

Flottentelematik im Wandel



Telematik-Roundtable in Köln (von links): Gerhardt Marte (Inhaber Rona-Systems), Karl Heinz Killeit (Vorstandsvorsitzender Mobile Objects), Rebecca Schürg, Stefan Grebe (Business Geomatics) André Jurleit (Geschäftsführer GPSoverIP), Oliver Moser (Geschäftsbereichsleiter Mobile Lösungen ICS International), Thomas Piller (Geschäftsführer, Funkwerk Eurotelematik), Thomas Schmidt (Managing Director Tomtom Work).

Führende Vertreter von sechs Systemanbietern für Flottentelematik trafen sich in Köln auf Einladung der Business Geomatics und sprachen über Gegenwart und Zukunft ihrer Branche.

Vor zehn Jahren sagten Studien dem Markt für Flottentelematik extrem hohe Wachstumsraten voraus. Der Markt hat sich seitdem zwar prosperierend entwickelt, ein kometenhafter Aufstieg blieb jedoch aus. In Europa sind laut Studien „nur“ etwa sechs Prozent der Flottenfahrzeuge mit Telematiksystemen ausgestattet. Das unerschlossene Potenzial ist demnach riesig. Die Projekte der letzten Jahre zeigen, dass die Technik ausgereift ist und Flottenbetreiber viel Einsparpotenzial erreichen. Doch wie können Anbieter den Telematikmarkt nachhaltig beschleunigen? Immer wieder wurde in der Diskussion die Forderung nach Standards angebracht. „Für die Anbieter bedeutet es einen enormen Aufwand, die Systeme immer wieder neu anzupassen“, sagt Karl-Heinz Killeit, Geschäftsführer und Gründer des reinen Softwareunternehmens **Mobile Objects** mit Blick auf die Entwicklungen in der ITK-Branche. Insbesondere Standardisierungen aufseiten der Hardware könnten es erleichtern, Systeme zu installieren.

Oliver Moser von **ICS**, Spezialist für mobile Außendienstlösungen und Lieferservices, sieht das Fehlen von Standards auch als Barriere bei der Systemintegration. Schließlich habe der Markt vor über zehn Jahre begonnen, einzelne Systeme zu integrieren. „Zukünftig werden sich standardisierte Schnittstellen entwickeln, die es einfacher machen, Daten und Systeme zu verbinden“, sagte Moser.

Der Bedarf an einer einheitlichen Hardwareplattform wäre durchaus

gegeben. Flottenbetreiber setzen immer mehr IT-Geräte im Führerhaus ein. Setzen sich hier offene Schnittstellenstandards durch, hätten Unternehmen die Möglichkeit, die Geräte für mehrere Lösungen zu nutzen, gleichzeitig könnten sich die Softwareanbieter die aufwendige Entwicklung von Anpassungen und individuellen Schnittstellen sparen. Doch wie entwickeln sich solche Standards?

In der Runde gab es dazu unterschiedliche Antworten. Thomas Schmidt, Managing Director von **Tomtom Work**, war überzeugt, dass diese Entwicklung von allein einsetzt. „Nicht die gewollten Standards setzen sich durch, sondern diejenigen, die der Markt will.“ Andere betonten, dass nur enge Kooperationen oder herstellerübergreifende Vereinbarungen dazu führen könnten, sich auf kleinste gemeinsame Nenner zu einigen, was beispielsweise auch Kooperationen mit Mobilfunkunternehmen beträfe.

Freilich könnten auch die Geräte der führenden Navigations-Spezialisten Standard-Hardwareplattformen darstellen. Alle Teilnehmer waren sich einig, dass die Verbreitung von **Garmin**, **Tomtom** und Co. auch das Interesse gegenüber Telematik-Investitionen gefördert hat und immer noch fördert. Allerdings haben die Anbieter kommerzieller Produkte ihre Systeme nicht hinreichend geöffnet, kritisierte insbesondere Killeit. Tomtom hatte bis 2007 ein Software Developer Kit (SDK) im Angebot, das Partnern die Möglichkeit bot, auf der Gerätebasis eigene Lösungen aufzusetzen. Doch dies wurde, so Schmidt, aus wirtschaftlichen Gründen eingestellt. „Die Entwicklungskosten für das SDK waren schlicht zu hoch, um mit dem geringen Zusatzumsatz aus dem Telematikumfeld Gewinne erzielen zu können.“

Häufig treffen Kunden Investitionsentscheidungen nur über den Preis, doch dies kann mitunter eine zu einseitige Sicht sein. Thomas Piller, Geschäftsführer von **Funkwerk Eurotelematik**, betonte, dass die Standardfunktionen kostentechnisch in ähnlichen

Regionen angeboten würden. Für abweichende Funktionen, die in erster Linie der Prozessunterstützung dienen und teilweise sehr anspruchsvoll zu realisieren seien, gelte dies jedoch nicht. „Diese sind gerade bei größeren Projekten entscheidend für den Erfolg“, so Piller. Grundsätzlich sei dies eine Herausforderung für die Anbieter, denn für die Kunden reiche es oft nicht aus, Standardpreise und Standardfeatures miteinander zu vergleichen. So könne es kommen, dass sich ein vermeintlich günstiges Angebot später im Projekt als schlechte Wahl herausstellt, da Anpassungen entweder zu teuer oder gar nicht erst möglich sind. Piller rät daher Anwendern, erst die Unternehmensprozesse zu analysieren, dann ein Bedarfsprofil zu erstellen und dann den Markt zu sondieren.

„Werden Telematik-Investitionen zu sehr als Anschaffung von Produkten

und nicht als Projekt gesehen, besteht die Gefahr, dass viele Einsparpotenziale überhaupt nicht erkannt werden“, ergänzt auch Killeit.

Thomas Schmidt sieht eher einen Marketingansatz: „Wir müssen mehr über die Kosten reden, die Anwender einsparen könnten, wenn sie Telematiklösungen einsetzen“. Ihm ging es darum, die Telematik in Branchen bekannter zu machen, für die das Thema noch relativ neu ist. Killeit sieht in diesem Zusammenhang vor allem Flotten von Servicedienstleistern, etwa bei technischen Services oder Handwerksbetrieben. Dort sei das Bewusstsein für Telematik-Vorteile noch kaum ausgeprägt. „Die Manager beschäftigen sich in diesen Bereichen nicht so sehr mit den Flotten als Kostenfaktor, sondern achten mehr auf das Dienstleistungsangebot.“ Im Moment ziehe dieser Markt jedoch enorm an.

André Jurleit beobachtet andere Tendenzen am Markt. „Die potenziellen Kunden wissen sehr genau, was sie von der Telematik erwarten können“, sagt der Geschäftsführer von **GPSoverIP**. Daher würden die Kunden hohe Anforderungen an die Funktionalität der Geräte stellen. „So ist es sehr wichtig für Hersteller, eine intelligente und kundenorientierte Roadmap für die Systementwicklung aufzustellen und sich daran konsequent zu halten“, meint Jurleit.

Nach Ansicht Gerhardt Martes benötigt die Branche vor allem geeignetes Personal, um die Vorteile der Telematik für Endkunden besser vermitteln zu können. „Qualifizierte Mitarbeiter zu finden ist schwierig, das gilt sowohl für uns Anbieter als auch für Händler und Systemintegratoren“, sagt der Geschäftsführer des österreichischen Unternehmens **Rona**, das auf den Entsorgungsbereich spezialisiert ist.

Dabei gilt es nicht nur die Führungsetagen zu überzeugen, sondern vor allem die Nutzer, sprich die Fahrer, die „sich als Teil des gesamten Logistikprozesses sehen und so in der Regel viel mehr Verantwortung übernehmen“, berichtete Moser von den ICS-Erfahrungen. Piller erläuterte exemplarisch ein erfolgreiches Projekt der Berliner Stadtreinigung, bei dem der Slogan „Schreibst du noch oder duschst du schon“ entwickelt wurde, um die Fahrer zu überzeugen. Die Telematik dokumentiert dort automatisch die Winterdienstseinsätze und macht so die ehemals individuell erstellten Berichte überflüssig.

In jedem Fall sollten Kunden die Anbieter genauestens unter die Lupe nehmen, so die einhellige Meinung in der Runde. In der Vergangenheit haben zahlreiche junge Telematikspezialisten „verbrannte Erde“, sprich unzufriedene Kunden, hinterlassen. Grund: Neben mangelhafter Technik waren vor allem dahinter liegende Supportkonzepte sowie das notwendige betriebswirtschaftliche Fundament oft nicht vorhanden. Dies habe dem Ruf der gesamten Telematikbranche geschadet. (sg)