



Sascha Lobo

Gilt als einer der ersten Internetexperten Deutschlands. Seine Blogs, Kolumnen und Vorträge beschäftigen sich mit der Entwicklung und Zukunft unserer Gesellschaft. Der diplomierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikationswissenschaftler schreibt seit 2011 für Spiegel Online und überrascht gern mit Thesen gegen den gedanklichen Mainstream.

Klare Kante: Sascha Lobo hat sehr genaue Vorstellungen darüber, wohin sich unsere Mobilität entwickelt.

Fotos: Holger Pinnow-Locnikar

Das Auto als Dienstleistung

Eine ganze Branche sucht den Weg in die Digitalisierung.

HOLGER PINNOW-LOCNIKAR

Automatisiertes Fahren, Digitalisierung, E-Mobilität, Internet of Things – Schlagwörter beherrschen das mediale Blätterrauschen, wenn es um die Zukunft der Mobilität geht. Die Autobauer überbieten sich mit der Ankündigung neuer E-Fahrzeuge, die angeblich den Weg in die Zukunft darstellen und doch den bekannten Prinzipien verhaftet sind: größer, stärker, schneller. Nur noch nicht weiter. Aber zwischen den Zeilen der großen Ankündigungen klingt doch ein Weiter so durch.

Aber ein Weiter so wird es nicht geben, glaubt Sascha Lobo. Der Spiegel-Kolumnist, Blogger und Autor sagt: „Die Autohersteller haben die Digitalisierung noch nicht verstanden.“

Haben die Werkstätten sie verstanden? Eine ganze Branche, die vom Instandhaltungsservice rund ums Auto lebt, sucht jetzt den Weg in die Digitalisierung, um an einer neu entstehenden Wertschöpfungskette teilzuhaben. Plattformen entstehen, die den Autobesitzer direkt mit den Teilelieferanten und den Servicewerkstätten vernetzen sollen.

Herr Lobo, haben Werkstätten in Ihrer Vision von der Mobilität der Zukunft noch einen Platz? Wird es die Beziehung zwischen Werkstatt und Kunde überhaupt noch geben?

„Die Autohersteller haben die Digitalisierung noch nicht verstanden.“

» **Sascha Lobo:** Es wird Instanzen und Personen geben, die professionell den technischen Zustand der Fahrzeuge im Auge behalten und korrigierend eingreifen. Es ist allerdings nicht besonders wahrscheinlich, dass es sich um klassische Werkstätten handeln wird. Das Automobil spreizt sich auf in unterschiedliche Produkte, und wirklich Zukunft haben darunter nur die software- und netzbasiereten Produkte und Plattformen. Alles andere diffundiert in eine Servicesphäre, die eher Angelegenheit des Anbieters ist, als irgendwas mit dem Kunden zu tun zu haben. Sagen wir mal so: Mit meinem Carsharingwagen bin ich noch niemals in irgendeiner Werkstatt gefahren, wieso auch? Und fragen Sie mal eine Tesla-Fahrerin, was sie von diesem Thema hält. Sie werden ein gewisses Grinsen als Antwort erhalten. Ein gequältes vielleicht, aber ein Grinsen. Abgesehen davon habe ich schon häufiger Autos gekauft, geleast und besessen in meinem Leben. Die zweitschlimmsten Erfahrungen rund um das Auto habe ich in großen, sehr großen Vertragswerkstätten gemacht, ich werde sie nicht vermissen. Die schlimmsten übrigens – mit weitem Abstand – bei Autohändlern. Also dort, wo ich sehr, sehr, sehr viel Geld lassen wollte oder gelassen habe. Wenn Autohändler morgen Vormittag alle pleitegehen, trinke ich mittags einen Diätsekt zum Abschied und gehe abends Pokémon fangen, es wäre für mich also ein normaler Tag ohne jeden Schmerz.

Wird es noch einen Wettbewerb geben? Oder kommen die Mobilitätsdienstleistungen zukünftig nur noch aus der Hand weniger großer Megakonzerne, die die Märkte untereinander aufteilen? Was wird dann aus dem freien Markt? Hat die Politik noch eine Regulierungschance?

» **Lobo:** Eigentlich ist der Automobilmarkt heute ebenso in den Händen weniger Megakonzerne, die zahlen hierzulande bloß mehr Steuern als die großen Digitalkonzerne. Das ist also nicht unbedingt ein gültiges Argument. Konzerne sind ja von jeher immer für mehr Regulierung ihrer Konkurrenten. Es gibt aber aus meiner Sicht nicht nur die Pflicht, sondern auch die Chance, eine sinnvolle europäische Regulierung hinzubekommen. Dafür müsste aber ein grundsätzliches Umdenken stattfinden, weg von der Hardwarefixierung der Hersteller, und auch der Politik, hin zu einer Plattformdenkweise. Bisher bedeutet Regulierung von Plattformen nämlich oft, ein neues Geschäftsmodell ganz grundsätzlich zu erschweren, um das alte zu schützen. Das ist hanebüchchen, kontraproduktiv und funktioniert höchstens temporär. Gleichzeitig verhindert es, dass bisher erfolgreiche Konzerne sich transformieren können.

Welche Rolle werden Dienstleistungen spielen in der Zukunft der Mobilität?

» **Lobo:** Die beinahe alleinige Rolle. Wenn man es mit etwas Abstand betrachtet, dann ist bereits heute das geleaste Auto eine Sonderform der Dienstleistung und nicht unbedingt nur ein Produkt. Die strenge Unterscheidung zwischen Dienstleistung und Produkt ist ein Ding des 20. Jahrhunderts, eine prädigitale Veranstaltung, hinter der eine fatale Offlinedenkweise steht. Nämlich der Fehlglaube, man könne im 21. Jahrhundert noch ein dingliches Produkt ohne jeden digitalen, vernetzten Servicelayer anbieten. Grausig, zum Scheitern verurteilt, völlig zu Recht natürlich. Mit der digitalen Vernetzung verschwimmen Produkt und Service bis zur Ununterscheidbarkeit, und das ist auch gut so. Können Sie sich ein iPhone vorstellen ohne App Store und ohne Sicherheitsupdateservice? Nein.

Das eigene Auto war über viele Jahrzehnte das Statussymbol schlechthin, an dem sich der individuelle wirtschaftliche Erfolg ablesen ließ. Durch raffinierte Finanzprodukte hat sich das zwar schon ein Stück weit relativiert – im Prinzip kann beinahe jeder für ein paar Hundert Euro im Monat ein Statussymbol leasen oder finanzieren, aber sehnen sich nicht die meisten Menschen im Mainstream nach so einem Statussymbol? Wenn das eigene Auto das nicht mehr sein kann, was wird es ersetzen?

Plattformökonomien verlagern die Wertschöpfung vom Dinglichen ins Digitale, prophezeit Sascha Lobo.



„Das Automobil spreizt sich auf in unterschiedliche Produkte, und wirklich Zukunft haben darunter nur die software- und netzbaasierten Produkte und Plattformen.“

» **Lobo:** Es ist ja heute schon messbar, dass eine digitale Generation dieses Statussymbol nicht mehr so relevant findet, jedenfalls in den gebildeteren Schichten. Wenn man sich mit den Personalabteilungen unterhält, dann ist das Thema Dienstwagen heute sehr viel weniger attraktiv, stattdessen möchten die jungen, gut ausgebildeten Leute Homeoffice. Sogar in den USA sinken die Zahlen der Jugendlichen, die den Führerschein machen, und das obwohl dieses Dokument dort eine Art Ersatzpersonalausweis ist. Das deutet ja darauf hin, dass das Auto als Statusanzeige langsam verblasst. Das hat aus meiner Sicht weniger mit dem Gefühl zu tun, es könne sich jeder leisten, sondern eher mit anderen, einfacheren und persönlicheren Erfolgsanzeigen. Sie können ja mal einen Test bei 19-Jährigen machen: Wollt ihr lieber ein Auto für 100.000 Euro oder 100.000 Follower auf Instagram? Dann kriegen Sie eine interessante Antwort, die viel über neue und alte Statussymbole sagt.

Wie geht es weiter mit der Digitalisierung? Können die Europäer den Vorsprung der Chinesen überhaupt noch aufholen? Oder werden wir zum digitalen Entwicklungsland?

» **Lobo:** Ein digitales Entwicklungsland sind wir bereits in vielen, aber zum Glück nicht allen Bereichen. China hat gezeigt, dass der Vorsprung Kaliforniens aufholbar ist, als man in Europa nur geredet hat, wenn überhaupt. Natürlich liegt das auch an den autoritären Strukturen und dem erbarungslosen Hyperkapitalismus in China. Trotzdem lautet das gegenwärtige Digitalzeugnis für Deutschland: stark versetzungsgefährdet. Trotzdem gibt es Grund für einen gewissen Optimismus, denn ich beobachte seit zwei, drei Jahren eine immer größere Aufgeschlossenheit gerade von Konzernen und mittelständischen Unternehmen. Und das bei einer noch immer unfassbar starken Wirtschaftskraft in diesem Land. Denn noch funktionieren die deutschen Erfolgsrezepte hervorragend. Es ist bloß ein Grundmuster der Digitalisierung, dass sie irgendwann – fast über Nacht – nicht mehr sinnvoll anwendbar sind. Es wäre super, wenn man dann schon die neuen Erfolgsrezepte auf den Weg gebracht hätte. ■