

Präsidiumsvorsitzender Müller für mehr Digitalisierung im Verkehrsbereich:

## **DVF fordert Aktionsplan „Intelligente Mobilität“**

Berlin, 14. Januar 2015 – Um neuen Ideen für moderne Mobilität bessere Chancen zu geben, plädiert **Klaus-Peter Müller**, DVF-Präsidiumsvorsitzender und Aufsichtsratsvorsitzender der Commerzbank AG, für einen „Aktionsplan Intelligente Mobilität“. „Damit sich intelligente Mobilität in Deutschland erfolgreich entwickeln kann, ist die Politik aufgerufen, entsprechende Voraussetzungen zu schaffen. Wenn wir wollen, dass unsere Industrie auf dem Gebiet der Digitalisierung im Verkehr mit anderen Standorten Schritt hält, müssen vor allem Daten in Echtzeit zugänglich, Datenschutz und -sicherheit gewährleistet und ein flächendeckendes Datennetz, insbesondere an den Verkehrswegen, verfügbar sein“, so Müller auf einer Veranstaltung des Deutschen Verkehrsforums zum Thema „Intelligente Mobilität“ vor über 300 Gästen aus Wirtschaft und Politik.

Müller forderte, die Digitalisierung im Verkehrsbereich voranzutreiben und Hemmnisse zu beseitigen. Neben den oben genannten Aspekten seien dies die fehlende Standardisierung der Daten und Prozesse, ein ungeklärter gesetzlicher und regulatorischer Rahmen, überalterte Technologien etwa im Straßenbereich oder beim Ticketing und digitale Daten-Grenzen zwischen Bundesländern, EU-Staaten oder sogar Nachbargemeinden. „Durch intelligente Mobilität werden Produkte und Dienstleistungen entwickelt wie zum Beispiel lebensrettende Fahrerassistenzsysteme, barrierefreie Mobilitätsketten, zuverlässige Verkehrsinformationen oder voll- oder teilautomatisiertes Fahren, die das Leben und die Mobilität sicherer, effizienter und angenehmer machen. Darauf müssen die Wirtschaft und die Politik gemeinsam hinarbeiten.“

### **Bund will in Breitband investieren**

Für die Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur, **Dorothee Bär MdB**, gehört die digitale Infrastruktur zur Daseinsvorsorge: „In der Netzallianz digitales Deutschland haben wir uns gemeinsam einen klaren Fahrplan gesetzt: Allein für 2015 haben die Telekommunikationsunternehmen zugesagt, acht Milliarden Euro in den Breitbandausbau zu investieren. Wo es Wirtschaftlichkeitslücken gibt, werden wir staatliche Investitionsanreize schaffen. Mit diesen Maßnahmen werden wir bis 2018 eine flächendeckende Grundversorgung mit mindestens 50 Mbit/Sekunde erreichen.“ Wie die staatlichen Investitionsanreize beim Breitbandausbau

---

Das **Deutsche Verkehrsforum** ist die einzige verkehrsträgerübergreifende Wirtschaftsvereinigung in Europa. Unsere rund 170 Mitgliedsunternehmen wollen die Verkehrsbedingungen verbessern sowie die Mobilität in Deutschland und Europa sichern.

finanziert würden, erklärte die Staatssekretärin auch: „Dafür stellen wir zusätzliche Gelder der Digitalen Dividende bereit, die wir aus der Versteigerung der Mobilfunklizenzen gewinnen. Bund und Länder haben sich im Dezember darauf verständigt, diese Erlöse eins zu eins wieder in die Digitalisierung und den Breitbandausbau zu investieren.“ Sowohl die Politiker als auch die Unternehmen forderten einen flächendeckenden Breitbandausbau in Deutschland.

„Der flächendeckende Ausbau eines leistungsfähigen Breitbandnetzes ist eine Voraussetzung für einen nachhaltigen, koordinierten Einstieg in den digitalen Aufbruch, der sich in Deutschland vollzieht“, so **Kirsten Lühmann MdB**, Verkehrspolitische Sprecherin der SPD-Bundestagsfraktion.

Ähnlich äußerte sich **Dieter Janecek MdB**, Wirtschaftspolitische Sprecher der Bundestagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN: „Die Politik kann und muss eine intelligente Infrastruktur in vielerlei Hinsicht unterstützen. Grundvoraussetzung ist ein flächendeckendes und schnelles Breitbandnetz. Dessen zügiger Ausbau sollte notfalls in Bereichen, wo er für Investoren nicht wirtschaftlich wäre, staatlich gefördert werden. Die Digitale Agenda der Bundesregierung war ein erster richtiger Schritt und formuliert einige wichtige Handlungsfelder.“

### **Mobilitätsverhalten ändert sich**

In der hochkarätig besetzten Diskussion erläuterten Unternehmen, wie sie auf das veränderte Mobilitätsverhalten der Menschen reagieren. Angefeuert werde diese Entwicklung durch neue Informations- und Reisemöglichkeiten. **Ulrich Homburg**, DVF-Präsidiumsmitglied und Vorstand Personenverkehr DB Mobility Logistics AG, erklärte, wie die Deutsche Bahn darauf reagiert hat: „Nicht nur bei der jungen Generation, aber dort ganz besonders, sehen wir einen klaren Trend zum Mobilitätsmix, also der kombinierten Nutzung verschiedener Verkehrsträger. Die Deutsche Bahn bietet heute schon mit dem Nah- und Fernverkehr auf der Schiene, den Fern- und Nahverkehrsbuslinien, den Mietautos und -Fahrrädern ein bestens vernetztes Angebot an Mobilitätsbausteinen. Mittels digitaler Anwendungen, wie bahn.de, DB Navigator, Qixxit oder auch den Apps für Flinkster und Call a Bike, sind Informationen und Buchungsmöglichkeiten für Millionen DB-Nutzer an jedem Ort und zu jeder Zeit verfügbar.“

Auch Lühmann sieht diesen Trend: „Eine intermodale, digital koordinierte Nutzung der Verkehrsmittel ist keine temporäre Erscheinung, sondern Lebenswirklichkeit sowohl im Privatleben als auch in der Wirtschaftswelt. Wichtig ist, dass wir dabei alle Bevölkerungsschichten und Betriebe mitnehmen.“

Aus der Luftverkehrspraxis zeigte **Karl Ulrich Garnadt**, DVF-Präsidiumsmitglied und Mitglied des Vorstandes, Vorsitzender des Passage-Vorstandes Deutsche Lufthansa AG, welche neuen Wege das Unternehmen beschreitet – auch in Sachen Start-up: „Schon jetzt bietet Lufthansa im Netz weit mehr als „nur“ die Flugbuchung. Gemeinsam mit Partnern ist so ein breites und ständig wachsendes Angebot entstanden (AIRail, Rail&Fly, Airport Bus etc.). Mit unserem neuen Innovation Hub in Berlin gehen wir bei der Vernetzung und Digitalisierung einen Schritt weiter. Am Puls der deutschen Startup-Szene werden wir in enger Kooperation mit Partnern neue Produkte und Services entwickeln, bei denen unsere Rolle weit über das eigentliche Flugerlebnis hinausgehen wird.“

Die Bedeutung von Kooperationen hob **Christian Müller-Bagehl**, Bereichsleiter / Executive Vice President Cockpit & Interieur, Product Life Cycle and Mobility, IAV GmbH, hervor: „Digitale Produkte der Zukunft werden global sein und nur in Kooperation vieler Beteiligter realisierbar sein. Hierbei spielt die Kompetenz Systeme zu integrieren eine wesentliche Rolle und diese ist vorhanden.“

Allerdings ist es laut **Dr. Malte Cherdron**, Chief Operating Officer GoEuro Corp., schwierig, als Informations- und Buchungsplattform aktuelle Daten von Verkehrsunternehmen zu verarbeiten: „Die Rohdaten sind nur der Anfang. Die größere Herausforderung liegt darin, Bahn-, Bus- und Flugdaten aus sehr unterschiedlichen Quellen so effizient in einer einzigen Suche nutzbar zu machen, dass es für den Kunden ganz einfach aussieht.“

Zur Frage, wie sich Datenschutz bei der intelligenten Mobilität gewährleisten lasse, erläuterte **Robert Mirbaha**, Geschäftsführer Motionlogic GmbH, eine Telekom-Tochter, die Mobilfunkdaten veredelt: „Europa hat in der Vergangenheit schon einige Beispiele für gute technologische Lösungen geliefert. Europas Cloud-Angebote werden gerade wegen des strengen Datenschutzes von Kunden aus aller Welt nachgefragt, Europas GSM-Standard ist rund um den Globus implementiert.“

### **Automatisiertes Fahren ist keine Zukunftsvision**

Das Thema Digitalisierung im Verkehrsbereich gehört zu einem der wichtigen Arbeitsfelder im BMVI. Bär erläuterte hierzu, wie sie den Schwerpunkt automatisiertes Fahren voran treiben wolle: „Das machen wir zum Beispiel mit dem Runden Tisch „Automatisiertes Fahren“, um dieses Innovationsfeld aktiv zu gestalten. Die Möglichkeiten sind enorm: Das wollen wir auf unserem „Digitalen Testfeld Autobahn“ zeigen, das auf der A9 in Bayern entsteht. Hier werden moderne und zukunftsweisende Systeme und Technologien erprobt und getestet. Das langfristige Ziel ist die komplett vernetzte Straße. Das bedeutet: mehr Verkehrssicherheit, besserer Verkehrsfluss, weniger Schadstoffe und eine Entlastung des Fahrers.“

Wettbewerb beim autonomen Fahren finde nach den Worten von Müller-Bagehl, nicht zwischen den Regionen statt, sondern zwischen den Branchen IT und Automotive: „In allen relevanten Märkten wird daran gearbeitet die notwendigen Rahmenbedingungen für die stufenweise Einführung zu schaffen. Wie die deutsche und europäische Autoindustrie auf der Consumer Electronics Show im Januar gezeigt hat, gibt es keinen signifikanten Rückstand bei der Technologie, eher sind die gezeigten Lösungen schon sehr nah an einer Einführung.“ Eine Wettbewerbsgefährdung ergebe sich laut Müller-Bagehl für die europäischen Unternehmen eher aus der sehr großen Finanzkraft der beteiligten US IT Firmen. „Hier besteht politischer Handlungsbedarf langfristig eine vergleichbare Marktmacht in Europa zu etablieren.“