



Torsten J. Gerpott

Connected Car

Work in Progress # 174

September 2019

Zusammenfassung

Work in Progress # 174

www.zftm.de

Connected Car

Ein „connected car“ ([CC], vernetzter Personenkraftwagen [Pkw]) ist ein Auto, in dem körperliche Funktionseinheiten (Hardware) und zumeist diese Komponenten steuernde digitale Programme (Software) fest eingebaut sind, die unabhängig vom Fahrzeug in dessen Umwelt existierende Informationen digital verarbeiten, um die Fahrsicherheit und -effizienz sowie das physische und psychische Wohlergehen der Insassen gegenüber einem Pkw mit geringerem Vernetzungsgrad vor, bei und nach Fahrten zu verbessern. Digitale Pkw-Konnektivität lässt sich in die drei Bereiche (1) fahrzeuginterne Vernetzung, (2) fahrzeugexterne Verbindung zu Internetbasierten Anwendungen über Telekommunikationsnetze und (3) Vernetzung mit anderen Verkehrsteilnehmern sowie Elementen der Verkehrsinfrastruktur als Grundlage für die

Erhöhung des Automatisierungsgrades beim Fahren gliedern. In der betriebswirtschaftlichen Strategieforschung werden bislang primär strategische Kooperationen von Anbietern von CC-Systembausteinen sowie die Positionierung als technischer Pionier oder Folger analysiert. Schwerpunkte der Marketingforschung zu CCs sind die Produkt- und Preisgestaltung zur Erhöhung der Kundenakzeptanz. In rechtswissenschaftlichen Arbeiten stehen Fragen der Haftung, Gestaltung von Verbraucherverträgen und des Daten-/Grundrechtsschutzes sowie des Umgangs mit ethischen Dilemma-Situationen bei (weitgehender) Pkw-Steuerung durch Algorithmen, die sich aus einem zunehmenden Grad der digitalen Vernetzung von Fahrzeugen ergeben, im Vordergrund.



Univ.-Prof. Dr.
Torsten J. Gerpott

Leiter des Lehrstuhls Unternehmens- und Technologieplanung, Mercator School of Management, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg

© 2019

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
1. Grundlagen	6
// 1.1 Connected Car: Präzisierung und Anbieterziele	6
// 1.2 Digitale Vernetzungsbereiche	7
// 1.3 Optionen zur Anbindung von Connected Car-Nutzern	8
2. Sozialwissenschaftliche Forschungsschwerpunkte zu Connected Cars	10
// 2.1 Betriebswirtschaftliche Strategieforschung	10
// 2.2 Marketingforschung	11
// 2.3 Juristische Forschung	13
3. Perspektiven	15
Literaturverzeichnis	16