

DAS BUSINESSMAGAZIN FÜR LADIES MIT DRIVE

# LADIES DRIVE

Seit 2007

## DISRUPT YOURSELF

Raus mit Ihnen aus der Komfortzone!

## PROF. DR. KRISTINA SHEA

Eine der weltbesten Forscherinnen im Bereich 4-D-Printing

## LEA VON BIDDER

Mit dem Fruchtbarkeitsarmband Ava auf Erfolgskurs im Silicon Valley

## I'M NOT SUPERWOMAN

Nope. Bin ich nicht.

★  
Disruptive  
Times  
★

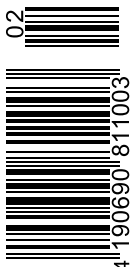
No. 42

We love slow reading:  
vierteljährliche Erscheinungsweise  
für Ihre Quality-Me-Time

Sommer 2018 . Jahrgang No. 11  
Schweiz, Deutschland, Österreich

FOTO: WWW.FEELBETTERHAND.CH

Schweiz CHF 16,00 Europa 11,00 €



4 190690 811003

ACES ist das Kürzel für die Disruptionen, denen sich die Automobilbranche gegenüber sieht: autonomes Fahren, Connectivity, d. h. das vernetzte Internet of Things, elektrische Antriebe und Shared Mobility, was für „nutzen statt besitzen“ steht, d. h. digitale Geschäftsmodelle, die unkomplizierten Zugriff auf Mobilitätsdienstleistungen gestatten.

Angesichts der starken technologischen Treiber dieser Entwicklungen sind deutliche Knirschgeräusche in den Diskussionen vernehmbar. So zum Beispiel kürzlich nach einem Unfall mit tödlichem Ausgang durch ein autonom gesteuertes Uber-Fahrzeug in den USA, als in vielen Medien nachdrücklich artikuliert wurde, gesetzlich verankerte Sicherheitsvorschriften für autonom fahrende Fahrzeuge einzufordern.

Elektrische Antriebe für Fahrzeuge gibt es bereits lange, die aktuell verfügbare Modellpalette von E-Fahrzeugen ist jedoch so teuer, weil bislang so gut wie kein zweckgebundenes Design für E-Fahrzeuge verfolgt wurde, sondern in einer weitgehenden Conversion bisheriger Designansätze die neue Antriebstechnologie integriert wurde. Das hat dazu beigetragen, dass einschlägige Institute an Universitäten E-Fahrzeuge entwickeln, produzieren und vermarkten. Ein Beispiel dieser Entwicklung ist der StreetScooter, der von der RWTH Aachen aus inzwischen bereits seinen Weg gefunden hat in die Streetscooter GmbH, einen Hersteller von Elektrofahrzeugen als Tochtergesellschaft der Deutsche Post Beteiligungen Holding GmbH. Neben vollelektrischen Kleintransportern produziert die Street-



**PROF. DR. DORIS KORTUS-SCHULTES** leitet das weltweit einzige Kompetenzzentrum für Frau und Auto an der Hochschule Niederrhein. [Kortus-Schultes@hs-niederrhein.de](mailto:Kortus-Schultes@hs-niederrhein.de), [www.frau-und-auto.hsnr.de](http://www.frau-und-auto.hsnr.de)

FOTO: NORBERT HÜTTERMANN

scooter GmbH auch elektrische Lastenräder für den überwiegend innerstädtischen Gebrauch. Wer hätte vor wenigen Jahren gedacht, dass die Post einmal selbst Autos produzieren würde? Der Beitrag, der auf diesem Wege zur Reduktion von Umweltverschmutzung geleistet wird, ist meines Erachtens bemerkenswert.

# DIS- RUP- TIVE THINKING

Weiteres „Out of the box“-Denken erleben wir bereits seit einigen Jahren mit den selbstfahrenden Versuchsflotten der Google-Tochter Waymo zur Entwicklung selbstfahrender Autos sowie den Tests von Apple im Projekt Titan, das zur Bereitstellung von Software für selbstfahrende Autos führen soll. Beide Hightechies aus dem Silicon Valley wollen mit ihrem vielen Geld nicht tatsächlich in die Autoproduktion einsteigen, sondern lediglich (!) ihre digitalen Plattformen in den Zeiten des Internet of Things in die Autos bringen. Als Besitzer der dann digitalen Plattform „Auto“ werden sie die sich daraus entwickelnden Ökosysteme dominieren. Connectivity wird Autos zu einem weiteren Gerät (device) im Internet der Dinge werden lassen, d. h. die smarte Vernetzung ruft branchenfremde Player in die Wettbewerbsarena. Noch scheint die Automobilbranche nicht richtig zu wissen, wie sie mit ihnen umgehen soll: umgarnen und umarmen oder besser raushalten, d. h. engere Kooperationen vermeiden wie der Teufel das Weihwasser? Für die grossen US-Plattformbetreiber ist nicht das Auto

als Produkt interessant, sondern die dort generierten Daten. Wem aber gehören die Daten? Daran entzündet sich derzeit nicht wenig Streit, dessen Beilegung wiederum disruptives Denken einfordert. Einer der kleineren Streitpunkte zum Datenbesitz manifestiert sich in der Diskussion zwischen Versicherern und Autoherstellern darüber, wem die Unfalldaten vernetzter Autos gehören. Hier überlappt sich das Geschäft auf neue Weise. Die Allianz Versicherungs-AG schlägt vor, dass ein Treuhänder einzusetzen sei, um eine Monopolisierung der Daten zu verhindern. Meines Erachtens fängt der Streit um Datenbesitz und den Umfang von Datenauswertungen zu Autofahrer und Fahrzeug gerade erst an. Hier ist wiederum disruptives Denken gefordert, denn die Liste der neuen, branchenfremden Marktteilnehmer ist lang, und eine ganze Reihe von ihnen verfügt über „deep pockets“.

Wenn wir uns nun Geschäftsmodellen aus dem Bereich „teilen bzw. nutzen statt besitzen“ zuwenden, möchte ich den vielen eSharing-, eHailing-Angeboten sowie den Apps zur intermodalen Vernetzung, die wir seit einigen Jahren kennengelernt haben, keine Aufmerksamkeit schenken, sondern den Fokus auf die Kunden und ihre Bedürfnisse, Wünsche und Anforderungen legen. Unvermeidlich haben das Smartphone, Plattformen und Ökosysteme bereits dazu beigetragen, dass das Auto immer weniger als ein Stand-alone-Produkt verstanden, sondern zunehmend als Service wahrgenommen wird: car-as-a-service. Amazon hilft derzeit zu interpretieren, was „car-as-a-service“ heissen kann: In 37 US-Städten erfolgt aktuell der Roll-out des neuen Service „Amazon in-car deliveries“. Zusammen mit GM und Volvo hat Amazon ein System entwickelt, in dem für Prime-Kunden über Amazon geordnete Waren durch Auslieferer im Kofferraum des Wagens abgelegt werden können. Das funktioniert allerdings nur mit sehr aktuellen GM- und Volvo-Modellen, die über eine entsprechende Software verfügen, sodass der Lieferservice für eine sehr kurze Zeitspanne den Kofferraum öffnen, die Waren deponieren und anschliessend den Kofferraum wieder verschliessen kann.

# VERSCHENKEN SIE DRIVE

... ALS GESCHENK FÜR EINE ANDERE LADY  
MIT DRIVE ODER BESCHENKEN SIE SICH  
DOCH EINFACH WIEDER MAL SELBST!



## EIN-JAHRES-ABO

Mit diesem Angebot erhalten Sie  
vier Ladies Drive-Ausgaben zum Preis von  
vorübergehend CHF 40.00/EUR 30,00  
(statt CHF 60.00/EUR 60,00)

## GESCHENKABO

Verschenken Sie Ladies Drive als  
Ein- oder Zwei-Jahres-Abo

## ZWEI-JAHRES-ABO

Zwei Jahre Ladies Drive bequem per Post  
und frei Haus zugestellt. Acht Ausgaben inkl.  
Porto vorübergehend CHF 80.00/EUR 60,00  
(statt CHF 100.00/EUR 100,00)

KONTAKTIEREN SIE UNS JETZT: [ABO@LADIESDRIVE.TV](mailto:ABO@LADIESDRIVE.TV) ODER  
[WWW.LADIESDRIVE.TV](http://WWW.LADIESDRIVE.TV)