

PRESSEMITTEILUNG

24. September 2019

Fraunhofer IAO und McKinsey gründen Mobility Experience and Technology Lab in Stuttgart

- Forschung zu Nutzererlebnis in vernetzten und selbstfahrenden Autos
- 70% der Nutzer würden gerne freie Zeit in selbstfahrendem Auto nutzen
- Innenraum und Design zukünftig wichtiger als nur PS

STUTT GART. Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO und die Unternehmensberatung McKinsey & Company starten eine Kooperation. In Stuttgart haben die beiden Partner jetzt das Mobility Experience and Technology Lab (MXT Lab) gegründet, an dem sich zusätzlich interessierte Firmen beteiligen können.

Selbstfahrend, vernetzt, intuitiv: Der Innenraum des Autos wird sich in zehn Jahren fundamental von dem heutiger Fahrzeuge unterscheiden. Umso wichtiger wird es für Anbieter von Mobilitätslösungen, die Nutzererfahrung im Auto zu optimieren. Welche Innenraum-, Design-, Service- oder Mobilitätskonzepte stiften aus Sicht von Nutzern und Unternehmen den höchsten Mehrwert? Dies zu analysieren ist Gegenstand der neuen Kooperation.

Innenraum-Design und Experience statt PS

„Die zunehmende Digitalisierung in Form von Vernetzung und Automatisierung verändert unsere Fahrzeuge nicht nur technologisch, sondern auch das gesamte Fahrerlebnis als solches“, begründet Dr. Florian Herrmann, Institutsdirektor am Fraunhofer IAO und Leiter des Forschungsbereichs „Mobilitäts- und Innovationssysteme“ die Motivation des MXT Labs. Dabei stehen sowohl Anbieter aus der etablierten Automobilindustrie als auch aus Service- und Technologiebranchen vor der Herausforderung, rechtzeitig zu erkennen, in welche Innovationen sie investieren müssen.

„Mobilität wird in Zukunft ganz neu gedacht werden. Die Bedeutung von PS und Beschleunigung nimmt ab, die Wichtigkeit des Innenraums nimmt zu“, erläutert Timo Möller, Partner im Kölner Büro von McKinsey und Leiter des McKinsey Center for Future Mobility. „Diese veränderten Kundenpräferenzen untersuchen wir im MXT Lab.“

Der Markt für neue Angebote im Fahrzeug ist groß. 70% der Nutzer würden gerne die Zeit in einem selbstfahrenden Auto nutzen – z.B. um Filme anzuschauen, zu kommunizieren, zu lesen oder zum Shoppen. Das Umsatzpotential für solche fahrdatenbasierten Dienste liegt bei mehr als 200 Mrd. Dollar.

Als einen der vielen möglichen Anwendungsbereiche nennen die Forscher des neuen MXT Labs das Lernen einer Fremdsprache im Auto. „Dies kann eine ideale Anwendung sein“, sagt Tobias Schneiderbauer, Projektleiter bei McKinsey. „Regelmäßiges Fahren, kaum Zeit

dafür im sonstigen Alltag und eine geschützte Umgebung sprechen für eine solche Aktivität.“ 90% der mehr als 1.500 von McKinsey und Fraunhofer befragten Nutzer in Deutschland, China und den USA können sich vorstellen, ein interaktives Sprachlern-Tool im Auto zu nutzen. 83% würden dafür gerne einen Touchscreen nutzen, 78% ihr Smartphone und 68% eine interaktive Windschutzscheibe.

Denkbar sind im Auto der Zukunft auch unterstützende Funktionen wie eine für das Lernen optimierte Temperatur- und Lüftungsregelung (von 93% der Nutzer gewünscht), entsprechendes Innenraumlicht (79%) und abgedunkelte Scheiben (76%).

„Für das MXT Lab sind Projekte zur Verfeinerung von Befragungsergebnissen nur der Anfang“, sagt Sebastian Stegmüller, der für das MXT Lab verantwortliche Abteilungsleiter am Fraunhofer IAO. „In Zukunft werden wir in Abstimmung mit den Mitgliedsunternehmen ein breites Portfolio an Projekten durchführen – von der Interaktion zwischen autonomen Fahrzeugen und Fußgängern über kontextspezifische Aktivitäten und Inhalte in automatisierten Fahrzeugen bis hin zu der Erforschung intermodaler Mobilitätslösungen der Zukunft sind sehr viele Bereiche denkbar.“

Die vollständige Studie ist zum Download verfügbar unter:

http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn_nbn_de_0011-n-5591335.pdf

Über Fraunhofer IAO

Digitale Technologien verändern unsere Arbeitswelt und haben tiefgreifende Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft. Lang etablierte Methoden und Prozesse werden durch die Digitalisierung in kürzesten Zeiträumen modernisiert und revolutioniert. Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO entwickelt gemeinsam mit Unternehmen, Institutionen und Einrichtungen der öffentlichen Hand Strategien, Geschäftsmodelle und Lösungen für die digitale Transformation. Im Rahmen vielfältiger Forschungsprojekte erarbeiten die Wissenschaftlerteams des Forschungsbereichs »Mobilitäts- und Innovationssysteme« Lösungen und Methoden zur Generierung, Gestaltung, Einführung und Bewertung neuer Produkt-, Prozess- und Service-Innovationen im Zuge des Mobilitätswandels.

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 120 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Fraunhofer IAO: Lisa Raisch, Telefon 0711 970-2124,

E-Mail: presse@iao.fraunhofer.de

McKinsey: Martin Hattrup-Silberberg, Telefon 0211 136-4516,

E-Mail: martin_hattrup-silberberg@mckinsey.com