
Aktion will Datenmonopol der Automobilhersteller brechen

Moderne Autos erheben und speichern vielfältige Daten, die Rückschlüsse auf das jeweilige Nutzungsprofil, auf Fahr- und Standzeiten, auf den Fahrstil, auf die Fahrtstrecken und vieles mehr zulassen. Welche und wie viele Daten in aktuellen Autos erzeugt, verarbeitet, gespeichert und gesendet werden, wissen im Detail nur die Fahrzeughersteller. Daten sind heute Gold wert. Bisher liegt der Schatz allein bei den Automobilherstellern, heben wollen ihn aber viele – aus den unterschiedlichsten Gründen, viel davon sind kommerzieller Art.

Zur Zeit verfügen die Autobauer über ein Datenmonopol. Sie sind die einzigen, die faktisch Zugang zu diesen Informationen haben. Dagegen wehren sich auch die Kfz-Versicherer, allen voran ihr Dachverband Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), Automobilclubs wie der ADAC, das Kfz-Handwerk und auch der Verbraucherzentrale Bundesverband. Sie nennen das Wettbewerbsverzerrung zugunsten der Autohersteller.

Die Versicherungsunternehmen, freien Kfz-Werkstätten, Autozubehör- und Ersatzteilerhersteller, um nur einige zu nennen, befürchten nämlich, dass sie auf dem Mobilitätsmarkt der Zukunft, von dem noch keiner so ganz genau weiß, wie er aussehen wird, benachteiligt sein könnten, wenn sie nicht auch Zugang zu den „Big Data“ aus den Autos bekommen. Denn aus diesen Informationen lassen sich die Geschäftsmodelle der Zukunft, die Angebote an die Mobilitätskunden von morgen stricken.

Noch lässt sich zwar nicht konkret absehen, wohin die zunehmende Digitalisierung, Vernetzung und Automatisierung des Individualverkehrs in welchem Zeitrahmen führen wird. Doch in einem sind sich die Experten ziemlich einig: Zukünftig wird die Bedeutung eines eigenen Fahrzeugs für die persönliche Mobilität abnehmen. Deshalb müssen sich die Automobilkonzerne gegen rückläufige Absatzzahlen wappnen und rechtzeitig nach neuen Geschäftsfeldern umschaun. Da haben sie eben die sogenannten Mobilitätsdienstleistungen im Blick. Doch an diesem Zukunftsmarkt wollen auch andere Anbieter partizipieren, wie etwa die eingangs genannten Branchen. Für sie wäre eine Monopolstellung der Autoproduzenten beim Zugang zu den Kraftfahrzeugdaten ein massiver Wettbewerbsnachteil.

Die Kontrahenten der Autohersteller verweisen in dem Zusammenhang auch auf die damit einhergehenden Nachteile für die Mobilitätskunden: „Monopole sind immer schlecht und teuer“, warnt der Vorstandssprecher von Deutschlands größtem Kfz-Versicherer HUK-Coburg, Klaus-Jürgen Heitmann, stellvertretend für die Versicherungswirtschaft vor den Nachteilen eines geschlossenen Datenzugangs. Den Verbrauchern sollte die Möglichkeit erhalten bleiben, sich aus einem vielfältigen Angebot die jeweils günstigsten und passendsten Mobilitätsservices auswählen zu können, argumentieren nicht nur die Versicherer.

Sie verweisen gemeinsam mit anderen Branchenorganisationen zudem darauf, dass das Recht an den in den Autos erhobenen Daten den Fahrern bzw. Eignern der Fahrzeuge zustehe. Die Daten vernetzter Autos gehörten nicht den Fahrzeugherstellern, sondern in die Hände der Fahrer, betonen auch die Automobil- und die Verbraucherorganisationen. Deshalb sollen die Autofahrer darüber entscheiden können, wer Zugang zu ihren Daten bekommt und für welche Gegenleistung.

Um zu verhindern, dass die Autohersteller mit einem alleinigen Zugang zu den Kfz-Daten einen sich noch entwickelnden Markt von vorneherein abschotten und andere Anbieter ausschließen, hat der europäische Dachverband Insurance Europe die

Datenschutzkampagne „#data4drivers“ initiiert. Sie fordert die Bundesregierung und die Europäische Union auf, endlich für klare gesetzliche Regeln zu sorgen, die ein Datenmonopol der Autohersteller verhindern. Der Gesetzgeber solle vielmehr darauf achten, dass „idealerweise so viel Wettbewerb wie möglich“ bestehen bleibe, erklärt HUK-Coburg-Chef Heitmann für die Versicherungsbranche. Sie plädiert dafür, dass die Daten aus den Autos auf einen neutralen Server übertragen werden, wo mit Zustimmung des Kunden auf dessen Daten zugegriffen werden kann: etwa um bei einem Unfall den Versicherern, Rechtsanwälten und Sachverständigen die Regelung der Ansprüche zu erleichtern.

Die Autofahrer sollen die maximale Kontrolle über ihre Daten haben und frei entscheiden können, ob, wann und wem sie welche Daten senden oder von wem sie wann, welche Dienstleistung erhalten möchten, lautet das Credo der Datenschutzkampagne „#data4drivers“.

Bleibt das Problem der Datensicherheit, einerlei in wessen Verfügungsgewalt die Daten liegen. Hier sind alle Beteiligten gefordert, zuzunehmen, die Automobil-Industrie, die heute auf den Standpunkt einnimmt: Einzig bei ihr seien die Daten der Autos sicher. Jede Weitergabe berge Risiken für alle Beteiligten. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Datenmonopol.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Goslar Institut