Volvo viser ingenting på Automobility LA

I år stiller Volvo op på Los Angeles Motorshow: Automobility i Los Angeles med intet mindre end en verdensnyhed: Ikke en eneste bil på standen. I stedet for kan de besøgende stifte bekendtskab med Volvo’s vision om, hvad en bil kan udvikle sig til.

Siden de første biludstillinger blev afholdt, har det været med bilerne i centrum. Udstillet på en drejescene eller skjult under et silkelagen. Men biler forandrer sig, industrien forandrer sig, og det samme gør også menneskers forventninger til, hvordan biler skal anvendes. Det er disse forandringer, Volvo ønsker at afspejle på Automobility LA.

I dag er forbrugernes oplevelse af et bilmærke vigtigere end krom, læder og hestekræfter. På Volvo-standen, hvor de besøgende normalt ville se en bil udstillet, bliver de i stedet mødt af en simpel, men overraskende erklæring:: *”Det her er ikke en bil”*.

”Ved at benævne messen Automobility LA har arrangørerne anerkendt den disruption, der påvirker vores branche,” siger Mårten Levenstam, ansvarlig for produktstrategi hos Volvo Cars. ”Vi vil gerne vise, at vi har forstået beskeden og vi vil fortælle om, hvordan bilverdenen kommer til at se ud i fremtiden. Så i stedet for at stille med en konceptbil, taler vi om selve bilkonceptet. Vi kommer ikke til at vinde ”Car of the Show”-prisen i år, men det har vi det fint med. For det er ikke en biludstilling”.

Foruden denne markante udmelding demonstrerer Volvo en række interaktive tilslutningsmuligheder, som varelevering til bilen, dele-biler, virksomhedens vision for selvkørende biler, som også blev demonstreret med Volvo 360c konceptet og abonnementsservicen Care by Volvo.

”Vores industri er under forandring. Vi vil ikke bare at bygge og sælge biler, vil vi give vores kunder friheden til at vælge en personlig, bæredygtig og sikker vej,” siger Håkan Samuelsson, administrerende direktør og koncernchef for Volvo Cars. ”Vi giver vores kunder adgang til en bil, inklusive nye, attraktive tjenester, når og hvor de ønsker det”.

Volvo tror på værdien af strategiske partnerskaber. Med etablerede teknologivirksomheder som Amazon, Google og Nvidia, såvel som teknologiske startups som Luminar og Zenuity er Volvo på forkant med nye typer partnerskaber.

Med sit nye selskabsformål ”Freedom to Move” - på en personlig, bæredygtig og sikker måde - viser Volvo vejen ind i fremtiden. Midt i næste tiår vil halvdelen af det årlige bilvolumen være rene elbiler, en tredjedel vil være selvkørende, og halvdelen af alle biler bliver tilbudt på abonnementsbetingelser. Det kommer til at udvikle Volvo’s kunderelationer, hvor over 5 millioner relationer vil være etableret.