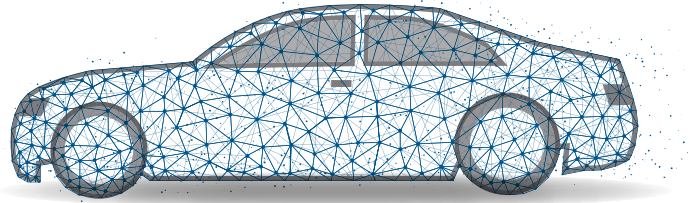


Die Zukunft des Autos liegt in der Vernetzung:

lieber digital als mehr PS



Von Dr. Jörg Kahler

Die Automobilindustrie befindet sich im Umbruch. Dies bezieht sich nicht nur auf die Frage, welche Antriebstechnik das Auto der Zukunft haben wird. Zunehmend wichtiger für eine Kaufentscheidung wird, welche integrierten digitalen Dienste das Fahrzeug bieten kann.

Gemäß einer aktuellen weltweiten Studie „Connected Vehicle Trend Radar“ von Capgemini Invent aus September 2020, verfügt zwar bereits die Mehrzahl der befragten Verbraucher über vernetzte Dienste in ihren Fahrzeugen, allerdings werden diese Dienste bisher kaum oder nur unzureichend genutzt. Die Untersuchungen zeigen weiter, dass die Vorteile und die Potenziale von vernetzten Fahrzeugen - auch für neue Märkte und damit verbundene Dienstleistungen - von den OEMs noch nicht hinreichend erkannt und beachtet werden.

Dies verwundert angesichts der Tatsache, dass die Bedeutung von vernetzten Fahrzeugen in den nächsten Jahren weiter rasant steigen wird. Waren es im Jahr 2018 weltweit noch 119,4 Mio., soll ihre Zahl bis

2023 auf 352 Mio. Fahrzeuge steigen. Dieser Anstieg wird mit einem exponentiellen Wachstum des Datenaufkommens einhergehen. Das Auto wird zu einer Informations- und Datenquelle von unerschöpflichem Gehalt werden. Derartige Daten geben nicht nur Aufschluss über Nutzung und Fahrweise des Autos. Sie können auch eine Menge darüber erzählen, was der Besitzer des Autos darüber hinaus so in seinem Alltag macht. Das kann schnell sehr sensibel werden. Damit die OEMs das Feld in diesem Bereich nicht den Technologiegiganten, wie Google oder Apple, überlassen, ist es wichtig, dass sie selbst Anbieter digitaler oder vernetzter Dienste bleiben bzw. werden und notwendige Dienste Dritter selbst in ihren Fahrzeugen integrieren. Damit haben es die OEMs auch selbst in der Hand, den Datenschutz und die Datensicherheit rund um das vernetzte Auto zu gewährleisten und somit auch die Loyalität und das Vertrauen ihrer Kunden zu erhalten.

OEMs sollten sehr transparent und sehr vertrauenswürdig bei der weiteren Vernetzung der Fahrzeuge agieren. Sie sollten die Nutzer immer umfassend und genau darüber informieren, welche Daten gesendet und gespeichert werden und wie diese genutzt und verarbeitet werden. Sie müssen sich als DIE vertrauenswürdige Stelle gegenüber ihren Kunden und Nutzern etablieren. Womöglich lohnt es sich in Zukunft darüber hinaus über eine Art Datentreuhänderstelle in der deutschen Automobilindustrie nachzudenken.

Die intelligente Vernetzung von Fahrzeugen wird den Verkehr revolutionieren; aber auch nur dann, wenn Datenschutz und Datensicherheit zugleich mit beachtet und vorangetrieben werden. ■

Das Auto wird zu einer Informations- und Datenquelle von unerschöpflichem Gehalt werden.

Dr. Jörg Kahler, Rechtsanwalt und Partner bei GSK Stockmann

