



Rollende Rechner

Verkehr Um die Daten der Autofahrer ist ein heftiger Verteilungskampf entbrannt. VW und Co. wollen ihre Märkte sichern, Internetkonzerne neue Angebote bewerben, Versicherungen bessere Tarife entwickeln. Späht uns künftig der eigene Pkw aus?

Es war vor fünf Uhr morgens und stockdunkel, als der Vizegouverneur von Massachusetts in seinen Dienstwagen stieg, um Kaffee und Zeitungen zu kaufen. Auf der Interstate-Autobahn 190 kam sein Ford von der Straße ab, prallte auf einen Felsen und überschlug sich. Der Politiker hatte Glück und blieb bis auf ein paar Blessuren unverletzt. Er sei angeschnallt gewesen, beteuerte er, und habe sich an das Tempolimit gehalten. Die Polizei vermutete Straßenglätte als Ursache für den Crash.

Acht Wochen später war klar: Der Politiker hatte keinen Gurt getragen, er war rund 70 Kilometer pro Stunde zu schnell gefahren, er hatte nicht gebremst und auch nicht versucht auszuweichen. Offenbar war er am Steuer eingeschlafen.

Es war kein Augenzeuge, der den Gouverneur überführte, es war sein Auto. Unter dem verbeulten Blech waren zwei Speichersysteme intakt geblieben – der „Event Data Recorder“ des Airbags und das elektronische Kontrollmodul des Motors, das ebenfalls einen Speicher enthält. Ein Polizist konnte die Daten herunterladen und auswerten. Der Politiker revidierte seine Aussagen, zahlte 555 Dollar Strafe und kündigte an, den Dienstwagen zu ersetzen.

Der Fall von der US-Ostküste zeigt, wie sehr moderne Autos zu Rechnern auf Rädern geworden sind. Unter der Motorhaube stecken Dutzende Chips, Sensoren und Prozessoren, die ständig Daten sammeln, auswerten und teils auch speichern – von der Temperaturanzeige über das Navi bis

hin zur Einparkhilfe und zum Tempomaten. Bei einigen BMW-Modellen speichern sogar die Schlüssel schon seit Jahren aktuelle Daten – vom Zustand der Bremsbeläge bis zum Öl- und Kilometerstand.

Viele Autofahrer bekommen davon bislang nur dann eine Ahnung, wenn Mechaniker ihr Vehikel in der Werkstatt verkabeln oder den Schlüssel in eine Ausleseschale legen. Tatsächlich aber ist um den digitalen Datenvorrat längst ein Verteilungskampf entbrannt, der Begehrlichkeiten und Ängste weckt. Denn es entsteht ein riesiger Markt.

McKinsey sagt für das Geschäft mit dem „vernetzten Fahren“ bis zum Jahr 2020 Umsätze von mehr als 170 Milliarden Euro voraus. Traditionelle Autohersteller treten gegen die Herausforderer aus dem Silicon Valley an, gegen Google und Apple, aber auch gegen Telekommunikationsunternehmen, die neue Geschäfte wittern. Opel-Chef Karl-Thomas Neumann kündigte am vergangenen Dienstag auf dem Autosalon in Genf an, dass künftig alle Modelle des Rüsselsheimer Herstellers das System „On-Star“ an Bord haben, das in Notfällen schnell Hilfe schicken, aber auch Hotels und Restaurants empfehlen kann. Von einem „Concierge-Service“ ist die Rede.

Die Chance auf neue Geschäfte wächst, andererseits aber auch die Sorge vor einer lückenlosen Überwachung der Fahrer, von detaillierten Bewegungsprofilen über die Analyse ihres Fahrstils bis zu ihrem Gesundheitszustand. Opel-Chef Neumann kennt die Ängste: „Werde ich jetzt noch am letzten Platz, an dem ich bislang meine

Ruhe hatte, im Auto, zum gläsernen Menschen?“ Datenschützer warnen vor dem „Datenkraken Auto“, und die Deutsche Bank Research kommt in einer Studie („Big Data – die ungezähmte Macht“) zu dem Ergebnis: „Das autonom fahrende Fahrzeug wird diejenigen, die es nutzen, völlig gläsern erscheinen lassen.“

Der Gesetzgeber forciert diese Entwicklung. Am vergangenen Montag hat der EU-Ministerrat einen Verordnungsentwurf verabschiedet, der vom 31. März 2018 an elektronische Meldesysteme für alle Neuwagen vorschreiben soll. Diese Technik kann im Fall eines Crashes automatisch einen Notruf absetzen – und die Position, die Fahrtrichtung sowie Informationen über Fahrzeugtyp und Kraftstoff mitteilen.

Die Box ist immer aktiv, Autobesitzer können sie nicht selbst abschalten. Schon heute stecken insbesondere die Premiummodelle der großen Marken voller Chips und neuer datenbasierter Serviceleistungen – vom Müdigkeitswarner und Spurassistenten bis zur Rückfahrkamera und zu neuen Lokalisierungsfunktionen –, doch die Debatte über Chancen und Risiken steht noch ganz am Anfang. Wer darf unter welchen Bedingungen und zu welchem Zweck darauf zugreifen? Wie viel Autonomie bleibt den Autofahrern? Wem gehören die Daten?

Für die Hersteller ist der Fall klar: „Die Daten gehören uns“, sagte VW-Chef Martin Winterkorn auf dem Genfer Autosalon. Er will das Geschäft nicht den Internetkonzernen überlassen. „Wenn sie Zugriff auf die Regensensoren der Autos haben,



Rushhour auf der Berliner Stadtautobahn

könnten sie beispielsweise den besten Wetterdienst der Welt aufbauen“, sagt Winterkorn. Der VW-Konzern entwickelt ebenso wie BMW und Daimler eigene Angebote rund um die Fahrzeugdaten.

Die Autohersteller begründen den Anspruch auf die Informationen auch damit, dass sie bei ihnen besonders sicher seien. Opel-Chef Neumann verspricht, dass seine Kunden jederzeit sehen, welche Daten übertragen werden, und dies stets unterbinden können. „Wir wollen Datenschutz zu einer Kernkompetenz machen“, sagt Neumann. Auch Daimler-Boss Dieter Zetsche versichert, sein Unternehmen werde die von Google geforderten Daten nicht an den Internetriesen liefern. „Mercedes-Benz steht für Sicherheit, und das soll auch die Datensicherheit beinhalten.“

Aber sind die Daten in den Händen der Autohersteller wirklich besser aufgehoben? Die IT-Systeme der Autos sind anfällig für Viren, Manipulationen und Cyberangriffe. Vor Kurzem haben Computerexperten für das amerikanische Magazin „60 Minutes“ einen Chevrolet gehackt und die Kontrolle über das Fahrzeug übernom-

men. In Deutschland entdeckten IT-Spezialisten im Februar eklatante Sicherheitslücken in der Combox des BMW-Systems Connected Drive, die es ihnen unter anderem erlaubt hätten, mittels gefälschter SMS die Türen zu öffnen – mehr als zwei Millionen BMW, Minis und Rolls-Royce-Modelle weltweit waren von dem mittlerweile behobenen Lapsus betroffen.

Der Anspruch der Hersteller auf Datenhoheit wird auch aus Wettbewerbsgründen angefochten. Freie Kfz-Werkstätten beispielsweise fürchten, dass moderne Smart Cars den Verschleiß von Teilen nicht nur melden, sondern auf dem Display gleich die nächstgelegene Vertragswerkstatt des Herstellers anzeigen und bei einem Unfall alarmieren könnten. Sie sehen sich in ihrer Existenz bedroht.

Die Versicherungswirtschaft fordert ebenfalls diskriminierungsfreie Schnittstellen, denn die Branche hat neue Geschäftsmodelle rund um die Autodaten gestartet. Einer der Vorreiter in Deutschland ist Jürgen Cramer. Er fährt in seinem BMW eine zigaretenschachtelgroße Kunststoffbox spazieren. Sie ist in der Rückbank einge-

baut, enthält ein GPS-Modul und eine SIM-Karte – und sammelt fortwährend Daten über Cramers Fahrstil. Sie registriert, ob er tags oder nachts unterwegs ist, Stadtfahrten unternimmt oder Autobahn fährt, hektisch lenkt oder abrupt abbrems.

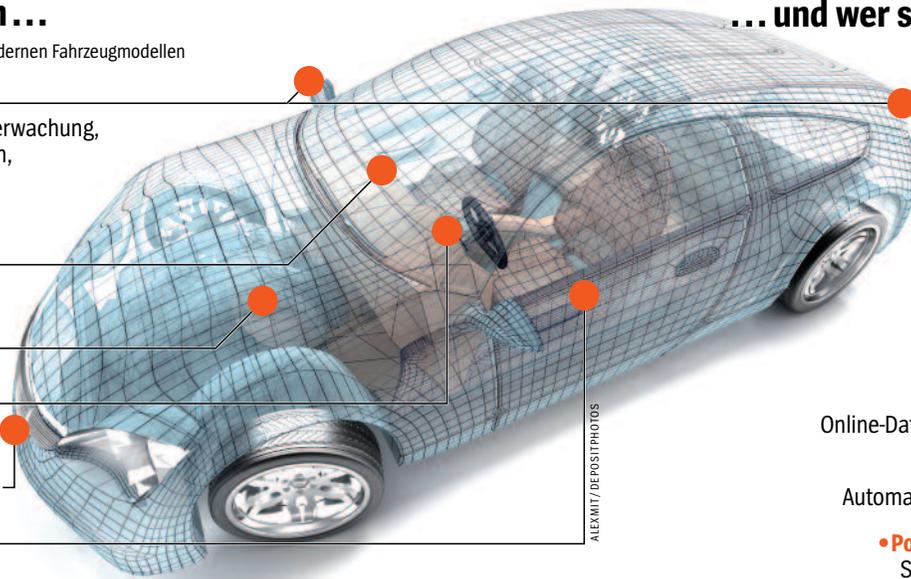
Sollte er einen Unfall haben, würde die Schachtel Alarm auslösen und den Rettungsdienst anfordern. Cramer ist Vorstand bei der Sparkassen Direkt Versicherung, seit Januar 2014 versucht er, Kunden für den sogenannten Telematik-Tarif zu werben – der sicherheitsbewusstes und risikoarmes Fahren mit einer Prämie von fünf Prozent belohnt. Datenschützer sehen derlei „Pay as you drive“-Angebote kritisch, sie fürchten einen faustischen Deal: den totalen Datenausverkauf für einen überschaubaren Kostenvorteil.

Die Sparkassen-Direkt-Kunden scheinen derlei Bedenken nicht zu teilen. Bei einer Befragung bewerteten nur drei Prozent der Kunden das Angebot mit mangelhaft oder ungenügend, sagt Cramer. Auch mit dem Datenschutz habe es keine Probleme gegeben, beteuert er. Die Informationen würden mit einer Nummer verknüpft an

Wo Daten anfallen ...

Beispiele für Aufzeichnungen in modernen Fahrzeugmodellen

- **Fahrassistenzsysteme**
Sensoren zur Abstandüberwachung, Tempomaten, Einparkhilfen, Spurhalteassistenten, Müdigkeitwarner
- **Info-Systeme**
Navigation, Unterhaltung
- **Motordiagnosesysteme**
- **Sicherheitssysteme**
Gurtwarner, Bremshilfen
- **Rundum-Kamerasysteme**
- **Komfortsysteme**
z.B. Sitzheizung



ALEXMIT/DEPOSITPHOTOS

... und wer sie nutzen könnte

- **Autokonzerne**
Maßgeschneiderte Werbung und Finanzierungsangebote
- **Kfz-Versicherer**
„Pay as you drive“-Tarife
- **Vertragswerkstätten**
Online-Benachrichtigung bei Pannen oder Unfällen
- **Telefonanbieter**
Online-Daten-Check fürs eigene Auto
- **Notarzt, Feuerwehr**
Automatischer Notruf bei Unfällen
- **Polizei, Staatsanwaltschaft**
Sicherung von Beweisdaten

Telefónica übermittelt, nur der Kunde kann mit einem Passwort die Analyse seines Fahrstils abrufen oder den Standort seines Autos prüfen. Die Versicherung erhält lediglich seinen „Scorewert“.

Ähnlich interessant wie für Versicherer sind die Fahrdaten für die Autobanken mit ihren Flotten von Leasingfahrzeugen. Sie könnten am Ende der Laufzeit nicht nur prüfen, ob der Nutzer sich an den Vertrag gehalten hat – sondern auch maßgeschneiderte neue Angebote machen.

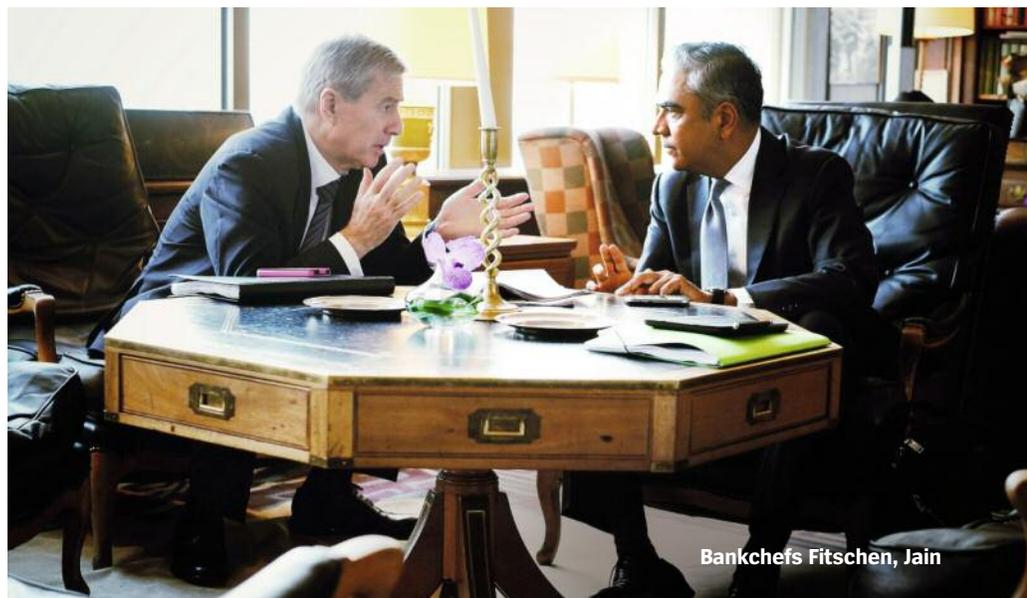
Und was ist mit den Autofahrern selbst? Die Mehrheit scheint von der schleichen den Aufrüstung unter der Haube bislang nicht allzu viel mitzubekommen, wie eine Emnid-Umfrage Ende 2014 zeigt: Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) gab an, bislang nicht gewusst zu haben, dass in modernen Autos bis zu 70 verschiedene Steuergeräte Informationen speichern. Jeder fünfte Befragte lehnte die Datensammelerei ab, selbst dann, wenn diese die Sicherheit erhöhen würde.

Möglicherweise würde die Akzeptanz steigen, wenn die Autofahrer für die Informationen fair honoriert würden. Die Datensätze können einen beachtlichen Wert haben, wie der Münchner Rechtsanwalt Wilfried Reiners weiß, dessen Verband für die persönliche Datenwirtschaft sich auch mit dem Wert von Autodaten befasst: „Ein großer deutscher Autohersteller hat mir gegenüber den Wert eines Datensatzes aus einem drei Jahre laufenden Leasingfahrzeug mit 1500 bis 2000 Euro beziffert.“ Insofern könnten Autofahrer künftig mit niedrigeren Preisen oder Prämien rechnen, wenn sie in die Datensammlung einwilligen – beispielsweise mit einer günstigeren Leasingrate.

Auch Verbraucherschützer haben das Thema im Blick. Klaus Müller, Chef des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (VZBV), hält „Transparenz für das Mindestgebot“. Künftig müsse es schon beim Autokauf eine ausführliche Datenschutzberatung geben und eindeutige Bedingungen im Kaufvertrag. Müller zeigt sich überzeugt, dass es nur eine Frage der Zeit sei, bis das Auto als Be- oder Entlastungszeuge in Gerichtsverfahren herangezogen wird. Rein juristisch wäre das wohl heute schon machbar.

Staatsanwälte könnten das Auto unter dem Verweis auf die Zeugenpflicht beschlagnahmen lassen und die Daten auswerten, so wie das mit Handys längst geschieht. Spätestens wenn das elektronische Notrufsystem mit seinen möglichen Zusatzdiensten in Neuwagen verpflichtend sei, steige der Druck zu handeln. „Über die Frage, ob wir den Brutus unter der Haube wollen, muss der Bundestag entscheiden“, so Müller, „das können wir als Gesellschaft nicht den Verkehrsgerichten überlassen.“

Dietmar Hawranek, Marcel Rosenbach



Bankchefs Fitschen, Jain

Operation Stillstand

Kreditinstitute Der strategische Neustart, den die Deutsche Bank versprochen hat, wird vorerst vertagt. Der Vorstand ist zerstritten.

Das Wort Arbeitskampf war in der vornehmen Deutschen Bank bis vor Kurzem ein Fremdwort. Gab es Konflikte, so regelten Management und Belegschaft sie meist geräuschlos: Noch im vergangenen Jahr sprach Personalvorstand Stephan Leithner von strategischer Tarifpartnerschaft, als es um den Kündigungsschutz für Mitarbeiter einer neuen Servicegesellschaft der Deutschen Bank ging.

Doch plötzlich hat sich der Wind gedreht. In Bonn wird in diesen Tagen um vergleichbare Vereinbarungen für die Konzerntochter Postbank gerungen – und die Zeichen stehen auf verschärften Arbeitskampf. „Die Postbank will bislang nicht über den Ausschluss betriebsbedingter Kündigungen verhandeln“, klagt Christoph Meister, Leiter des Bereichs Finanzdienstleistungen im Ver.di-Bundesvorstand. Das sei „eine Abkehr von der partnerschaftlichen Zusammenarbeit“.

Es brodeln in Deutschlands größtem Finanzinstitut. Im Dezember hatte die Bank angekündigt, ihre Strategie grundlegend zu hinterfragen. Alles komme auf den Prüfstand, im zweiten Quartal werde das Ergebnis verkündet. Später wurde lanciert, schon bei der Aufsichtsratssitzung am 20. März könnten Entscheidungen fallen. Dieses Datum gilt mittlerweile als fraglich.

Im Vorstand toben Grabenkämpfe. Führungskräfte sind irritiert, weil der Konzern sich zeitlich unter Druck gesetzt habe. Zu-

dem sei die Erwartung geweckt worden, es solle einen großen Neuentwurf geben. Auch häuft sich die Kritik, dass der Prozess nicht so unvoreingenommen läuft, wie versprochen. „Es werden Überlegungen lanciert, die Postbank oder unsere Anteile an der chinesischen Privatbankbank Hua Xia zu verkaufen“, klagt ein Manager. Dabei ziehen sich Konkurrenten wie die Royal Bank of Scotland gerade lieber aus dem Investmentbanking zurück.

Das Projekt Strategiefindung droht zu entgleisen. Dabei wäre eine Neuausrichtung der Deutschen Bank bitter nötig, gut zweieinhalb Jahre nachdem Anshu Jain und Jürgen Fitschen die Führung von Josef Ackermann übernommen haben.

Die Co-Chefs haben sich aufgerieben in juristischen Schlachten und sich an ein Geschäftsmodell geklammert, das aus der Zeit gefallen scheint. Die globale Universalbank, die überall alles anbietet, vom Handel mit Hedgefonds in den USA bis zum Dispokredit in China, das ist noch immer das Leitbild von Fitschen und Jain. Nur: Es passt in dieser Form nicht in die neue Bankenwelt.

Jetzt liegt der Aktienkurs am Boden, und von den für 2015 formulierten Zielen für Kapitalrendite und Kosten ist das Führungsduo weit entfernt (siehe Grafik). „Der Vorstand hat die Ziele dramatisch verfehlt, eine rückhaltlose Überprüfung ist angezeigt“, sagt ein Aufsichtsratsmitglied.

Und der Vorstand prüft, mit Analysen gefüttert von Strategiechef Stefan Krause. Doch das Gremium streitet, in welche Richtung es gehen soll. Jain und Krause, heißt es in Teilen des Konzerns, würden aus der Deutschen Bank am liebsten eine europäische Variante der globalen Investmentbank Goldman Sachs machen, die sich auf den Handel mit Wertpapieren und die Beratung bei Firmendeals konzentriert. Deshalb strebten sie einen Verkauf der Postbank an, um den Erlös ins Investmentbanking zu stecken. Offiziell wird eine solche Positionierung zurückgewiesen.

Für einen Verkauf der Postbank gibt es derzeit keine klare Mehrheit im Vorstand.

FOTO: MARTIN LENGEMANN / LAF