

# Wissenslücke Fuhrparkdaten: Viel Potenzial für Produktivität



Eine Studie im  
Auftrag von Ford Pro



# Vorstellung der Studie

Diese von Ford Pro beauftragte Studie umfasst die Befragung von 3.000 Nutzfahrzeugfahrern und 150 Flottenmanagern in den USA, Deutschland, Großbritannien, Italien, Frankreich und Spanien. Die Fahrer wurden hierfür zwischen dem 19. Dezember 2024 und dem 2. Januar 2025 befragt.

In Europa übernahm Censuswide die Befragung. Das Unternehmen beschäftigt Mitglieder der Market Research Society (MRS) und befolgt den Verhaltenskodex der MRS sowie die ESOMAR-Grundsätze. Censuswide ist auch Mitglied des British Polling Council.

Die US-Umfrage führte Morning Consult durch. Die Fehlermarge beträgt +/- 5 Prozentpunkte für die gesamte Zielgruppe bei einem Konfidenzniveau von 95 Prozent. Die Stichprobe von 150 Nutzfahrzeug-Flottenmanagern befragte der B2B-Spezialist NewtonX in den USA, Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Italien, Frankreich und Spanien zwischen dem 30. Dezember 2024 und dem 10. Januar 2024.

Die Fehlerquote beträgt +/- 5 Prozentpunkte für die Gesamtzielgruppe bei einem Konfidenzniveau von 95 Prozent.

## Die Untersuchung wurde von Burson Data & Intelligence analysiert.

Für die Zwecke dieses Berichts gilt ein Unternehmen als kleines Unternehmen, wenn es 1 bis 10 Transporter betreibt; als mittelgroßes Unternehmen, wenn es 11 bis 50 und als großes Unternehmen, wenn es mehr als 50 Transporter einsetzt.



# Vorwort

**Die Daten vernetzter Firmenfahrzeuge sind der Schlüssel für die Effizienz des Fuhrparks. Sie dienen praktisch als Fitness-Tracker für Ihre Flotte und helfen Ihnen, die Effizienz von Fahrzeugen und Fahrern zu optimieren. Denn sie stellen sowohl Echtzeit-Updates als auch kumulative Daten für tiefere Analysen und umfassendere betriebliche Einblicke bereit.**

Akkurate Echtzeit-Informationen direkt aus Ihren Firmenfahrzeugen bieten heutzutage ein kaum zu überschätzendes Potenzial, um bestimmte Herausforderungen zu lösen und Verbesserungen zu erzielen: weniger Leerfahrten, geringere Ausfallzeiten für Wartungsarbeiten, eine bessere Routenplanung, Einsparungen bei Kraftstoff und Ladegebühren, Erfassung des Verhaltens Ihrer Fahrer sowie deren Schulung und vieles mehr. Zeitgleich lassen sich mit den Daten Risiken für die Beschäftigten und den Betrieb verringern – etwa durch Informationen über das Anlegen des Sicherheitsgurtes, die Erfassung von Geschwindigkeitsüberschreitungen oder scharfen Bremsmanövern.

Fahrer und Fuhrparkmanager erkennen zunehmend den transformativen Wert dieser Daten. Zugleich zeigt diese neue, im Auftrag von Ford Pro erstellte Studie, dass ein beträchtlicher Teil der Betriebe viele zentrale Vorteile nicht nutzt, weil es Bedenken hinsichtlich der Datennutzung, des Verständnisses und des Vertrauens in Nutzfahrzeugmarken und Dritte gibt. Für diesen Report wurden mehr als 3.000 Transporter-Fahrer und 150 Flottenmanager in Europa und den USA befragt – dabei zeigten sich deutliche Wissenslücken. So verständlich es ist, dass sich Fahrer und Fuhrparkleiter Sorgen um den Datenschutz machen, der immer Priorität haben sollte: Der Schlüssel zur Überwindung dieses Problems liegt darin, die

richtigen Informationen bereitzustellen und über die möglicherweise verpassten Benefits aufzuklären. Derzeit klafft eine Lücke zwischen den versiertesten Nutzern, die die Chancen der vernetzten Daten erkennen und nutzen, und denjenigen, die sich noch immer ausschließlich auf traditionelle Management-Tools verlassen und das Potenzial der Daten zur Zeit- und Geldersparnis nicht ausschöpfen. Als Branche müssen wir diese Lücke schließen – und zwar schnell.

Natürlich bleibt die Datensicherheit dabei ein Faktor und in gewisser Weise ein Hindernis für Unternehmen, die Software-Angebote zu nutzen. Diese Studie belegt jedoch, dass die Gründe für Ressentiments viel tiefer liegen. Auf den folgenden Seiten untersuchen wir die Ursachen dieser Diskrepanz und die notwendigen Schritte, um sie zu schließen und unsere gemeinsame Transformation zu beschleunigen.

Ford Pro möchte die Produktivität seiner Kunden maximieren, indem wir Ihnen helfen, den Einsatz Ihrer Fahrzeuge – die wir als Herzstücks Ihrer Unternehmen sehen – zu optimieren. Ein Firmenwagen, der nicht im Einsatz ist, bedeutet für ein Unternehmen verlorene Zeit und verlorenes Geld. Dies kann sich für Unternehmen aller Größenordnungen sehr nachteilig auswirken. Um dies zu vermeiden, geben wir Fahrzeugbetreibern die Werkzeuge an die Hand, die sie benötigen, um die Macht der



Daten für ihr Unternehmen zu nutzen. Unsere Ford Pro Intelligence-Plattform integriert nahtlos Daten von Fahrzeugkomponenten, Sensoren, Dashcams und EV-Ladegeräten in die Flottenmanagement-Software. So liefert sie einen umfassenden Überblick über den Betrieb einer Flotte – auf einen Blick und rund um die Uhr.

Wir wollen den Betrieb Ihrer Nutzfahrzeuge so einfach und problemlos wie möglich gestalten, indem wir alles, was Sie brauchen, auf einer Plattform zusammenfassen. Damit ein Unternehmen florieren kann, muss es die Produktivität und Betriebszeit seiner Fahrzeuge maximieren. Diese Studie zeigt, wie Daten dazu beitragen können.

Ich hoffe, Sie nehmen neue Erkenntnisse daraus mit, und freue mich auf die Zusammenarbeit mit Ihnen im Jahr 2025 und darüber hinaus.

**Hans Schep**  
General Manager Ford Pro Europa

# Zusammenfassung

**Das Potenzial von Software und Daten, Geschäftsabläufe zu verbessern und Ineffizienzen zu reduzieren, ist unbestritten. Heute verändern vernetzte Fahrzeuginformationen in rasantem Tempo sowohl die Nutzfahrzeugindustrie als auch große und kleine Unternehmen, die auf Transporter angewiesen sind.**

Gleichzeitig können Datenschutz und Sicherheit für Firmen, die Transporter einsetzen, und für die Fahrer selbst ein strittiges Thema sein. Weil Ford Pro die Unternehmen bei der Nutzung vernetzter Fahrzeugdaten unterstützen möchte, wollten wir mehr darüber erfahren, wo es hakt. Aus diesem Grund haben wir diese neue Studie in Auftrag gegeben. Sie soll unser Verständnis darüber verbessern, wie Unternehmer und ihre Fahrer, Flottenmanager sowie Fuhrparkbetreiber in Europa und den USA derzeit ihre Daten nutzen und wie sie den Datenschutz, die Sicherheit und die Verarbeitung von Daten je nach Marke und Markt einschätzen. Die Ergebnisse beeindrucken.

Wichtigste Erkenntnis. Rund um die Daten vernetzter Nutzfahrzeuge existiert eine Lücke, die aus drei Hauptkomponenten besteht:

## Die Wertschöpfungslücke

Generell betrachten sowohl Transporter-Fahrer als auch Fuhrparkmanager in Europa und USA einen guten technischen Zustand der Firmenwagen als oberste Priorität für einen störungsfreien Geschäftsbetrieb. Dennoch schöpfen mehr als ein Drittel der Transporter-Fahrer (46 %) und ein Viertel der Fuhrparkmanager (25 %) das Potenzial, das sich aus der Analyse von Fahrzeugzustandsdaten ergibt, im täglichen Betrieb nicht aus.



## Die Wissenslücke

Die Vorteile von Telematik-Systemen gelten als allgemein bekannt. Dennoch wissen weltweit weniger als ein Drittel der Fahrer von Lieferwagen und etwas mehr als die Hälfte der Fuhrparkmanager (57 %) „viel“ darüber, wie sie Telematik nutzen können, um Zeit und Geld zu sparen. Bei Fahrern kleiner Unternehmen (1 bis 10 Fahrzeuge) sinkt der Anteil auf ein Zehntel der Befragten. Sie nutzen Tracking und Leistungsüberwachung nur halb so häufig wie Fahrer größerer Flotten.

## Die Datenschutzlücke

Längst werden Daten vernetzter Fahrzeuge intensiv genutzt. Dennoch äußern 94 Prozent der Fahrer von Lieferwagen und 97 Prozent der Flottenmanager Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes und der Datensicherheit – insbesondere im Hinblick auf die Datenerfassung ohne Zustimmung (42 %), die Weitergabe an Dritte (40 %) und Datenschutzverletzungen (40 %).

Diese Studie stellt zudem heraus, dass das Vertrauen von Inhabern kleiner und großer Unternehmen mit Transporter-Flotten hohen Stellenwert besitzt. Flottenmanager und Transporter-Fahrer bringen den Nutzfahrzeug-Herstellern dabei mehr Vertrauen entgegen als Drittanbietern von Flottenmanagement-Diensten.

Nur wer sich diesem Thema stellt und es angeht, kann das Potenzial der vernetzten Fahrzeugdaten voll ausschöpfen. Ist Ihr Unternehmen bereit, den nächsten Schritt zu gehen?

# Einleitung: Mehr Verständnis schaffen

Vernetzte Fahrzeugdaten treiben 2025 einen raschen Wandel in der gesamten Nutzfahrzeugbranche voran.

24 % Wachstum bei kostenpflichtigen Abonnements im 2. Quartal 2025 vs. Vorjahreszeitraum  
auf heute fast  
757.000

[Berg Insight](#) prognostiziert einen starken Zuwachs an aktiven Flottenmanagementsystemen in Europa von 16,3 Millionen Einheiten im Jahr 2023 auf voraussichtlich 27,6 Millionen im Jahr 2028. Dieses Wachstum unterstreicht, dass die Branche den Wert vernetzter Fahrzeugdaten auch auf globaler Ebene zunehmend anerkennt. Ford Pro verzeichnete im zweiten Quartal 2025 einen Zuwachs von 24 Prozent bei den zahlenden Abonnenten auf rund 757.000. Seit 2023 ist die Zahl der vernetzten Fahrzeuge, die Ford Pro-Kunden einsetzen, um 40 Prozent auf 5,2 Millionen gestiegen.

Heute scheint eine Art Tauschgeschäft nötig zu sein, damit das Beste aus Daten und Software herausgeholt wird, wie Jeremy Gould, Direktor Ford Pro Intelligence Europa, erklärt: „Bei den sich entwickelnden datengetriebenen Lösungen müssen wir die Kunden aufklären und ihnen helfen, den Wert zu verstehen, den sie aus den Daten ziehen, damit sie das Angebot gerne annehmen.“

„Wir müssen den wahren Wert der heutigen Daten vernetzter Fahrzeuge besser erklären. Die Möglichkeiten bestehen, wir brauchen sie nur gemeinsam zu entfalten. Wir bei Ford Pro möchten sicherstellen, dass sich unsere Kunden wohlfühlen, wenn sie uns Zugang zu ihren Daten gewähren. Nur so können sie in die Vorteile, die vernetzte Fahrzeugdaten bieten können, wirklich nutzen – das ist ein wichtiger Schwerpunkt für uns als Unternehmen.“

# „Datensicherheit ist bei Ford Pro nicht irgendein Merkmal, sondern ein Grundprinzip.“

## Sicherheit ist der Eckpfeiler

Sei es in großen oder kleinen Unternehmen: Wer mit oder in einem Fuhrpark arbeitet, erwartet, dass seine Daten geschützt und in guten Händen sind. Dies beginnt bei der Datensicherheit. Im Fall von Ford Pro haben wir robuste Sicherheitsmaßnahmen in die Software-Lösungen integriert, um die sensiblen Daten der Kunden vor unbefugtem Zugriff und Missbrauch zu schützen.

Dieses Engagement für die Datensicherheit wurde uns vielfach bestätigt: Unsere Ford Pro-Software-Lösungen entsprechen der ISO-Norm 27001. Ford Pro Telematics, Telematics Essentials und E-Telematics sind [weltweit für ihr Informationssicherheits-Management](#) anerkannt und setzen hohe Maßstäbe für die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit von Kundendaten.

Jeremy Gould unterstreicht: „Datensicherheit ist bei Ford Pro nicht irgendein Merkmal, sondern ein Grundprinzip.“

## Eingebettete Technologie ist der Schlüssel für Unternehmen

Statt Aftermarket-Hardware zur Datenerfassung wie PIDs (Plug-in-Devices) nutzen Unternehmen zunehmend eingebettete OEM-Lösungen, da diese in einzigartiger Weise die Überwachung des Fahrzeugzustands und die Live-Fahrzeug-Tracking mit integrierten Daten unterstützen. Ford Pro-Fahrzeuge mit integrierten Datenerfassungsfunktionen bieten ein höheres Maß an Sicherheit für Ihre Daten, denn PIDs lassen sich von Fahrern, die nicht getracked werden möchten, ebenso leicht entfernen wie von Fahrzeugdieben.

Außerdem vermeiden Unternehmen dadurch Zusatzkosten durch die Standzeiten der Transporter während der Installation der Hardware.

Hingegen liefern die eingebauten Fahrzeugmodems hochwertige, präzise Fahrzeugdaten direkt an die Ford Pro Intelligence-Plattform. Dies gibt

Fuhrparkmanagern die Möglichkeit und Sicherheit, ihrer Fahrzeuge in beide Richtungen zu kontrollieren – einschließlich der Fernverriegelung und -entriegelung des Fahrzeugs, der Geschwindigkeits- und Beschleunigungssperren und des Geofencing.

Dies ist nur mit dem eingebetteten und integrierten Ökosystem von Ford Pro möglich. Darüber hinaus bietet Ford Pro Intelligence aufschlussreiche Informationen, die Kunden bei der Umstellung auf Elektrofahrzeuge unterstützen und ihnen aufzeigen, wie sie diese Fahrzeuge optimal einsetzen. Das reicht von der Überwachung des Ladeverhalts über die Vorkonditionierung (z.B. Innenraumtemperatur) per App und Warnungen bei niedrigem Ladezustand bis hin zu einer verbesserten Gesamtleistung eines Elektro-Transporters.

Firmen, die Transporter betreiben, stellen oft unterschiedliche Anforderungen, wie sie ihre Daten vermittelt bekommen möchten.



Hardware wie PIDs ermöglicht es ihnen, Flottendaten auch dann zu sammeln, wenn sie Fahrzeuge unterschiedlicher Hersteller nutzen. Hier gilt es, die Bedürfnisse eines Unternehmens zu verstehen und ihm gerecht zu werden.

Jeremy Gould führt dies weiter aus: „Auf dem Weg zu einer Ära Software-definierter Fahrzeuge wird die Differenzierung mehr und mehr durch Software-gesteuerte Dienste erfolgen. Im Vergleich zu traditionellen Telematik-Anbietern können OEMs dank ihrer einzigartigen Position den Kunden dabei helfen, die digitale und die physische Welt zu integrieren.“

Die OEMs stehen also auf der Pole-Position, um Unternehmen weiterzubringen. Legen wir los.

# Teil 1

---

# Die Wertschöpfungs- lücke



# Viele Flottenentscheider vertrauen auf Telematik. Dies zeigt sich bereits am weltweiten Anstieg der Abonnements für Ford Pro-Telematik-Produkte. Die große Nachfrage deutet darauf hin, dass Unternehmen zunehmend die sich ihnen bietenden Chancen erkennen.

Aber es gibt eine Diskrepanz. Weltweit besitzt der technische Fahrzeugzustand sowohl für Nutzer (53 %) als auch für Manager (75 %) oberste Priorität – sie stufen ihn höher ein als Routenoptimierung, Kraftstoff-/Elektro-Effizienz und Fahrverhalten. Dennoch überwachen 46 Prozent aller Transporter-Fahrer und ein Viertel (25 %) aller Flottenmanager die Daten zum Fahrzeugzustand im Tagesgeschäft nicht. Auf die Frage nach den von ihnen am häufigsten eingesetzten Diensten nannten die Transporter-Fahrer weltweit vor allem Routenplanung (65 %), Fahrzeug-Tracking (60 %) und Wartungsmeldungen (59 %). Bei den Fuhrparkmanagern ist die Situation ähnlich, wobei sie Fahrzeug-Tracking (89 %) und Wartungsmeldungen, die sich auf den geplanten und routinemäßigen Wartungsbedarf beziehen (81 %), häufiger nutzen als Daten zum Fahrzeugzustand (75 %). Und dies, obwohl ein Unternehmen damit außerplanmäßige Probleme und Fehler

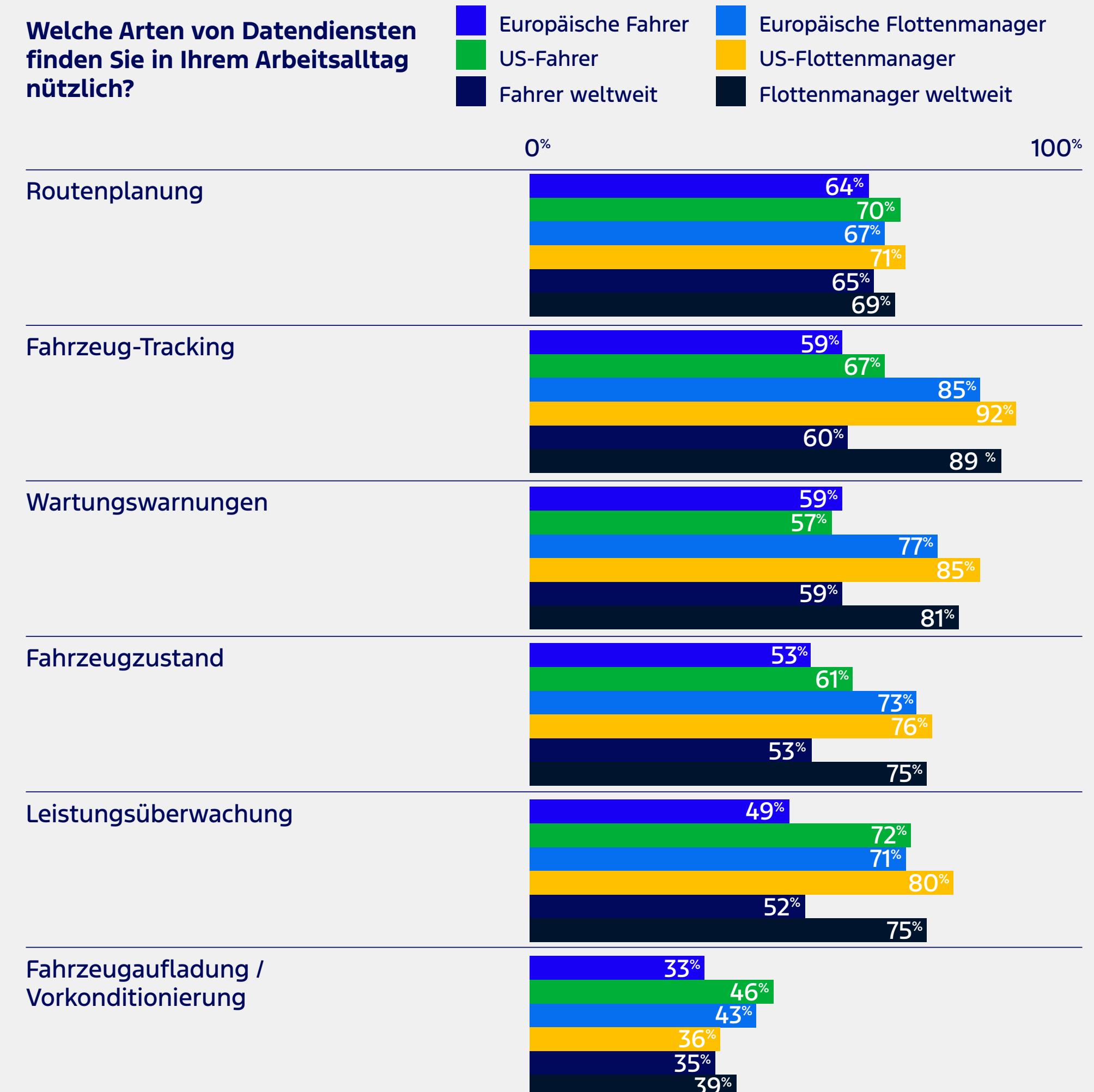
vermeiden könnte, die zu einem unerwarteten Ausfall eines Transporters führen. Das heißt im Klartext: Unternehmen nennen zwar den Fahrzeugzustand als oberste Priorität, verwenden aber keine Fahrzeugdaten-Lösungen, um diesen Bereich zu optimieren. Stattdessen priorisieren sie anderen Elementen, die ihrer Meinung nach eigentlich weniger wichtig sind.

Dies zeigt erneut, dass es eine Diskrepanz gibt, zwischen dem, was große und kleine Unternehmen weltweit von ihren Datendiensten erwarten und wie sie diese Services nutzen.

In einigen Märkten liegt der Anteil von Transporter-Fahrern, die täglich Fahrzeugzustandsdaten überwachen, deutlich unter dem globalen Durchschnitt von 54 Prozent: in Frankreich bei nur 42 Prozent und in Deutschland bei 49 Prozent. In den USA (61 %) und im Vereinigten Königreich (59 %) ist die tägliche Datennutzung zwar höher, es besteht aber immer noch ein erhebliches Defizit.

Fazit: Fast die Hälfte der Transporter-Fahrer und ein Viertel der Flottenmanager weltweit nutzen die Vorteile einer laufenden Erfassung des Fahrzeugzustands nicht. Dabei kann ein einziger Tag, an dem ein Transporter ausfällt, ein Unternehmen bis zu 580 Euro kosten. Auf der anderen Seite können Firmen nach Schätzungen von Ford Pro die geplanten und ungeplanten Standzeiten von Transportern durch eine smartere Fahrzeugwartung und -überwachung um 60 Prozent reduzieren.

## Welche Arten von Datendiensten finden Sie in Ihrem Arbeitsalltag nützlich?



# „Mit dem Software-zu-Service-Ansatz können wir auf Probleme reagieren, bevor der Kunde sie erkennt.“

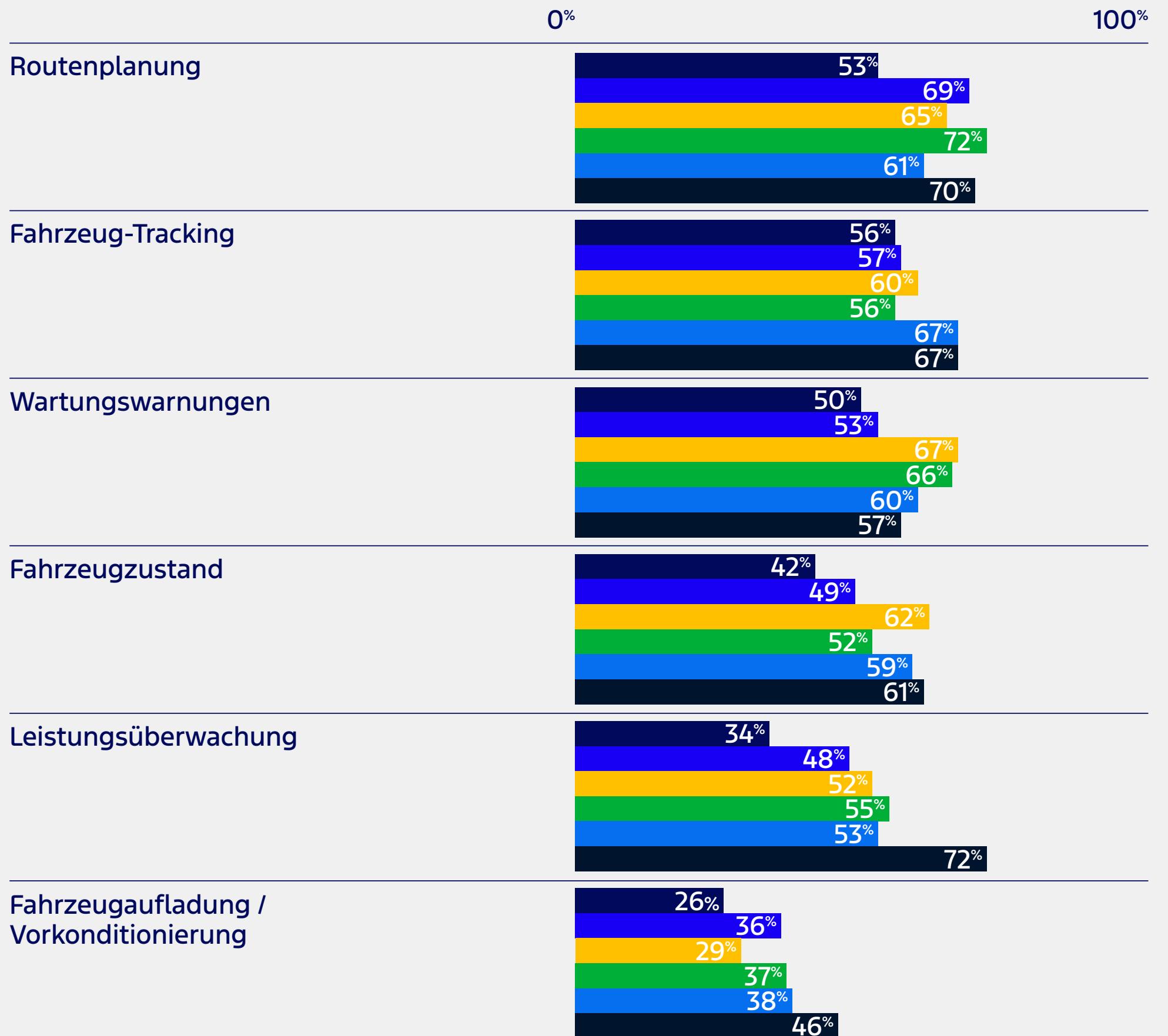
## FALLSTUDIE

Der Prüf- und Zertifizierungsdienstleister Lloyds British setzt in Großbritannien eine Flotte von 70 Transit Custom ein. Das Unternehmen nutzt den Ford Pro Mobile Service, um die Produktivität der Flotte aufrechtzuerhalten und eine maximale Betriebszeit der Fahrzeuge sicherzustellen. Die mobilen Serviceteams von Ford Pro kommen zu den Mitarbeitern von Lloyds British, warten oder reparieren deren Fahrzeuge – und zwar zu einer Zeit und an einem Ort, der für die Mitarbeiter optimal passt. Auf diese Weise lassen sich in dem Fuhrpark bis zu 60 Tage Ausfallzeit einsparen oder vermeiden.

Diese unverkennbare Lücke muss geschlossen werden, betont Gould: „Die Studie zeigt, dass das Bewusstsein längst vorhanden ist. Es gibt eine riesige globale Community, die die Vorteile von vernetzten Fahrzeugdaten versteht. Aber ein hoher Prozentsatz nutzt nicht das volle Potenzial, und das müssen wir als Industrie angehen.“

„Fakt ist, dass in vielen Fällen das Tagesgeschäft im Weg steht. Das ist keine Kritik. Wir haben volles Verständnis dafür, dass Transporter-Fahrer viel zu tun haben und unter Druck stehen, um zum nächsten Auftrag zu kommen. Die Meldung eines Problems bedeutet in der Regel eine kurzfristige Verzögerung. Allerdings führt das Ignorieren eines Problems unweigerlich zu einem größeren Problem in der Zukunft. Wenn der Fahrer am Ende einen größeren, kostspieligeren Eingriff oder eine Reparatur vornehmen lassen muss, steht der Transporter länger als nötig still. Ähnlich verhält es sich Flottenmanager – als Inhaber kleiner oder mittlerer Unternehmen kümmern sich darum, dass der Laden läuft. Sie kommen gar nicht dazu, ständig die Dashboards zu überprüfen.“

## Welche Arten von Datendiensten finden Sie für Ihre tägliche Arbeit nützlich?





## Brückenschlag zwischen digitaler und physischer Welt

Die OEMs können die digitale und die physische Welt verbinden. In der zuvor beschriebenen Situation stellt der Datenanbieter dem Kunden die Daten zur Verfügung, damit dieser fundierte Entscheidungen treffen kann, die ihm den Alltag erleichtern und Probleme vermeiden. Dies mit der physischen Welt von Service und Reparatur zu verbinden, ist der entscheidende Punkt. Denn so lassen sich Ersatzteile bestellen und Termine vereinbaren, bevor das Fahrzeug in die Werkstatt fährt.

Gould erklärt: „Dieser Software-zu-Service-Ansatz bedeutet, dass wir proaktiver und weniger reaktiv auf Kundenprobleme reagieren können und in einigen Fällen das Problem erkennen, bevor der Kunde es sieht. Je mehr Anbieter den Wert dieses Ansatzes in der Praxis demonstrieren können, desto mehr Nutzer und Manager werden vernetzte Fahrzeugdaten als einen täglichen Freund erkennen, nicht als einen entfernten Bekannten.“

## Kleine Unternehmen mit großen Versäumnissen und Chancen

Ein zentrales Ergebnis der Studie: Bei der Telematik-Nutzung kommt es auf die Größe an. Wie bereits angedeutet, nimmt die Telematik-Nutzung generell deutlich zu, wie auch der Anstieg der Abonnenten von Ford Telematics belegt. Bei näherer Betrachtung ergibt sich für kleine Unternehmen und Flotten jedoch ein anderes Bild. Besorgniserregend ist, dass nur 37 Prozent der Fahrer kleiner Firmen mit bis zu zehn Fahrzeugen derzeit Telematik nutzen – es gibt also noch viel zu tun.

## FALLSTUDIE

Dächer von Hunold, ein deutscher Dachdeckerbetrieb, möchte seinen 13 Fahrzeuge starken Fuhrpark mittelfristig elektrifizieren und profitiert seit 2023 von Ford Pro Telematics – einschließlich Fahrzeugortung und Zustandsüberwachung, um auf unterschiedliche Anforderungen der Einsatzorte reagieren zu können.

In einer früheren Studie hatte Ford Pro hervorgehoben, dass 99 Prozent der europäischen Unternehmen – nämlich rund 23 Millionen – kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) sind. Mit ihren Transportern trugen sie 2023 rund 1 Billion Euro zum BIP in ganz Europa bei, laut der in Zusammenarbeit mit dem [Centre for Economic and Business Research \(Cebr\)](#) veröffentlichten Studie. Die Vorteile vernetzter Fahrzeugdaten und Software für Betriebszeit und Produktivität können sich positiv auf die Efizienz der Unternehmen und der europäischen Wirtschaft auswirken.

Dieser Zusammenhang verdeutlicht das Ausmaß der Herausforderung. Der geringe Nutzeranteil von 37 Prozent bei Fahrern in Kleinunternehmen überrascht umso mehr, da bei diesen – passend zu den allgemeinen Ergebnissen und dem Beitrag von Kleintransportern zur globalen Wirtschaft

– der Fahrzeugzustand höchste Priorität genießt. Wenn kleine Unternehmen jedoch nicht die volle Leistungsfähigkeit und das Einsparungspotenzial der Telematik verstehen, stellt dies eine erhebliche Lücke in der Ausbildung und im Wertpotenzial für kleine Unternehmen dar.

Wie Gould erklärt, muss die Branche bei den Fuhrparks kleiner Unternehmen eine wichtige Aufgabe erfüllen: „Die Sensibilisierung ist ein wichtiger Teil des Prozesses, aber in vielen Fällen haben kleine Unternehmen keinen Fuhrparkmanager. Deshalb müssen wir den Fahrern die richtigen Datenwerkzeuge an die Hand geben, damit sie ihre Flotte auch unterwegs verwalten können. Die Ford Pro Telematics Drive App ist ein Beispiel dafür. Gleichzeitig können wir in der Branche besser zusammenarbeiten, um kleine und mittlere Unternehmen und ihre Flottenfahrer zu unterstützen.“



# Zweiter Teil

---

# Die Wissens- lücke



## Die Telematik-Nutzung in der Branche liegt allgemein auf einem gesunden Niveau.

Aber nutzen Fahrer und Fuhrparkmanager die Daten, die ihnen zur Verfügung stehen, auch optimal? Gemäß der Studienergebnisse lautet die kurze Antwort darauf: „Nein“.

Wie bei der Nutzung sind auch hier die Transporter-Fahrer kleiner Fuhrparks im Rückstand: Nur einer von zehn Nutzern weltweit weiß „viel“ darüber. Bei Fahrern mittelgroßer Flotten gilt dies immerhin für 19 Prozent, in den großen Flotten für 38 Prozent der Nutzer. Noch beunruhigender ist, dass mehr als einer von drei (38 %) Fahrern kleiner Unternehmen überhaupt nichts darüber weiß, verglichen mit 18 Prozent der Fahrer mittlerer Flotten und 7 Prozent der Fahrer großer Flotten.

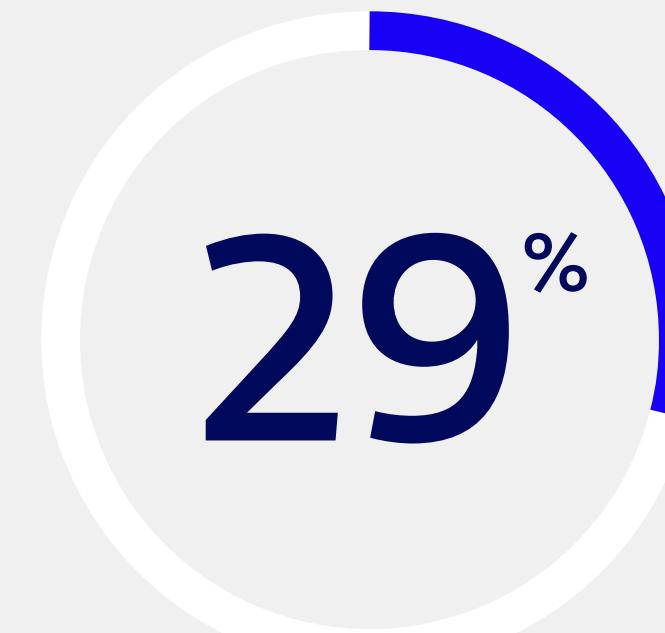
Während in Europa insgesamt 71 Prozent aller Transporter-Fahrer gut wissen, wie Telematik-Daten erhoben, weitergegeben und genutzt werden, sind es bei den Fahrern kleiner Unternehmen weniger als die Hälfte (42 %). Auch hier ist die Kluft deutlich zu sehen, und auch hier besteht die Gefahr, dass kleine Fuhrparks in diese Kluft fallen.

Wieviel wissen Sie darüber, wie Sie die von der Software in Ihrem Fahrzeug bereitgestellten Daten nutzen können, um Zeit und Geld für Ihr Unternehmen zu sparen?

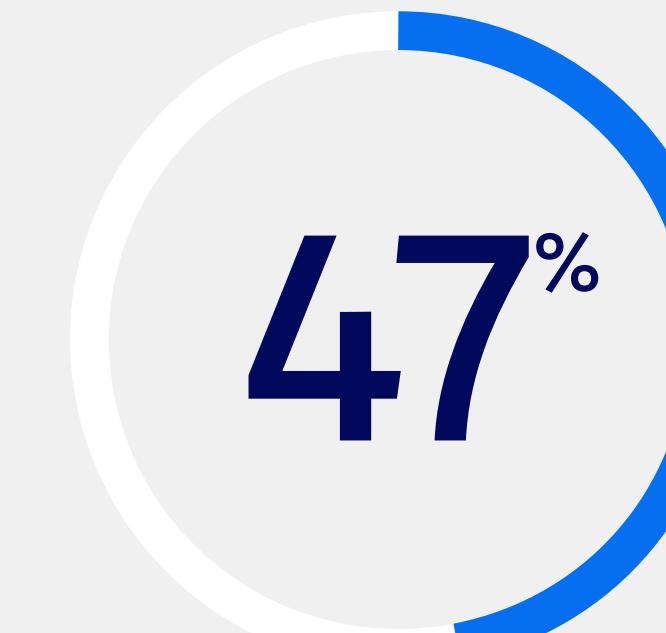
Ich weiß viel darüber:

Europäische Fahrer  
US-Fahrer

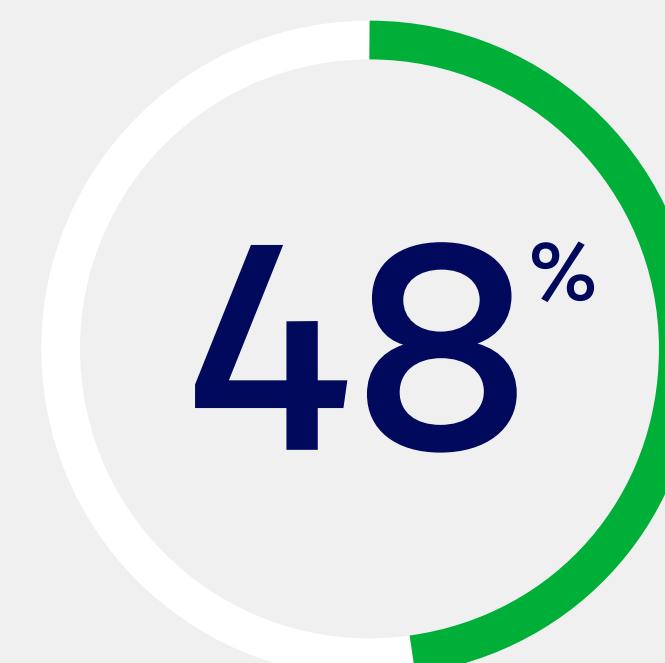
Europäische Flottenmanager  
US-Flottenmanager



29 %



47 %



48 %



67 %

Für mich ist die Transparenz entscheidend, wie meine Daten verwendet werden“ – „Ich möchte wissen, welche Daten sichtbar sind.“

#### Die Antwort liegt direkt vor ihren Augen

Jeremy Gould bewertet die Ergebnisse so: „Erstens zeigt die Diskrepanz zwischen der Gesamtzahl der Transporter-Fahrer (32 %) und der viel höheren Zahl bei den Fuhrparkleitern (57 %) deutlich, dass letztere die ersten weiterbilden könnten. Unsere Branche muss dies erleichtern, indem wir die Auswirkungen dieser bahnbrechenden digitalen Funktionen auf allen Unternehmensebenen besser erklären.“

„Traditionell sehen viele die Telematik als ‚Big Brother‘-Instrument. Daher müssen wir den Wert aufzeigen, den sie für Fahrer, Manager und Unternehmen im Allgemeinen haben kann, und deutlich machen, warum sie deren Vertrauen verdient. Tatsache ist: Die Möglichkeit, Zeit zu sparen, eine sicherere Flotte zu betreiben und ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, liegt direkt vor ihren Augen – sie sind sich dessen vielleicht nur nicht bewusst.“

„Wir haben in vielen Gesprächen mit unseren Kunden erkannt, dass sie gar nicht wissen, dass ihr Fahrzeug ein integriertes Modem besitzt und ihnen all diese Vorteile bietet. Genauso wenig bekannt war die Tatsache, dass diese Modems über integrierte Datenschutzfunktionen verfügen. Es gibt im Markt eine Wissenslücke, die wir schließen müssen – denn wenn die Kunden erkennen, was die Technologie leisten kann, ist das ein echter Heureka-Moment.“

#### Jetzt auf den bisherigen Fortschritten aufbauen

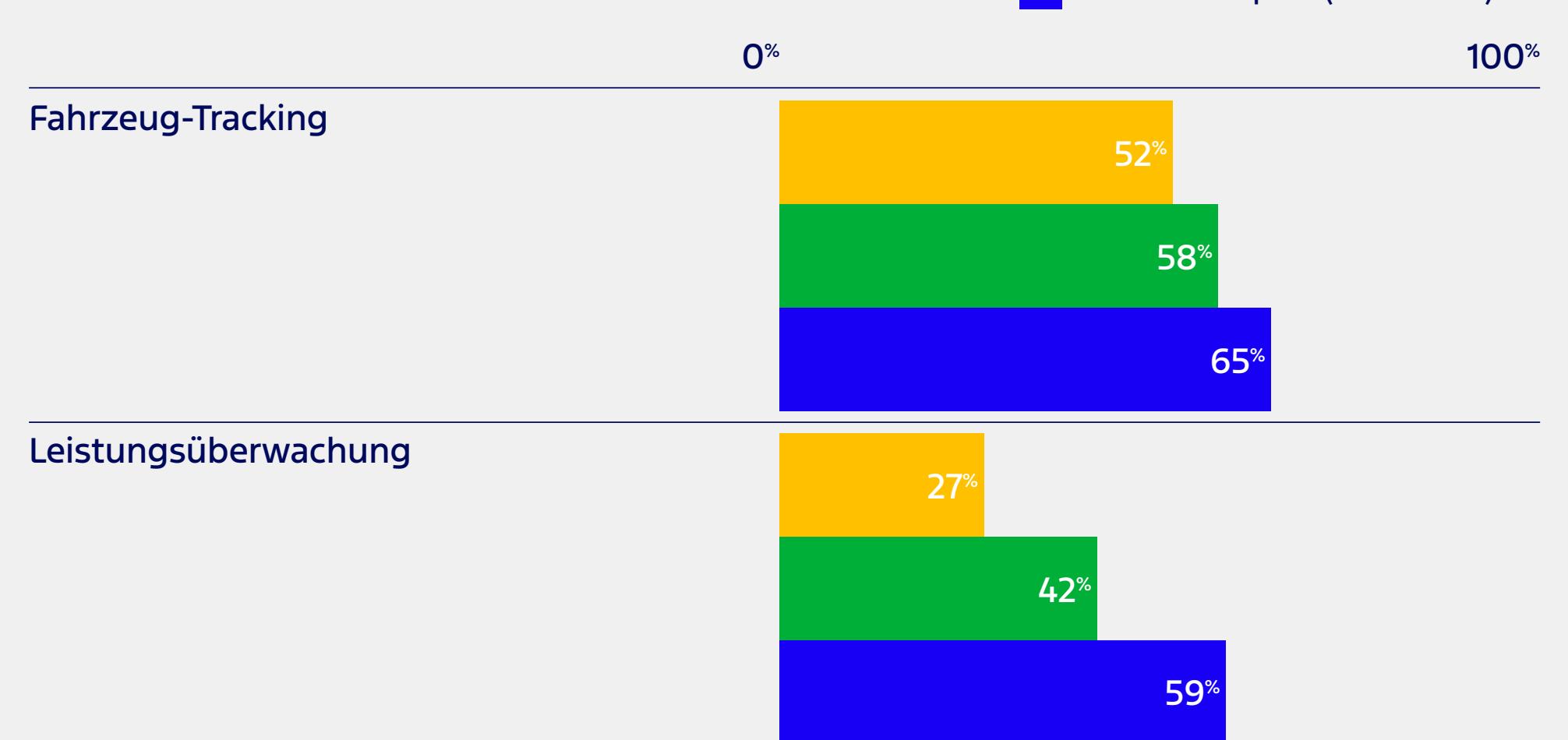
Diese Wissenslücke bedeutet nicht, dass der Nutzfahrzeugsektor die Vorteile der vernetzten Fahrzeugdaten ungenutzt lässt. Ganz im Gegenteil.

Die Verwaltung ihres Tagesablaufs und ihrer Fahrzeuge hat für Transporter-Nutzer in Europa oberste Priorität – einschließlich der Routenplanung (64 %), gefolgt vom Fahrzeug-Tracking (59 %) und Wartungsmeldungen (59 %). In den USA liegen die entsprechenden Zahlen bei 70 Prozent, 67 Prozent und 57 Prozent.

Allerdings nutzt nur die Hälfte der europäischen Transporter-Fahrer die Telematik für präventive Maßnahmen wie die Überwachung des Fahrzeugzustands (53 %) oder die Leistungsüberwachung (49 %). Beides würde helfen, geplante oder ungeplante Ausfallzeiten zu vermeiden. In den USA liegen die entsprechenden Zahlen bei 61 Prozent und 72 Prozent.

Fuhrparkmanager in aller Welt versuchen eine Balance zwischen den täglichen Anforderungen und möglichen Präventivmaßnahmen zu finden. Die Fahrzeug-Tracking genießt höhere Priorität: 89 Prozent halten sie im täglichen Betrieb für nützlich, gefolgt von Wartungswarnungen (81 %), Fahrzeugzustand (75 %) und Leistungsüberwachung (75 %).

#### Welche Arten von Datendiensten finden Sie für Ihren täglichen Betrieb nützlich?



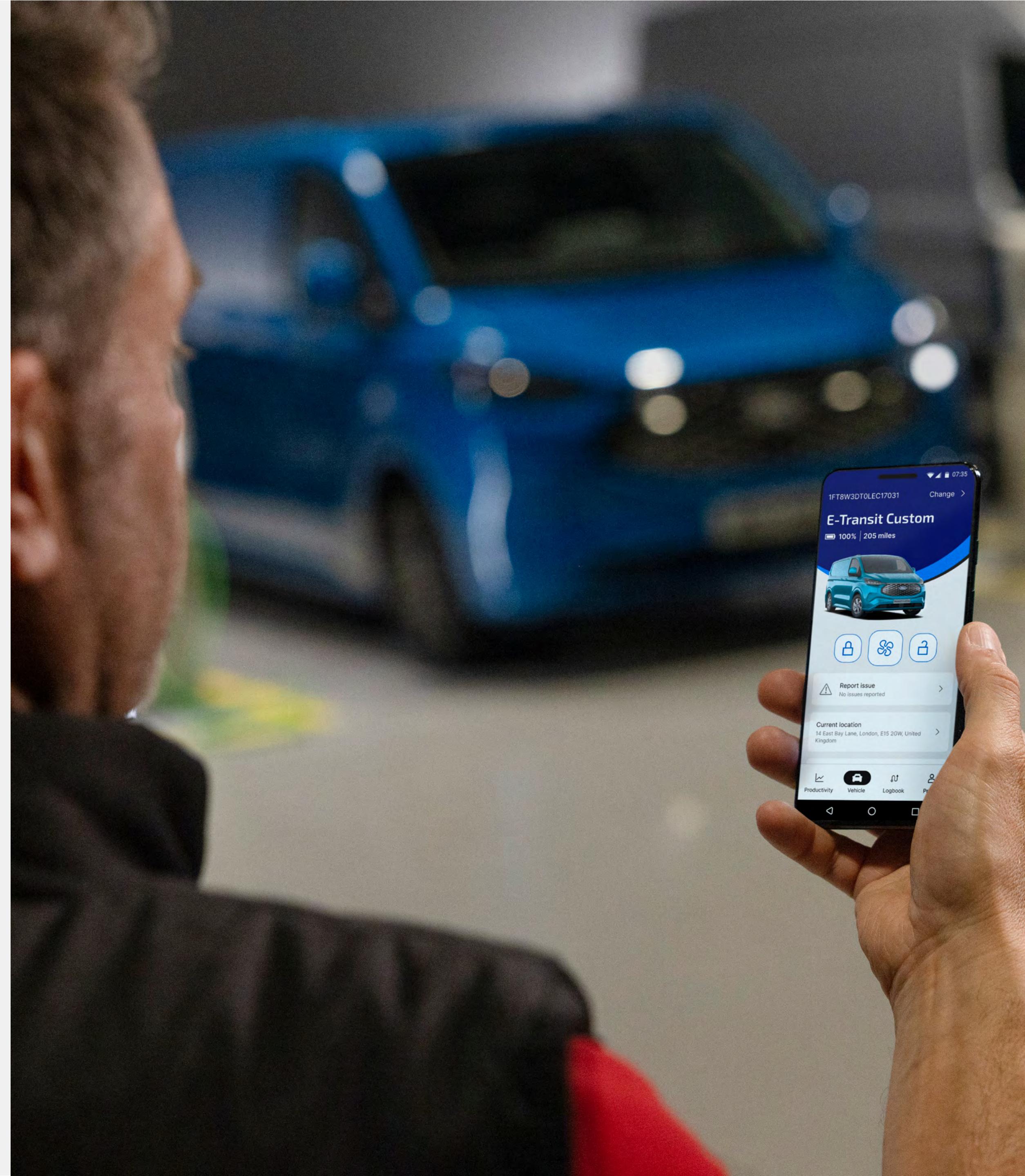
Auch hier setzen die Fahrer kleiner Unternehmen alle Services seltener ein. Insbesondere nutzen sie die Fahrzeug-Tracking und Leistungsüberwachung nur halb so häufig wie die Fahrer großer Flotten. Da sie mehr Aufgaben zu erfüllen haben und ihre Zeit stärker beansprucht wird, könnten vernetzte Fahrzeugdaten ihnen helfen, effizienter zu arbeiten und Ausfallzeiten zu reduzieren.

Gould ordnet die Möglichkeiten ein, die sich daraus ergeben: „Die Tür zur Telematik steht weit offen. Wenn die Leute sie durchschreiten, verstehen sie den Wert dieser Möglichkeit. Wir müssen mehr Menschen dazu ermutigen, durch diese Tür zu gehen. Wenn wir die Vorteile der bereits eingesetzten Telematik besser aufzeigen, können wir die von der Studie hervorgehobene Wissenslücke wirklich zu schließen.“

## Dritter Teil

---

# Die Datenschutz- lücke

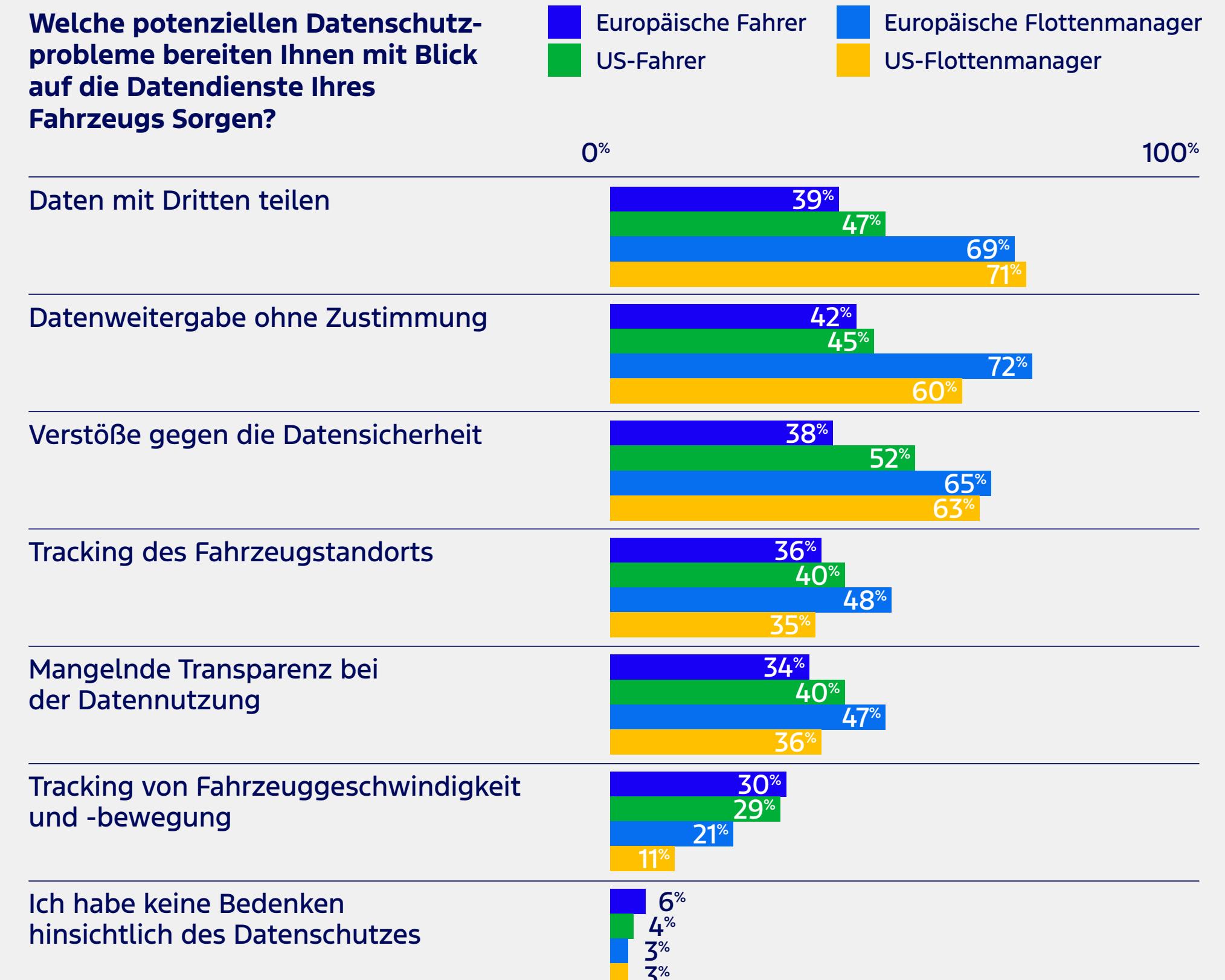


**Parallel zum rasanten Tempo des digitalen Wandels bleibt der Datenschutz ein ständiges Thema beim Gespräch mit Kunden. Sie sind besorgt und wollen wissen, wie ihre Daten verwaltet und an Dritte weitergegeben werden. Sie verstehen nicht vollständig, wie dieser Prozess während der Nutzung des Fahrzeugs aussieht.**

Es ist daher wenig überraschend, dass weltweit 94 Prozent der Fahrer von Lieferwagen und 97 Prozent der Fuhrparkmanager Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes bei vernetzten Fahrzeugen haben. Transporter-Fahrer und Fuhrparkmanager teilen die gleichen Bedenken bezüglich der Weitergabe von Daten ohne Zustimmung (42 % bzw. 66 %), der Weitergabe an Dritte (40 % bzw. 70 %) und Verletzungen der Datensicherheit (40 % bzw. 64 %).

Besonders wesentlich: 86 Prozent der Fuhrparkleiter sagen, dass der Datenschutz ihre Entscheidung beeinflussen würde, bei einer anderen Nutzfahrzeugmarke zu bleiben oder zu ihr zu wechseln. Diese Quote steigt auf 91 Prozent für Transporter-Fahrer in Europa und 88 Prozent für Transporter-Nutzer in den USA. Diese Zahlen sind je nach Markt weitgehend einheitlich und zeigen eine echte Herausforderung für OEMs: Ihre Reputation in Bezug auf die Verwaltung und den Schutz von Daten kann kaufentscheidend sein.

**Welche potenziellen Datenschutzprobleme bereiten Ihnen mit Blick auf die Datendienste Ihres Fahrzeugs Sorgen?**



Interessanterweise ist das Tracking des Fahrzeugstandorts sowohl für die Fahrer von Transportern als auch für die Fuhrparkmanager in Europa weniger besorgniserregend als der Datenschutz, mit 36 beziehungsweise

48 Prozent verglichen mit der Weitergabe von Daten an Dritte (39 % bzw. 69 %) und der Weitergabe von Daten ohne Zustimmung (42 % bzw. 72 %).

# „Meine größten Sorgen sind Datenlecks und der potenzielle Weiterverkauf an Dritte.“

Jeremy Gould weist auf die Bedeutung von Transparenz hin: „Die Geschäftswelt treibt die Transformation konsequent voran. Darum müssen Unternehmen wie Ford Pro und andere Branchenführer transparent und klar darlegen, wie Daten den Transporter-Fahrern und Fuhrparkmanagern bei ihrer täglichen Arbeit helfen können und wie wir ihre Verwendung für diesen Zweck schützen und einschränken. 86 Prozent der Fuhrparkmanager geben an, dass der Datenschutz ihre Kaufentscheidungen beeinflusst. Das zeigt, wie wichtig ihnen das Thema ist. Also müssen wir es besser erklären.“

## Der Effekt lokaler Märkte

Angesichts der Datenschutz-Bedenken überrascht es kaum, dass Flottenentscheider sich mit vertrauten Unternehmen und Marken sicherer fühlen.

Die von Ford Pro beauftragte Studie ergab, dass Transporter-Fahrer mit 22 Prozent höherer Wahrscheinlichkeit ein Nutzfahrzeug aus einem bestimmten Markt besitzen, wenn sie selbst aus diesem Markt stammen. Die Herkunft einer

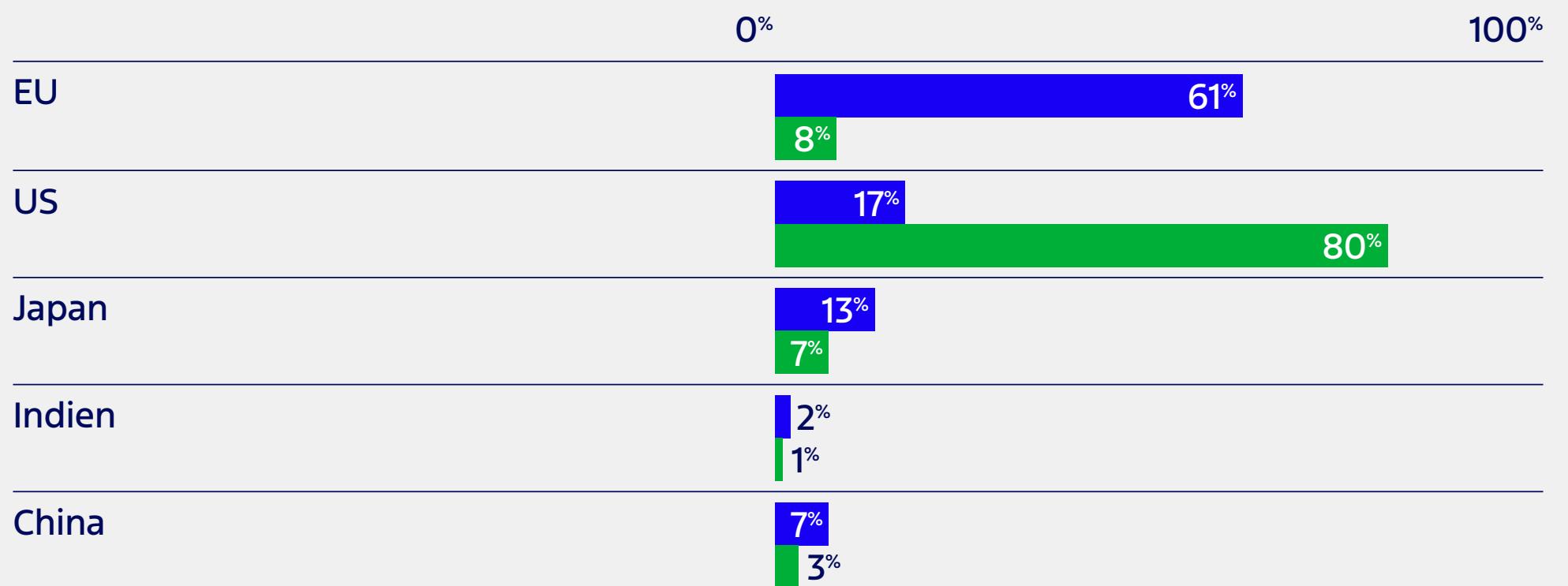
Marke finden Kunden also wichtig. Weil derzeit neue Unternehmen aus der ganzen Welt das Angebot erweitern und der Wettbewerb durch neue und bestehende Marken größer ist als je zuvor, gilt das Vertrauen und die Kenntnis der Marke in ihrem Markt als entscheidender Faktor bei der Kaufentscheidung.

Ford gilt in den USA (81 %) und im Vereinigten Königreich (49 %) im direkten Wettbewerbsvergleich als der vertrauenswürdigste Hersteller in Sachen Datenschutz. Auf beiden Märkten nimmt das Unternehmen seit langem eine führende Rolle bei Nutzfahrzeugen ein.

Nach Regionen betrachtet, gilt die EU unter den europäischen Flottenfahrern als der Markt mit dem größten Vertrauen in den Datenschutz (61 %), gefolgt von den USA, Japan, China und Indien.

Insgesamt ist das Vertrauen in die Datensicherheit des eigenen Transporters bei den US-Fahrern am höchsten und in Frankreich am niedrigsten. Weltweit haben Fahrer von

Prozentualer Anteil derjenigen, die den einzelnen Märkten das größte Vertrauen entgegenbringen



Kleinunternehmen in Bezug auf den Datenschutz generell weniger Vertrauen in alle Marken.

Unter den Flottenmanagern weltweit genießen die in der EU hergestellten Fahrzeuge das größte Vertrauen, gefolgt von den USA; China steht an letzter Stelle.

Goulds Analyse hierzu: „Heute bedeutet Vertrauen in eine Marke nicht bloß, ein Fahrzeug zu kaufen, sondern eine Beziehung aufzubauen. Das ist weit mehr als nur eine finanzielle Investition – es ist eine Investition in eine Gesamtlösung und eine Partnerschaft.“

„Bei Ford Pro zum Beispiel bieten wir nicht nur Fahrzeuge an, sondern auch Software, Dienstleistungen, Lade- und Finanzierungslösungen. Die Kunden verlangen Einfachheit und möchten alles von einem einzigen Anbieter erhalten. Es geht darum,

Partnerschaften aufzubauen, und dazu muss ein gewisses Maß an Vertrauen zwischen den beiden Parteien vorhanden sein. Um diese Dienstleistungen anbieten zu können, werden Daten immer wichtiger. Die Kunden müssen sich sicher sein, dass sie ihre Daten mit einem vertrauenswürdigen Partner teilen.“

„Hier können Händler, die über viele Jahre hinweg Kundenbeziehungen aufgebaut haben, eine Schlüsselrolle spielen. Diese Verbindung ist besonders stark bei kleinen bis mittelgroßen Fuhrparks, wo eine Beziehung oft über Generationen hinweg besteht. Diese Tatsache gewinnt immer mehr an Bedeutung, wenn es darum geht, wo Kunden sich beraten lassen und woher sie ihre Dienstleistungen und Lösungen beziehen.“

# „Chinesische Behörden verlangen Zugang zu allen gesammelten Daten.“

## Vertrauen in das Tracking

Vielleicht liegt in diesen langfristigen Beziehungen die Erklärung dafür, dass europäische und US-amerikanische Flottenfahrer den Datenlösungen ihrer Nutzfahrzeuge mehr vertrauen als anderen Tracking-Geräten oder -Software-Angeboten, die sie täglich nutzen – etwa Mobiltelefonen, Laptops und KI-Funktionen.

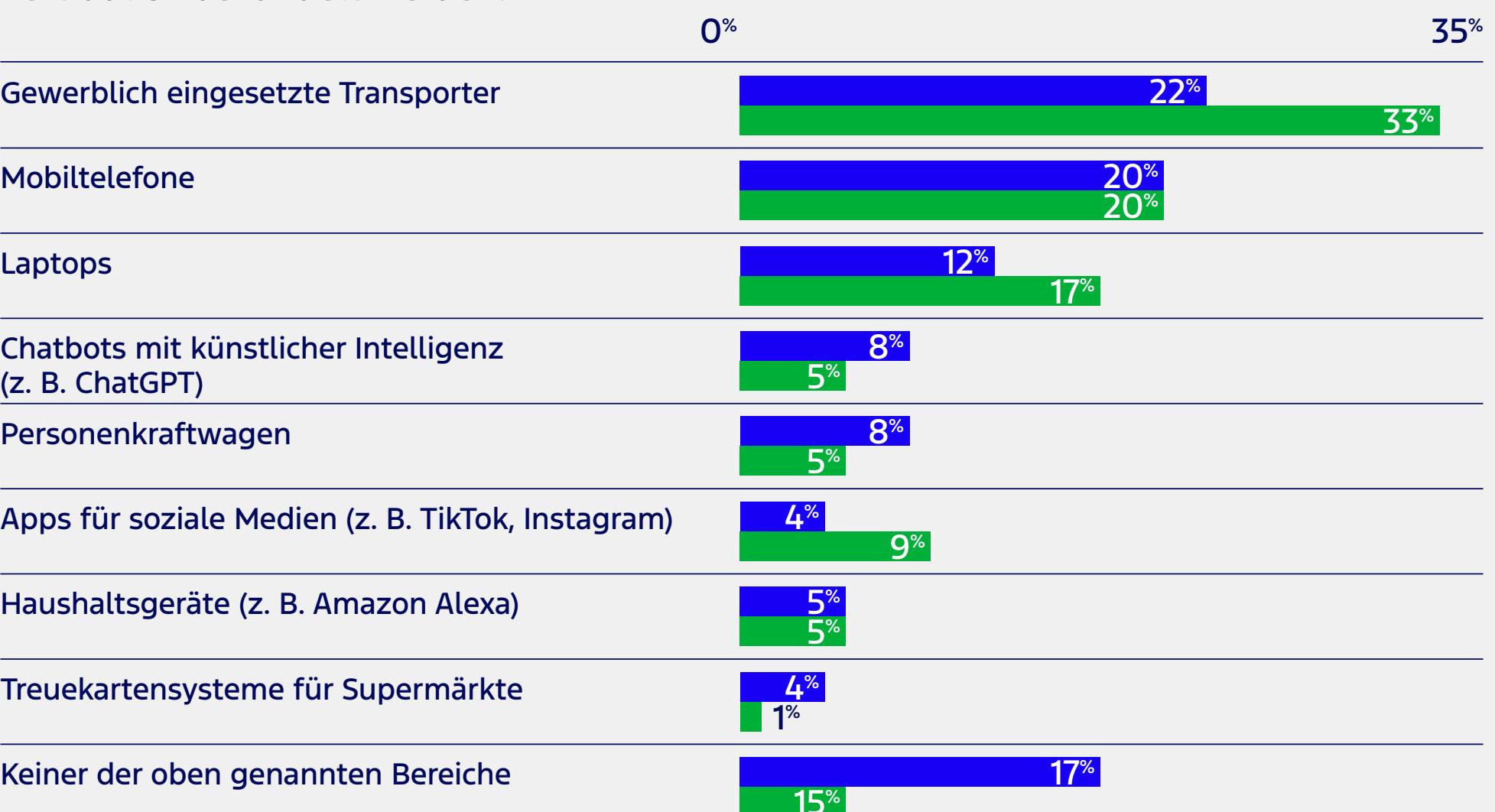
Transporter-Fahrer vertrauen dem Fahrzeug also nicht bloß als Arbeitsgerät, sondern auch als ein Gerät, das ihre Daten sicher aufbewahrt. Bei den Fuhrparkleitern ergibt sich ein anderes Bild: Für sie ist der Datenschutz bei Nutzfahrzeugen weniger wichtig als bei Laptops, Mobiltelefonen und Pkw.

Darüber hinaus findet die große Mehrheit der Flottenfahrer (91 %), dass die Datenschutzstandards für Nutzfahrzeuge höher oder gleich hoch sind wie in

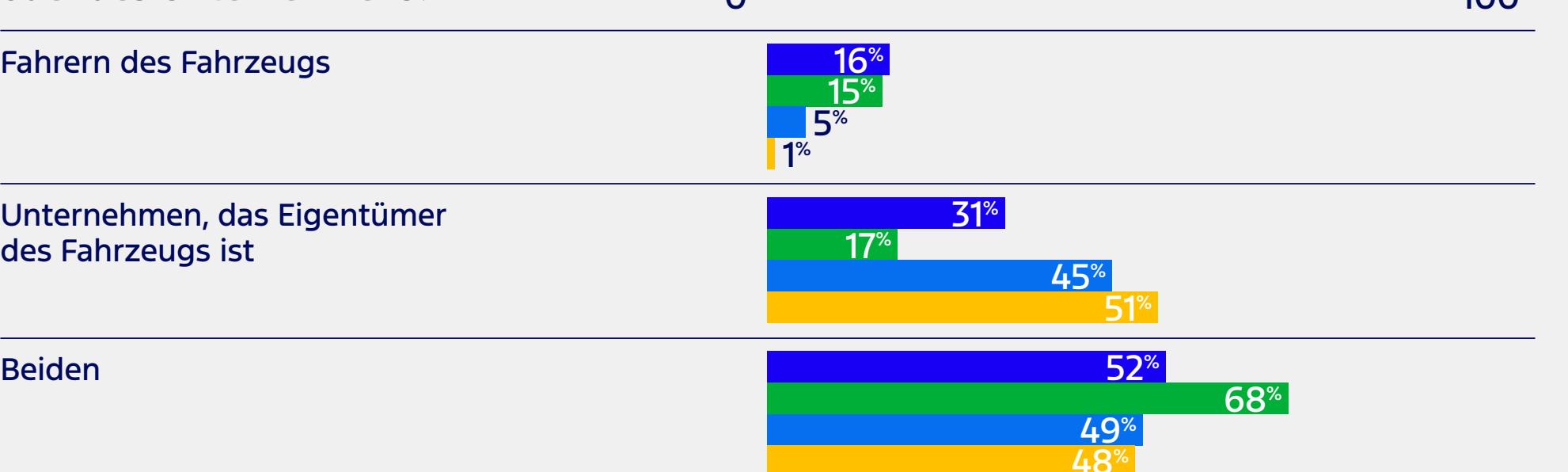
anderen vergleichbaren Branchen. Bei den Flottenmanagern fällt diese Einschätzung etwas geringer aus (78 %).

Hier gibt es einen interessanten Nebenaspekt: Einige Studienergebnisse deuten darauf hin, dass das Misstrauen bei denjenigen Befragten am höchsten ist, die noch vom Potenzial der Datennutzung überzeugt werden müssen. Gleichzeitig ändert sich branchenweit die Haltung zu dieser Frage. Dies zeigt sich daran, dass 52 Prozent der Transporter-Fahrer in Europa und 68 Prozent in den USA anerkannt haben, dass Fahrer als auch Flottenbetreiber von Telematik profitieren. Es besteht folglich Einigkeit darüber, dass Fahrzeugdaten beiden Parteien nutzen können, wenn sie sich erst einmal von den darauf basierenden Anwendungen überzeugt haben und die Vorteile dieser Lösungen für ihr Unternehmen vollständig verstehen.

**Welchem der folgenden Geräte / Gegenstände vertrauen Sie am meisten, dass Ihre persönlichen Daten vertraulich behandelt werden?**



**Dienen die von der Software in Nutzfahrzeugen erfassten Daten hauptsächlich Belangen des Fahrers oder des Unternehmens?**



# Schlussfolgerung

**Heute wissen wir, dass Daten vernetzter Fahrzeuge für Fuhrparks auf der ganzen Welt von unschätzbarem Wert sind. Sie optimieren die Leistung von Fahrzeugen und Nutzern, lösen Herausforderungen und verbessern Ergebnisse.**

Die neue Studie zeigt jedoch sehr deutlich, dass unsere gemeinsame Reise mit vernetzten Fahrzeugdaten gerade erst begonnen hat. Die in diesem Bericht aufgezeigten Lücken in den Bereichen Wertschöpfung, Wissen und Datenschutz hindern derzeit noch viele Fuhrpark-Unternehmen daran, den vollen transformativen Wert ihrer Daten zu generieren. Wenn es uns gelingt, diese Lücken zu schließen, können wir die Produktivität von großen und kleinen Unternehmen steigern. Hierfür müssen wir ihnen den Wert der Betriebszeit vernetzter Fahrzeuge und die Kosten von Ausfallzeiten für ihren Betrieb und ihre Rentabilität erklären.

Insbesondere für kleine Firmen zeigt diese Studie eine erhebliche Lücke auf – bezüglich des Wissens und der Datennutzung ebenso

wie bei dem Mehrwert, den Unternehmen auch mit wenigen Transportern durch Daten erzielen können. Gerade bei ihnen zählt jeder Cent.

Die OEMs als gesamte Branche sollten dafür Sorge tragen, dass es keine Wissenslücke über den Wert der Daten für die Firmen gibt und die Unternehmen diesen Wert für ihren Betrieb auch verstehen. Darüber hinaus müssen wir auch sicherstellen, dass wir in Europa und weltweit die Lücke zwischen Großunternehmen und großen Flotten mit Datennutzung auf der einen und kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf der anderen Seite schließen. Nur so können alle Firmen die Betriebs- und Produktivitätsvorteile eines vernetzten Ökosystems aus Software und Diensten nutzen.

Da sich die Technologie weiterhin in rasantem Tempo weiterentwickelt, werden vernetzte Fahrzeugdaten eine noch größere Rolle spielen. Deshalb ist es jetzt an der Zeit, datengesteuerte Lösungen in den Mittelpunkt Ihres Unternehmens zu stellen. Jeremy Gould erklärt dazu: „Ich sehe eine Welt, in der jedes Fahrzeug vernetzt ist und jede Flotte mehr und mehr Software zur Steuerung ihres Geschäfts einsetzt.“ Diese Vision rückt immer näher und 2025 ist der richtige Zeitpunkt, diese neue Welt willkommen zu heißen.



# Über die Ford Motor Company

Die Ford Motor Company (NYSE: F) ist ein globales Unternehmen mit Sitz in Dearborn, Michigan. Es hat sich zum Ziel gesetzt, einen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten und jedem Menschen Zugang zu Mobilität zu bieten. Ford entwickelt und produziert innovative und begehrtes Pick-ups, Sport Utility Vehicles, Nutzfahrzeuge und Pkw sowie Lincoln-Luxusfahrzeuge und vernetzte Services.

Der Ford+ Zukunftsplan des Unternehmens konzentriert sich auf vorhandene Stärken des Unternehmens und den Ausbau des Kundennetzes.

Dazu hat Ford sein Geschäft in drei kundenorientierte Segmente aufgeteilt: Ford Blue für die Entwicklung ikonischer Verbrenner- und Hybridfahrzeuge, Ford Model e für softwarebasierte Elektroautos und Ford Pro zur Unterstützung von Geschäftskunden bei der Umwandlung und Erweiterung ihres Geschäfts mit Fahrzeugen und Diensten, die auf ihre Anforderungen zugeschnitten sind.

Darüber hinaus bietet Ford über die Ford Bank auch Finanzdienstleistungen an. Ford beschäftigt weltweit etwa 174.000 Mitarbeiter. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Produkte und Services finden Sie unter <https://media.ford.com>.

