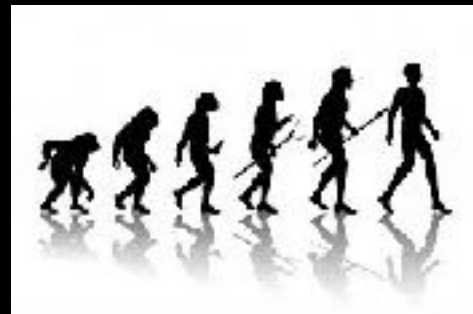


MOBILITÄT NEU DENKEN

Nutzerzentrierung als Erfolgsfaktor der neuen Mobilität

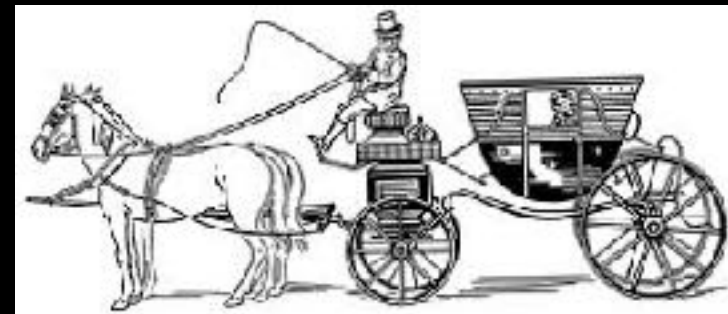
Evolution in der Mobilität



ZU FUSS

1.0

Steinzeit



KUTSCHE

2.0

Neuzeit



AUTO

3.0

Heute



SMART UND ROBOTISIERT

4.0

Morgen

Effektiver, effizienter und zufriedenstellender sein Ziel erreichen



Die 4 großen **Herausforderungen** in der Mobilität



Veränderungen im Produkt und Infrastruktur

Elektromobilität, autonome Fahrzeuge (KI-gesteuert), neue Fahrzeugtypen (Drohnen), Product as Ecosystem (IoT), Smart Contracts ...



Nutzerspezifische Veränderungen

Smartphones, Alexa, Shared-Economy, situativ relevante Mobility-Services...



Wirtschaftliche Veränderungen

Economy of Scale, eCommerce, Cars as a Service, Mobility Services, Data Driven Business, DSGVO...

Die GröÙte der 4 **Herausforderungen** in der Mobilität



Nutzerzentriertes Denken

User Experience
Usability
Situative Relevanz
Problem solving

...

ELEMENTARES VERSTÄNDNIS

Es geht nicht um die Technologie,
sondern um den **Nutzen für den Menschen!**

DIE ZENTRALE FRAGE DER DIGITALISIERUNG

Wie nutze ich **innovative Technologien**
um effektiver, effizienter und zufriedenstellender
Probleme des Menschen zu **lösen?**

DIGITALE TRANSFORMATION

Digitale Transformation = Mentale Transformation

DIGITALE TRANSFORMATION

Denken 1.0

Analog

Marke	→	User Experience
Mehrwert	→	Usability
Produkt	→	Plattform
Zielgruppe	→	Mensch
Inhalt	→	Service
Besitztum	→	Nutzung
Marketing	→	Matching
Werbung	→	Situativ relevantes Positioning
Pharma	→	Life Science
Leistung	→	Wirkung
Auto	→	Mobilität
Beraten	→	Befähigen
Mitarbeiter	→	Mitdenker
Datenschutz	→	Datennutz
Berater	→	Robo-Advisor
Print	→	Digital Assistent
Immobilie	→	Space
Kunden-orientiert	→	Kunden-zentriert
Produkt	→	Nutzen
Daten	→	Service
Graphical User Interfaces	→	Natural User Interfaces
Handelsfläche	→	Erlebnisfläche
Technologie	→	Nutzen

Denken 4.0

Smart & Robotic

Die Erfolgsformel der Digitalisierung / der neuen Mobilität

$$\begin{array}{ccccccc} \text{User Centricity} & + & \text{IoT Technologien} & = & \text{Erfolg} \\ \text{DENKEN} & & \text{VERSTEHEN} & & \text{WIRKUNG} \end{array}$$

USER CENTRICITY

Die beiden Hauptfaktoren der **Nutzerzentrierung**

Usability

Aufwand & Zeit zur Zielerreichung

+

situative Relevanz

Das auf das wesentliche Reduzierte

DER NATÜRLICHE TREIBER FÜR VERÄNDERUNG

Usability

Den Aufwand und die Zeit, die jemand benötigt, um sein Ziel zu erreichen.

EN ISO 9241-111

USABILITY

Don't make me think!





Natürliche Trampelpfade



Betreden
verboten



Betreden
verboten



PLEASE
KEEP OFF
THE GRASS





Mind the Natural Human Behaviour



User experience

Design

**Der natürliche Treiber für
menschliche Veränderungen und neue Mobilität
ist immer die Usability**

DIGITALE TRANSFORMATION

Die größte **Herausforderungen** in der neuen Mobilität



Nutzerzentriertes Denken

Welche Branche denkt wie?

Früher

Kutsche



Schnellere Pferde

Heute

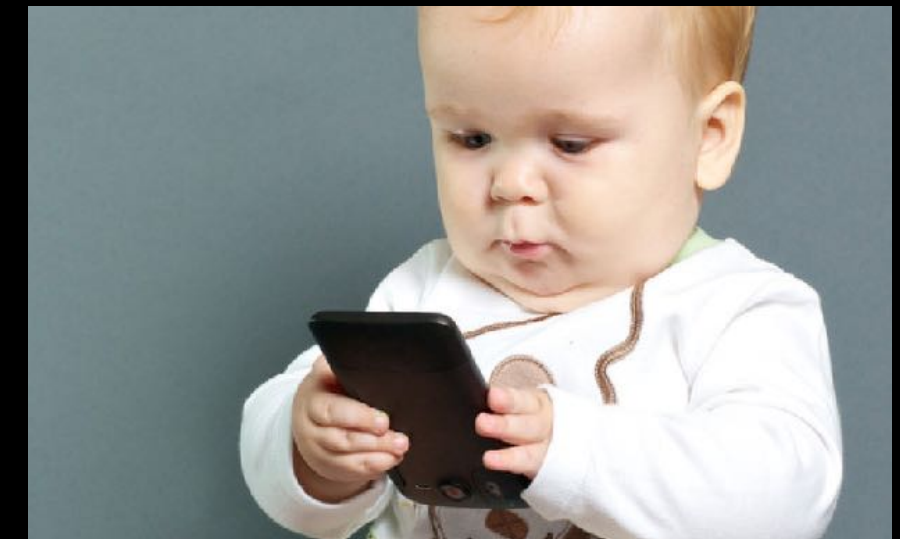
Automobil



Mehr PS

Zukunft

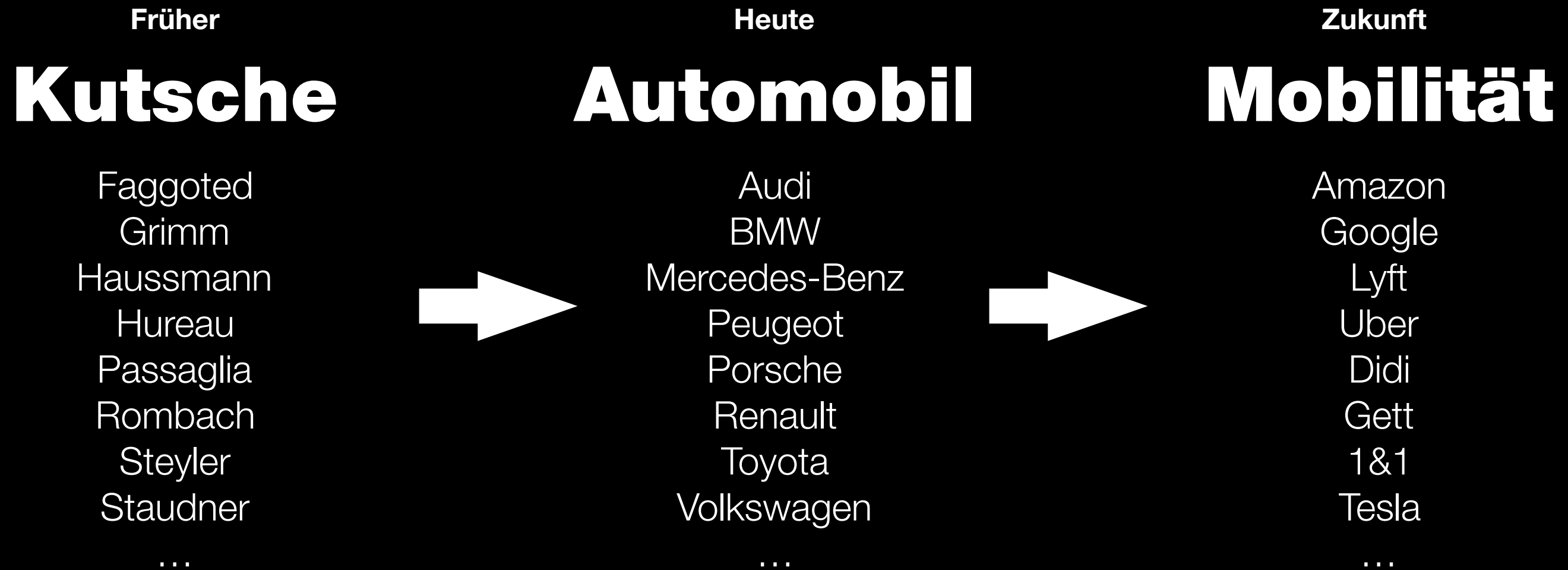
Mobilität



Nutzer

Das Dilemma der Etablierten

WER SCHAFFT DEN SPRUNG IN DIE NEUE ÄRA?



Keiner der etablierten Kutschenbauer hat es in die neue Ära „Automobil“ geschafft!

DIGITALISIERUNG

Im Mittelpunkt der neuen Mobilität steht **der Mensch**
und nicht mehr das Produkt!



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

ZEIT FÜR EIN PAAR FRAGEN

SENSORY-MINDS GMBH

PROFESSOR WOLFGANG HENSELER

Managing Creative Director

Ludwigstrasse 12
63067 Offenbach am Main

T +49. 69. 847 789 913


M +49. 173. 702 6197

E w.henseler@sensory-minds.com

Follow us on:

 www.twitter.com/sensoryminds

 www.vimeo.com/sensoryminds

 www.flickr.com/people/sensoryminds

 www.facebook.com/sensoryminds



www.amazon.de/dp/B07DNC6H11