Reparaturleistungen rückten in den Vordergrund, individuelle Beratung und Zusatzangebote wurden wichtiger. Gleichzeitig bekamen Kunden mehr Möglichkeiten, diese Leistungen von Dritten zu beziehen. Es gilt also, in die Kundenbindung zu investieren.

Das passiert bereits durch den Aufbau von Vertrauen und durch klassische Marketingmaßnahmen wie Gutscheine, Boni-Systeme und individualisierbare Produkte. Doch wird das in Zukunft noch reichen? Vermutlich nicht. Aber das muss es auch nicht, denn es entwickeln sich ständig neue Technologien für diesen Einsatzzweck.

Die größte Durchschlagskraft für die Kundenbindung und den Servicebereich

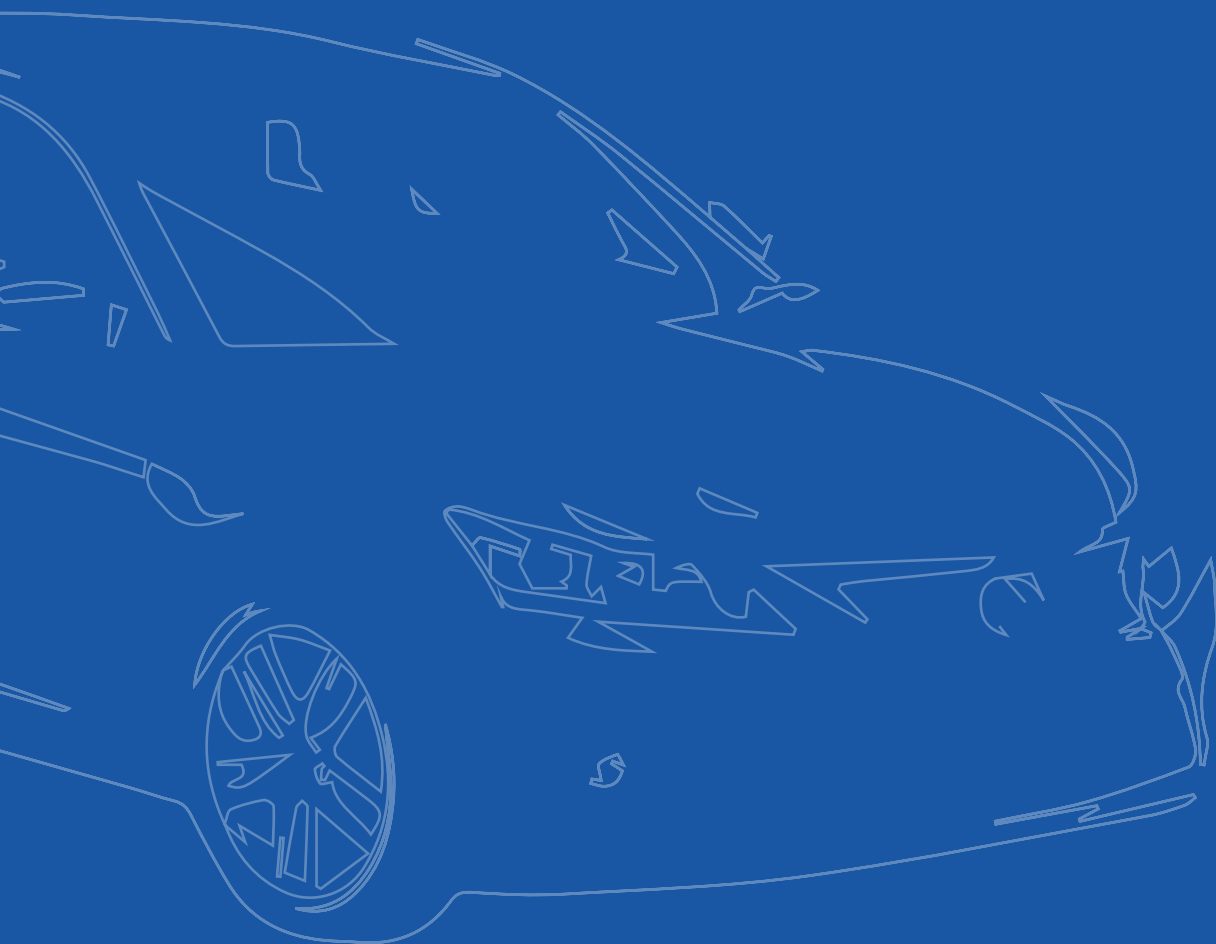
erwarten die Mobilitätsexperten des Technologieberatungsunternehmens Capgemini von **Telematik-Systemen**.

Transport- und Logistikunternehmen nutzen diese Mischung aus **Tele**kommunikation und **Inform**ationstechnik schon lange für Positionsdatenerfassung und automatische Fahrtenbücher.

Neuerdings können mit sogenannten Telematik-Dongles auch die im Auto verbauten Steuereinheiten während der Fahrt ausgelesen werden. Über Webplattformen werden die Daten ausgewertet und an Fahrer und Werkstatt weitergeleitet. So bemerken Sie technische Fehler und abweichende Sensordaten sofort – und haben einen direkten Draht zum Fahrzeug Ihres Kunden.

Wir informieren Sie über die Chancen und Wettbewerbsvorteile, aber auch über die Herausforderungen, die Telematik mit sich bringt.

Mit Ihrem guten Namen und Know-How
langjähriger Full-Service-Partner
Ihrer Kunden werden
– dank Telematik



Die Zeit ist vorüber, in der Autohäuser die einzige professionelle Quelle für Kraftfahrzeuge waren.

Zwar wird der alteingesessene Händler mit angeschlossener Werkstatt, der innen Neu- und draußen Gebrauchtwagen präsentiert, nicht so bald verschwinden – aber er bekommt Konkurrenz: In größeren Städten errichten Fahrzeughersteller Flagshipstores, in denen einzelne auf Hochglanz polierte Exemplare wie Kunstwerke ausgestellt werden. Die Vertriebschefs von Mercedes und VW setzen zunehmend auf eigene digitale Angebote, und Medienliebling Tesla verzichtet gleich komplett auf Zwischenhändler. Hinzu kommen markenübergreifende Onlineplattformen, die neben dem gut laufenden Gebrauchtwagen-geschäft auch immer mehr Neuwagen anbieten.

Damit werden traditionelle Zwischenhändler in den Hintergrund gedrängt. Allerdings verfügen Autohäuser nach wie vor über Wettbewerbsvorteile, welche ihnen - richtig eingesetzt - auch im Internetzeitalter langfristig einen Platz im Markt sichern. Mit dem richtigen Mix aus Dienstleistungen, Know-how, Markenkommunikation und neuen Technologien können Sie Autofahrer langfristig und effektiv an sich binden. Der kundennahe Standort, spezialisierte Werkstätten und fachkundige Servicemitarbeiter bilden die Grundvoraussetzungen für eine technikgestützte Rundumversorgung nach dem Motto:

**“Wir kümmern uns 24/7
um Ihr Auto!”**

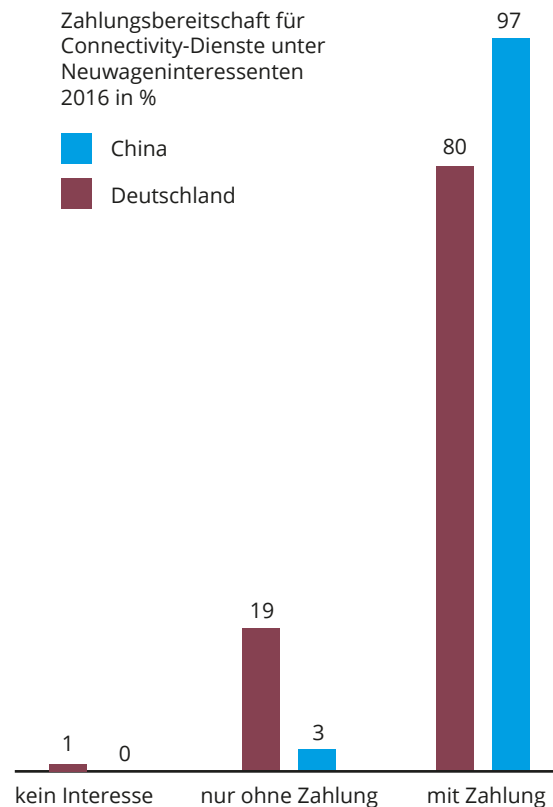
**“Wenn das Service-Geschäft nicht wäre,
wären 80 Prozent der Händler heute schon pleite”**

“Kunden sind bereit, für digitale Dienste mit echtem Mehrwert zu bezahlen”.

Das ergab eine seit 2012 regelmäßig in Deutschland und China durchgeführte Endkunden-Studie. 2016 gaben 80 % der deutschen Neuwageninteressenten an, dass sie für die Nutzung integrierter, digitaler Dienste bezahlen würden. Weitere 19 % würden die Dienste kostenlos nutzen.

Die tatsächlichen Nutzungszahlen bleiben weit dahinter zurück: **Nur 30 % der Deutschen nutzen die vorhandenen Angebote. Die Dienste der OEMs werden nicht als attraktiv empfunden.** Obwohl “connected car data” als Milliardenmarkt gelten, erfolgt die Erschließung des Marktes äußerst schleppend.

Damit ergibt sich eine Marktchance: Unabhängige Anbieter neuer Technologien (Hardware und Software) können gemeinsam mit Autohäusern und Kfz-Werkstätten (Zugang zum Kunden, Dienstleistungsinfrastruktur etc.) den Markt für Telematik im Fahrzeug erschließen.



Quelle beider Grafiken: Onlineumfrage von Berylls Strategy Advisors und mm customer strategy mit knapp 2.000 einbezogenen Neuwageninteressenten (D: n=1.001, CN: n=921)

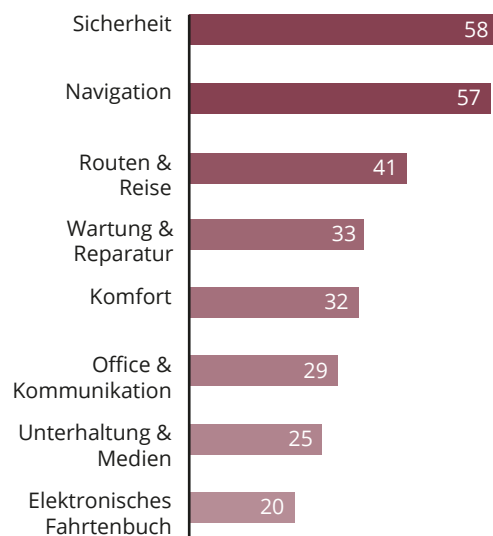
In fahrzeugnahe Dienste würden ein Großteil der deutschen Neuwagenkunden investieren.

Dazu zählen insbesondere Sicherheit, Navigation, Wartung und Reparatur. Für Angebote wie Entertainment oder Office-Anwendungen, die keinen Zugriff auf Fahrzeugdaten benötigen, besteht hingegen wenig Zahlungsbereitschaft, da diese Funktionen meist effektiver von Smartphones und anderen mobilen Geräten erfüllt werden.

Vielversprechender sind Angebote, die intelligent Fahrzeug-, Fahrer- und Umweltdaten verknüpfen. Naheliegende Szenarien drehen sich zum Beispiel um Pannenhilfe per Ferndiagnose oder zur vergleichenden Benzinverbrauchsanalyse. Und die Einsatzmöglichkeiten der generierten Daten werden sich in den nächsten Jahren noch vervielfachen.

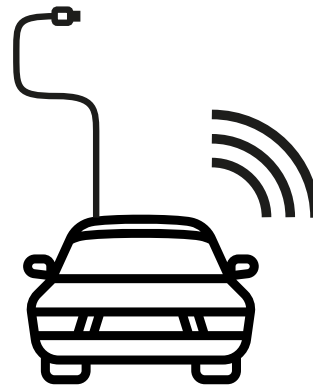
Achtung: Der Umgang mit Datenschutz spielt für 69 % der Kunden eine Rolle. 28 % geben sogar an, dass sie der Verarbeitung persönlicher Daten auf keinen Fall zustimmen würden. Hier kommt es auf klare Kommunikation, Wahlmöglichkeiten und einen verlässlichen, technischen Partner an.

Bedarf und Zahlungsbereitschaft deutscher Neuwageninteressenten 2016 für Connectivity-Dienste nach Kategorien



Stationäre oder mobile Analyse

Dank des genormten OBD-II-Steckers kommen Ihre Kollegen in der Werkstatt schon heute den Problemen eines Fahrzeugs auf die Spur. Vom Fahrzeug gespeicherte Fehlercodes werden übermittelt und von externen Rechnern ausgelesen. Neben der klassischen, stationären Analyse bieten einige Hersteller inzwischen auch mobile Varianten an, die dauerhaft im Auto verbleiben. Statt über Kabel werden die Daten dann über Bluetooth oder SIM-Karten



Datenübertragung vor Ort
oder dauerhaft über Mobilfunk

übertragen. Damit haben Sie ein direkten Draht zum Fahrzeug Ihres Kunden und erfahren immer rechtzeitig, wenn es zu Abweichungen im Fahrzeugverhalten kommt.

Standard- oder Tiefenanalyse

Jeder OBD-II-Stecker verfügt über 16 PINs. Fünf davon kommunizieren herstellerübergreifend über ein standardisiertes Diagnoseprotokoll, das von nahezu jedem Analysegerät für wenige Euro ausgelesen werden kann. Damit kann man die abgasbeeinflussenden Systeme überwachen und auf einzelne Steuergeräte zugreifen.

Die verbleibenden elf PINs nutzen die Fahrzeughersteller für die Kommunikation mit weiteren Steuergeräten und das Auslesen unterschiedlicher Sensoren. Die dafür verwendeten Protokolle sind sehr divers, weshalb die "Tiefenanalyse" bisher nur über stationäre Geräte für mehrere hundert bis tausend Euro möglich war.

Funktionen	Standardanalyse	Tiefenanalyse
Lesen und Löschen von standardisierten OBD-II Fehlercodes	ja	ja
Lesen von standardisierten OBD-II Sensoren	ja	ja
Herstellerspezifische Steuergeräte scannen	nein	ja
Herstellerspezifische Sensorendaten auslesen und dastellen	nein	ja
Servicerückstellungen & -anpassungen	nein	ja
Stellgliedtest (Aktuatoren)	nein	ja
Sonderfunktionen (z. B. Lenkwinkelsensor kalibrieren)	nein	ja

Mobile Tiefenanalyse - der Weg zum connected car

Tiefenanalyse ist seit Anfang 2017 auch in der mobilen Form verfügbar – und das sogar zu einem günstigeren Preis als stationäre Tiefenanalyse-Geräte.

Damit werden die Vorteile der mobilen Nutzung (keine Ortsbindung, kein Aufwand, Aufzeichnung von Daten während der Fahrzeugnutzung, ggf. Nutzung von Zusatzdiensten wie automatischen Fahrtenbüchern oder Spritspartraining) mit umfassender Analysetiefe verbunden.

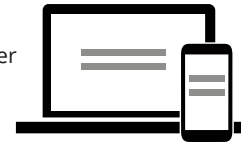
Das bedeutet, dass die unter *Punkt 2 Marktanalyse* aufgezählten Möglichkeiten nicht mehr nur für Fahrzeughersteller technisch umsetzbar sind – sondern für Jeden, der in der Lage ist, über den OBD-II-Stecker mit dem Fahrzeug zu kommunizieren. Das ist technisch alles andere als trivial, aber möglich, wie *Punkt 5 Praktischer Einsatz* zeigt.

Anwendung aus Fahrersicht:



Fahrer erhält bei Autokauf den Telematik-Dongle

Initiale Anmeldung auf der Telematik Webplattform

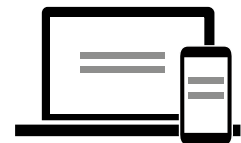


Dongle ins Auto stecken und mit Plattform verbinden

Fahren und Daten generieren



Daten nach Bedarf von der Werkstatt auswerten lassen und selbst nutzen



Vor- und Nachteile, Herausforderungen und Chancen

04

Vorteile und Chancen für Ihre Kunden:

1. Auf der Telematics-Plattform können sie die Daten des eigenen Fahrzeugs sowie zu Fahrstil, Strecken etc. abrufen. Das führt auch zu größerer Transparenz bei durchgeführten Reparaturen
2. Technische Fehler werden sofort bemerkt und somit Gefahrensituationen vermieden
3. Vorausschauende Wartung vermindert erhöhten Verschleiß und den Bedarf an teuren Ersatzteilen

Nachteile und Herausforderungen für Ihre Kunden:

1. Ob private Daten in der Praxis tatsächlich geschützt werden, lässt sich oft schwer nachvollziehen
2. Der Wechsel von Werkstatt und Serviceanbieter wird aufwendiger

Vorteile und Chancen für Sie als Händler / Werkstatt

1. Schneller return on investment durch deutlich verbesserte Kundenbindung und den direkten Draht zum Fahrzeug (Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz)
2. Effizientere Reparaturen durch die zur Verfügung stehenden Daten
3. Umsatzsteigerungen durch die Möglichkeit, dem Kunden zusätzliche Serviceangebote zu unterbreiten (z. B. predictive maintenance)
4. Optimierung der Kapazitätsauslastung durch vorausschauende Zeit- und Reparaturplanung

Nachteile und Herausforderungen für Sie als Händler / Werkstatt

1. Die Intensivere Wartung verlängert den Intervall bis zur nächsten (Neu-)Wagenanschaffung
2. Mitarbeiter müssen sich auf das neue System einstellen. Ggf. werden Nachschulungen notwendig

Das Berliner Unternehmen Autoaid ist Technologieführer beim car data mining und der Dateninterpretation.

So funktioniert es: Sie als Kfz-Händler oder Werkstatt werden Telematik-Partner von autoaid. Sie bestellen die benötigte Anzahl an Telematic-Dongles und geben diese zu einem Preis Ihrer Wahl an Ihre Kundinnen und Kunden weiter. Jedes Fahrzeug benötigt einen eigenen Dongle, da dieser dauerhaft angeschlossen bleibt.

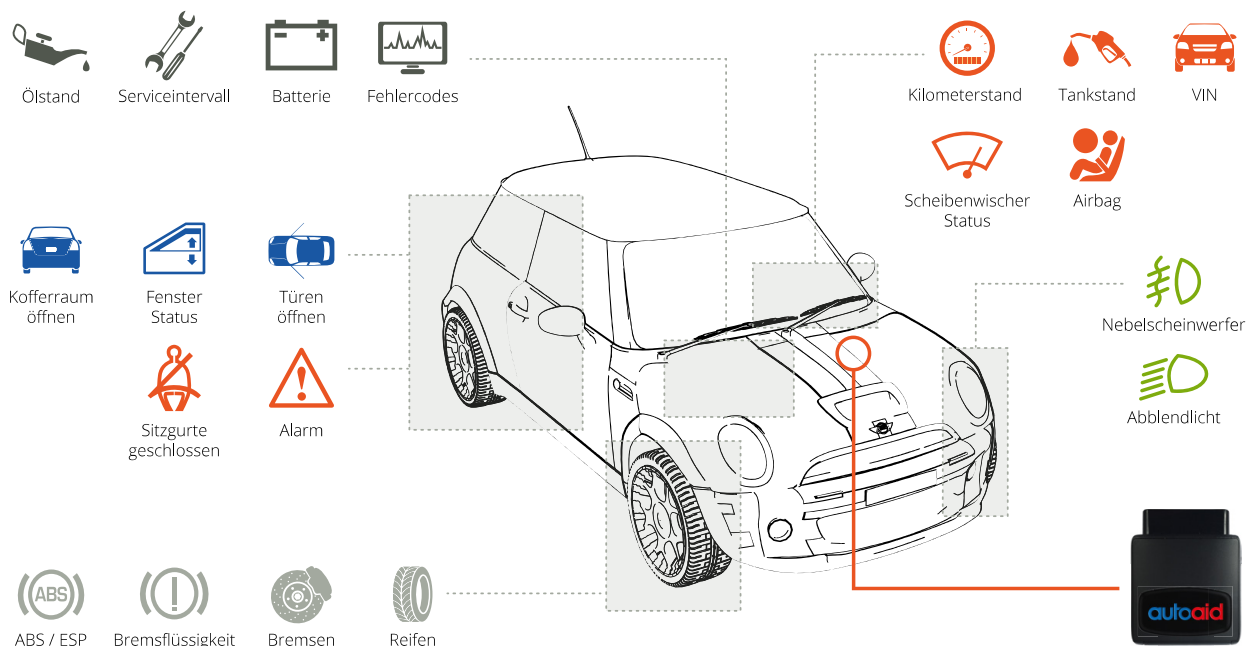
Ihre Kunden melden sich bei der Telematik Plattform an und registrieren Ihren Dongle mithilfe des beiliegenden Codes. Ab diesem Zeitpunkt wird eine niedrige, jährliche Gebühr fällig. Diese kann die Werkstatt dem Kunden beispielsweise im Rahmen eines Servicevertrags weiter berechnen. Anschließend wird der Dongle an den OBD-Stecker im Fahrzeug angeschlossen-

sen und automatisch konfiguriert. Er verbindet sich mit allen zur Verfügung stehenden Steuergeräten und schickt die Daten an die Telematik Plattform. Dort können Sie als Eigentümer und Ihr Kunde als Besitzer des Dongles verschiedene Informationen abrufen.

Verfügbare Daten

Sowohl Ihr Kunde als auch Sie können auf alle Fahrzeugdaten (z. B. Fahrzeug-Sensoren, Fehlercodes, Zeit und Kilometer bis zum nächsten Service, Öl- und Tankstand) zugreifen.

Ihrem Kunden stehen außerdem weitere Daten zur Verfügung, die Ihnen aus Datenschutzgründen nicht angezeigt werden. Dazu gehörten insbesondere die gefahrenen Strecken, die aktuelle Position des Fahrzeugs sowie Informationen zum Fahrverhalten.



autoaid basiert auf der Idee, Fahrzeugdiagnose nicht nur einfacher und moderner zu machen, sondern auch für jeden finanzierbar. Mit unseren Hard- und Softwarelösungen entwickelten wir die Produkte, die uns selbst immer fehlten: einfach in der Handhabung, maximale Diagnosetiefe und fair im Preis.

Nach Gründung im Jahr 2008 entwickelte autoaid zunächst stationär einsetzbare Diagnosesysteme. Deren Technologievorsprung basierte vor allem auf maschinellen Lernverfahren, die zu tausenden Problemfällen die wahrscheinlichste Lösung in Echtzeit berechnet.

Die daraus entstandene Datenbasis und das Know-how ermöglichten uns den nächsten, logischen Schritt:
Mobile Diagnose dank Telematik.



autoaid GmbH
Wattstraße 10
13355 Berlin

www.autoaid.de

Ihr Ansprechpartner:

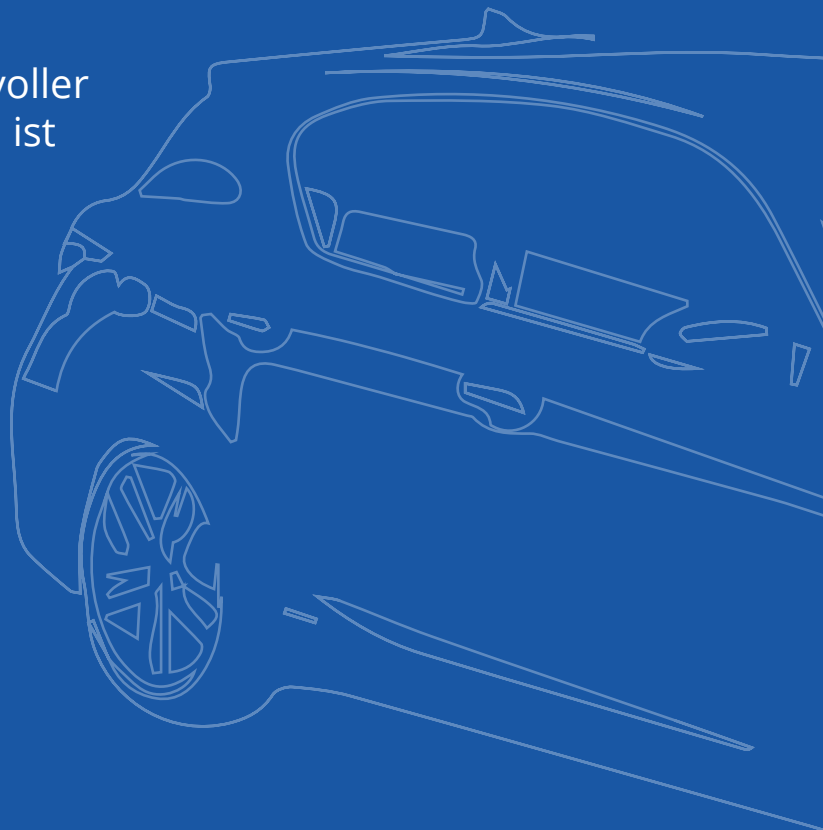


Moritz Funk
Geschäftsführer

+49(0)30 / 46 7777 50
funk@autoaid.de

takeaways

1. Onlineangebote von Fahrzeugherstellern und Drittanbietern werden eine Alternative zum klassischen Autohaus, weshalb diese nach neuen Alleinstellungsmerkmalen suchen
2. Besonders vielversprechend ist Telematik, auch „connected car“ genannt, wozu mobile Diagnostik und andere datenbasierte Technologien gehören
3. Mobile Fahrzeugdiagnostik erweitert bestehende Geschäftsfelder wie den Dienstleistungsbereich, stärkt die Kundenbindung und schafft neue Einnahmequellen, z. B. über predictive maintenance
4. Weitsichtiger und respektvoller Umgang mit Kundendaten ist Voraussetzung



Zitat aus „Der Wagen als digitale Plattform“ von Joachim Becker, erschienen in der Süddeutschen Zeitung am 18./19. März 2017