

Albrecht Gasteiner ist
Chef des firmenneutralen
Informationsdienstes
HDTV-Forum Schweiz.

AUTOS IM NETZ

// Albrecht Gasteiner

Büro, Wohnung und Smartphone hat das Internet schon erobert. Als Nächstes ist das Auto dran.

Las Vegas, Nevada, Anfang Januar. Tausende Fachleute aus aller Welt informieren sich an der Consumer Electronics Show über die neuesten Entwicklungen in der Heimelektronik. Ob Audio, Video oder Telekommunikation, was die mehr als 3000 Aussteller hier zeigen, wird in den nächsten Monaten den Weltmarkt prägen.

Doch in diesem Jahr reibt man sich verwundert die Augen. Denn um die Gunst der Messebesucher bemühen sich neuerdings auch Autohersteller. Und zwar nicht irgendwelche, sondern gleich sieben der zehn weltweit grössten, von Toyota bis General Motors, von Audi bis Hyundai. Satt 9000 Quadratmeter Ausstellungsfläche haben sie gebucht, auf einem grossen Parkplatz bieten sie Demonstrationen an, ausserdem veranstalten sie Konferenzen zu Themen wie „In-Vehicle Technology“ oder „Optimizing the Connected Driver Experience“. Ein ganz massiver Auftritt also, aber wozu? Gilt das Auto neuerdings als Appendix der Unterhaltungselektronik? Genau, so ist es. Wobei: Unterhaltung bieten Autos ja schon längst. GPS, Fernsehen und Telefon stehen heute ebenso selbstverständlich auf der Liste der Sonderausstattungen wie Radio, CD- und DVD-Spieler. Neu ist allerdings, dass nach Büros und Wohnungen nun auch Autos ständig mit dem Internet verbunden sein sollen. Dabei werden alle Smartphones, Tablets und Laptops im Auto in das W-LAN des Fahrzeugs eingebunden – und das eröffnet eine unabsehbare Fülle neuer Möglichkeiten.

So werden sich zum Beispiel hartgesottene Fussballfans auf Beifahrer- oder Rücksitz freuen, endlich auch auf der Autostrada del Sole in Kalabrien die Live-Übertragung der Spiele ihres Klubs in Bild und Ton mitverfolgen zu können. Man wird via Cloud Zugriff auf seine gesamte heimische CD- und Blu-ray-Sammlung haben, auf sämtliche im Heimcomputer gespeicherten Dokumente sowie auf den schier unendlichen Fundus an kommerziell angebotenen Informations- und Unterhaltungsprogrammen. Auch das Navigationssystem profitiert vom Internet. So liefert es topaktuelle Wetter- und Staumeldungen, Angebote von Restaurants an der Strecke, Hinweise auf Sehenswürdigkeiten oder auf

freie Plätze in Parkhäusern, alles präzise auf die jeweilige Position des Fahrzeugs bezogen und dem Fahrer von einer Stimme in wählbarer Sprache mitgeteilt.

DAS AUTO ALS SENDER

Via Internet kann so ein Auto Informationen aber nicht nur empfangen, sondern auch senden. Etwa GPS-Daten, die es einem Speditionsunternehmen ermöglichen, jederzeit die gegenwärtige Position jedes ihrer Fahrzeuge zu verifizieren. Oder die einer eifersüchtigen Ehefrau verraten, wo sich ihr treuloser Mann gerade herumtreibt.

Neuartige Möglichkeiten eröffnet auch die Verknüpfung mit der Elektronik des Autos. Denn via Internet kann das Auto in Zukunft Informationen über seinen Zustand nach aussen übermitteln. Man wird also am Frühstückstisch auf seinem Tablet sehen, wie es um Reifendruck, Ölmenge, Benzinreserve oder auch um den Zustand der Bremsbeläge bestellt ist, man wird von dort aus die Standheizung einschalten, und der Garagist wird von seinem Büro aus die Elektronik der Motorsteuerung mit Updates versorgen. Er wird auf diesem Weg auch feststellen können, was dieses merkwürdige Geräusch zu bedeuten hat, das den Fahrer gerade beunruhigt. So eine Früherkennung kann helfen, teure Schäden zu vermeiden.

Machen wir uns nichts vor: Die Möglichkeit einer derartigen Totalüberwachung schliesst in letzter Konsequenz auch die Möglichkeit einer Fernsteuerbarkeit ein. Beides wird bei manchen Behörden Begehrlichkeiten wecken. Zunächst aber wird man mit Interesse verfolgen, wer in Zukunft das Geschäft mit Infotainment und Kommunikation, mit Sicherheits- und Fahrassistenz-Systemen machen wird. Wer kümmert sich um Beratung, Installation, Konfiguration, Updates, Erweiterungen und Reparaturen? Wird es der Garagist sein oder der Spezialist für Heimelektronik, Kommunikation und Internet? Die Autobranche rechnet für das Jahr 2013 auf diesem Gebiet mit einer Umsatzsteigerung um 11,3 Prozent. Das Rennen um diesen Wachstumsmarkt ist eröffnet. :|