

DONGLE-DIAGNOSE

Ökosystem Mobilität

Beim Start-up trive.me ist man überzeugt, dass durch die Nutzung von Echtzeit-Fahrzeugdaten Möglichkeiten für neue digitale Geschäftsideen entstehen. Die App trive.challenge ist eine davon.

Die App trive.challenge fordert den Fahrer zum Spritsparen auf. Gleichzeitig öffnet sie einen neuen Werbekanal zum Fahrer.

Werbung geweckt werden“, erklärt Michael Pollner. Kern des Ansatzes des noch jungen Start-ups ist die App trive.challenge. Sie motiviert dazu kraftstoffoptimiert und verschleißreduziert zu fahren und belohnt User für Fahrerfolge. Und weil sich die Motivation beim Fahrer nicht mit dem erhobenen Zeigefinger erreichen lässt und man auch keine alten Öko-Klischees spielen will, setzt trive.challenge auf ein cleveres Anreizsystem.

Um die App nutzen zu können, muss trive.challenge zunächst auf das Smartphone geladen werden. Über einen Dongle, der in die OBD-Steckdose des Fahrzeugs gesteckt wird, kann dann das Smartphone mit dem Fahrzeug kommunizieren. Diese Steckdose findet sich bei allen Fahrzeugen ab dem Baujahr 2001 unterhalb des Lenkrades. Es werden alle aktuellen Daten, wie Spritverbrauch, zurückgelegte Wegstrecke, Durchschnittsgeschwindigkeit, Motortemperatur und -drehzahl, Ort und Umweltbedingungen, in Echtzeit im Display des Smartphones angezeigt.

„Challenges“ zwischen Fahrern

„Das Anzeigen dieser Daten auf dem Smartphone ist nichts Neues“, sagt Michael Pollner. „Neu ist aber, dass wir den Fahrer durch so genannte Challenges dazu ermutigen bzw. anregen wollen, Kraftstoff zu sparen, Verschleiß am eigenen Fahrzeug zu minimieren und dabei auch noch Spaß zu haben.“ Der Clou an trive.challenge ist jedoch, dass am Ende einer Challenge ein oder mehrere Preise bzw. Incentives stehen können. Die Challenges können dabei verschieden gestaltet sein. So kann zum Beispiel eine Challenge sein, dass der Fahrer täglich versucht, die gleiche Strecke zur Arbeit ökonomischer zurückzulegen – sein Erfolg wird in Euro und Cent in Echtzeit angezeigt. Eine wei-

Michael Pollner, Leiter Business & Innovation bei trive.me, entwickelt und testet mit seinem Team Apps für ein neues digitales Ökosystem Mobilität. „Je selbstverständlicher

Digitalisierung in unserem Alltag wird, desto weniger akzeptieren wir Systeme, in denen wir auf die neuen Annehmlichkeiten verzichten müssen“, weiß Michael Pollner zu berichten. „Unsere Autos machen da keine Ausnahme. Im Gegenteil. Sie werden sehr schnell Bestandteil unserer vernetzten Lebenswelt sein.“ Marketing-Strategen haben dies auch bereits erkannt und sehen hierin einen neuen Kanal, Kunden zu erreichen.

Jedoch muss man jetzt nicht befürchten, dass während der Autofahrt plötzlich auf dem Display eine Waschmittelreklame aufpoppt und ein Jingle den Fahrer zum Kauf seiner vermeintlichen Lieblingsmarke anregt. „Vielmehr soll das Kundeninteresse durch interessante Stories, kombiniert mit Mehrwert, anstelle ‚einfacher‘

KURZFASSUNG

Die Vernetzung des Alltags schreitet immer weiter voran. Das Start-up trive.me aus München macht sich dies zunutze und testet zurzeit neue Apps, die das Fahrzeug eng mit dem Smartphone verbinden sollen. Der Clou dieser Apps ist, dass der Fahrer spielerisch zu einer umweltbewussten Fahrweise angeregt wird und so bares Geld sparen kann. Nebenbei öffnen die Apps aber auch neue Werbekanäle ins Fahrzeug. Wie das geht, erklärt Michael Pollner von trive.me.

tere Challenge ist das Herausfordern eines anderen Users – so entstehen nicht nur Wettkämpfe zwischen den Fahrern, sondern auch zwischen den einzelnen Fahrzeugtypen. Natürlich hat man bei trive.challenge auch an die Vergleichbarkeit gedacht. Die App kennt die Kerndaten der Fahrzeuge und setzt sie in Relation zum Fahrzeugtyp.

So kann ein BMW 5er auch mit einem VW Polo in der Fahrweise verglichen werden. Über soziale Medien lässt sich auch der „ökologische Erfolg“ für andere sichtbar machen. Verlässliche Angaben zu CO₂ sind da schon inklusive – in Zeiten von Schummelsoftware und geschönten Abgaswerten ein weiterer Mehrwert.

Aktiver Markenkanal

„Damit sind die Möglichkeiten dieser App noch lange nicht ausgeschöpft“, sagt Michael Pollner. „Werbepartner können ganze Challenge-Welten definieren und auf diesem Weg Fahrer dazu motivieren, ihre Produkte und Leistungen für sich zu entdecken. Wer weiß, dass heute im Auto eigentlich nur Radio als passiver Kanal existiert, erkennt schnell die Chancen eines solchen aktiven Markenkanals. Ein Kanal, der dank seiner Gamification-Komponente auf sinnvolle Inhalte setzt, anstelle einfacher Werbung oder trivialem Sponsoring.“

Überhaupt sehen die Entwickler bei trive.me für Apps auf dem Markt nur eine Chance, wenn der Anwender von ihnen unmittelbar profitieren kann. Im Rahmen der trive.challenge-App wird daher auch permanent an Erweiterungen gearbeitet. Ein Beispiel hierfür ist der Einbau eines Fehlerservices. Mit ihm ist die Erfassung, Beurteilung und Vermittlung von Hilfe

Durch die EDAG Plausibilitätsprüfung entsteht ein Kostenersparnis für Halter und Garantieversicherer.

bei Fahrzeugproblemen möglich. Erhält zum Beispiel der Fahrer eine Fehlermeldung im Kombiinstrument, oder fällt ihm ein „merkwürdiges Motorgeräusch“ auf, wird der Fehlercode oder ein vom Fahrer aufgenommenes Audio-File inklusive Beschreibung via App automatisch an die trive.me-Fahrzeugexperten übermittelt und dort ausgewertet. Die Auswertung geschieht im Schulterschluss mit der EDAG Engineering GmbH, einem der weltweit größten Entwicklungspartner der Automobilindustrie. Es folgt unmittelbar eine Empfehlung, ob noch weiter gefahren werden kann, ob das Fahrzeug sofort abgestellt und abgeschleppt werden sollte, oder möglichst bald eine Werkstatt aufzu-

suchen ist. Ein Ticketsystem managt dabei auch die Werkstattauswahl, Anweisung, Plausibilitätsprüfung der Reparatur und die Kommunikation mit dem Fahrer. „Unser Ansatz ist für alle Beteiligten interessant, das sind der Fahrzeughalter, der Garantieversicherer und die Werkstätten“, sagt Michael Pollner, „da durch die Plausibilitätsprüfung des Schadens ein Kostenersparnis für Halter und Garantieversicherer und für die Werkstatt eine klar definierte Reparaturanweisung gewährleistet ist.“

Digitales Scheckheft

Ein weiterer Service ist das digitale Scheckheft. Dabei handelt es sich um eine Langzeit-Analyse über den Fahrstil des Fahrzeughalters. „Ein ressourcenschonender Fahrstil, der sich mit dieser App nachweisen lässt, kann bei einem Wiederverkauf des Fahrzeugs zu einem höheren Verkaufspreis führen“, so Michael Pollner.

Der Fantasie, Apps in den vernetzten Fahrzeugen der Zukunft und heute bereits via Smartphone zu nutzen, sind keine Grenzen gesetzt. Weitere Add-Ons werden deshalb gerade bei trive.me entwickelt und trive.challenge-Usern nach und nach freigeschaltet. Die Homepage mit der Anmeldung zu einem kostenlosen Test findet sich im Netz unter www.trive.me/trive-challenge. Marcel Schoch



Michael Pollner, Leiter Marketing bei der EDAG Engineering AG, testet ausgiebig im „Selbstversuch“ die neuen Apps, bevor sie dem Kunden zur Verfügung gestellt werden.

Rostsanierer und Grundierer in Einem!

epoxy
BRUNOX®



**X 2-mal auftragen
kein Abwaschen**



www.brunox.swiss
Info: BRUNOX Korrosionsschutz GmbH,
Adlzreiter Str. 13, DE-85051 Ingolstadt, Tel. 0841 961 29 04