



Bild: ©Flamingo Images/stock.adobe.com

Co-Creation in Japan

So können Autobauer im Innovationswettbewerb Schritt halten

Im Zuge der rasanten Veränderungen in der Automobilindustrie hat auch das Tempo für die Entwicklung innovativer Ideen deutlich angezogen. Bei gleichzeitigem Fachkräftemangel, der vielen Branchen bei der Entwicklung neuer Produkte und Services zu schaffen macht, müssen neue Modelle der Zusammenarbeit entwickelt werden. Die japanische IT-Beratung NTT DATA stellt sich hierauf ein und bietet ihren Kunden Co-Creation an, um gemeinschaftlich Innovationen entwickeln zu können.

Um sich ein innovatives Produkt auszudenken, braucht man im Wesentlichen zwei Dinge. Zum einen kreative Ideen und zum anderen das Wissen darüber, was technisch und ökonomisch überhaupt möglich ist. Letzteres wird immer umfangreicher und komplexer, weshalb der Austausch von Know-how in allen Branchen und die gemeinsame Entwicklung von Lösungen eine immer

größere Rolle einnimmt. Und genau hier wirkt der Co-Creation-Ansatz. Das IT-Beratungshaus, das zum japanischen Telekommunikationsgiganten NTT gehört, setzt schon seit Langem auf Co-Creation. So ist das Unternehmen Mitgründer des „Automotive Edge Computing Consortium“. Das aus weltweit führenden Unternehmen zusammengesetzte Consortium verfolgt unter anderem das Ziel, die Netze mit er-

höherer Netzkapazität durch Edge-Computing zu optimieren, um große Datenmengen zwischen Fahrzeugen und der Cloud übertragen zu können. Bereits 2017 hat NTT mit Toyota eine Kollaboration vereinbart, in deren Mittelpunkt die Entwicklung, Erprobung und Standardisierung von Technologien rund um das Themenfeld Connected Car steht. Zu den Zielen des Wissens- und Technologieaustauschs der beiden japanischen Unternehmen zählen die Verbesserung des Verkehrsmanagements und neue Mobility Services. Zu diesem Zweck setzen sie unter anderem auf Big Data-Analysen von Fahrzeugdaten sowie KI-Anwendungen im Auto. Einen weiteren Schwerpunkt bilden IoT-Netzwerke und die Data Center-Optimierung für Übertragungen zum Fahrzeug. Zudem stehen 5G und die Möglichkeiten des Edge Computing im Fokus der Kooperation. 2018 ist ein weiteres Co-Creation Projekt gestartet, das das autonome Fahren unterstützt: Das Toyota Research Institute-Advanced Development, Maxar Technologies und NTT DATA arbeiten daran, automatisierte HD-Karten für autonome Fahrzeuge zu entwickeln. Die Karten sollen auf hochauflösenden Satellitenbildern aufbauen. Keines der Unternehmen könnte solch komplexe Projekte allein stemmen. Die Unternehmen sind Experten in ihrer Branche. NTT DATA, wenn es darum geht, IT-Infrastrukturen aufzubauen, mit riesigen Datenmengen umzugehen und darauf basierend die Geschäftsmodelle der Zukunft zu entwickeln. Das Industrie-Know-How bringen die Branchenvertreter ein. Die Entwicklung eines vernetzten Fahrzeuges oder Mobilitätsdienstes erfordert, dass beides zusammengebracht wird. Ein Dienstleister wie NTT DATA bringt neben dem IT-Know-How in der Automobilindustrie auch Expertise aus anderen Branchen mit. So lassen sich Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten und neue Ideen können entwickelt werden.

Co-Creation als Instrument für innovative Financial Services

Die Mobilitätswende sorgt dafür, dass OEMs und andere Branchen immer mehr zusammenwachsen. So wird

auch der Bereich Financial Services in den Geschäftsmodellen der Autobauer immer wichtiger. Auch hier wirkt Co-Creation zur Ideen- und Lösungsfindung. NTT DATA begleitet z.B. einen japanischen OEM beim Aufbau einer Innovationseinheit. Das Ziel: Mithilfe von Methoden wie agilem Projektmanagement eine Co-Creation-Kultur im Unternehmen zu verankern. So sollen die Herausforderungen, vor denen die Autobanken stehen, in Angriff genommen werden. Mit sinkenden Absatzzahlen wird das bisherige Geschäftsmodell der Autobanken, die Finanzierung von Neuwagen, ins Wanken geraten. Neue Ideen müssen her. Die von NTT DATA aufgebaute Innovationseinheit arbeitet mit Unternehmen verschiedener Branchen daran, ein auf Mobilitätsabonnements basierendes Konzept zu entwickeln.

Die Wertschöpfung der Zukunft

Die Erfahrung von NTT DATA zeigt, Co-Creation wird die Wertschöpfung der Zukunft. Um in der Geschwindigkeit am Markt mitzuhalten wird der Zugriff auf die jeweiligen Experten wichtig sein. Dies gelingt besser durch geeignete Modelle der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Branchen. ■

Die Autoren: Ralf Malter ist Geschäftsführer NTT DATA Deutschland für Automotive & Manufacturing und Dieter Loewe ist Chief Client Officer bei NTT DATA Deutschland.

de.nttdata.com

Vorteile von Co-Creation

Neue Ideen durch branchenübergreifenden Austausch

Die Digitalisierung lässt viele Branchen enger zusammenwachsen. Vor dem Hintergrund des autonomen Fahrens wird der Mobilitätsmarkt plötzlich auch für Banken oder Telekommunikationsdienstleister interessant. Bei den Autobauern selbst haben es plötzlich Ingenieure mit IT-Experten zu tun. Das kann für Konflikte sorgen, bietet aber vor allem einen großen Vorteil: Die wachsende Diversität sorgt für bessere Ideen.

Know-how entlang der kompletten Wertschöpfungskette nutzen

Von der Konzeption neuer Geschäftsmodelle, der Entwicklung von IT-Systemen bis zur Umsetzung und dem Hosten von Serverfarmen können IT-Partner den Kunden mit Wissen aus allen relevanten Bereichen beim Wandel zu einer digitalen Firma unterstützen.

Partnerschaftlich Neues erschaffen

Neues schaffen, was für alle Partner einen Nutzen bringt. Dabei ist ein ehrliches und transparentes Interesse wichtig. Es geht nicht nur darum Kompetenzen zu bündeln, um Entwicklungskosten zu sparen oder Entwicklungsaufgaben extern zu vergeben. Bei echten Co-Creation-Partnerschaften ergänzen Unternehmen einander mit dem Ergebnis einer branchenübergreifenden Wertschöpfung.

Kurze Innovationszyklen durch effiziente Ressourcennutzung

Durch die optimale Nutzung aller verfügbarer Ressourcen können kürzere Innovationszyklen erreicht werden. Das spart nicht nur Zeit, sondern auch Kosten. Denn: Co-Creation Partner bündeln idealerweise alle Ressourcen entlang der Wertschöpfungskette und eröffnen so gemeinsame Einsparungspotenziale. Durch die schnelleren Innovationszyklen ergibt sich zudem ein wichtiger Vorteil gegenüber dem Wettbewerb.

Co-Creation: Methode für dringend notwendige Innovationen

Neue Wettbewerber, neue Chancen durch Datenschätze, neue Plattformen, neue Geschäftsmodelle? Co-Creation ist nicht nur sinnvoll, weil sie Vorteile bringt, sondern auch, weil sie oft unumgänglich ist. Nur wer in der Lage ist, mit neuen Partnern kreative Ideen zu entwickeln, Daten geschäftsfördernd zu nutzen und Prozesse zu optimieren, wird auch künftig noch am Markt bestehen können.