

CES 2014: Wettkampf der Systeme

Von Peter Schwerdtmann

Was waren Aussteller und Medienleute froh, als Detroit vor ein paar Jahren beschloss, die North American International Auto Show (NAIAS) erst in der zweiten Woche nach dem Jahreswechsel beginnen zu lassen. Vorher musste man gleich nach den Tagen den Koffer packen. Die Freude über die weitere Woche bis zur ersten strategischen Automobil-Messe eines Jahres währte nicht lange. Denn jetzt ringt eine Messe um das Interesse der Autowelt am Jahresanfang: die Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas.

Früher die Heimat von HiFi, Flachbild, 3D und Konsolen fällt der CES heute eine neue Rolle als die Messe zu, auf der die Intelligenz des Autos bestimmt wird. Detroit lässt man das schöne Blech, Las Vegas bringt die inneren Werte. Das Auto-Jahr beginnt also wieder in der zweiten Woche nach dem Jahreswechsel, dieses Jahr am Dienstag, 7. Januar 2014.

Die „Consumer Electronic Show“ holt das Auto auf die Bühne – dass passt ungemein gut zu der immer wieder gern wiederholten Behauptung, für die Jugend von heute habe das iPhone eine größere Bedeutung als das Auto. Richtig ist, dass Smartphone und Internet beim Nachwuchs rund ein Jahrzehnt früher als das Auto Begeisterung auslösen und Benutzerverhalten aufbauen. Damit muss die Automobilindustrie arbeiten. Das Auto wird daher mehr und mehr zum schnellen Internet-Hotspot mit einer Bedienlogik, wie man sie vom Smartphone kennt.

Das ist eine der Herausforderungen, mit der die Auto-Entwickler heute leben müssen. Die andere ist technischer Art. Von einer Auto-Generation zur nächsten dauert es fünf bis sieben Jahre. In dieser Zeit schafft die Consumer-Elektronik im Zweifel zehn Generationswechsel. Das Auto, dessen Hard- und Software damit nicht fertig wird, hat in Zukunft keine Chance mehr.

Es hat also nichts mit Flucht vor dem europäischen Winter zu tun, wenn sich in dieser Woche die Automobil-Experten in der Wüste von Nevada treffen. Man will sehen, wohin sich die Consumer-Elektronik bewegt. Und man will zeigen, wie gut die eigenen Produkte

sich in dieser schönen neuen Welt behaupten.

Das Silikon Valley, zwar nicht in Nevada, aber nur ein paar hundert Meilen nordwestlich von Las Vegas in Kalifornien gelegen, ist immer noch das Zukunftslabor der Technologie. Hier sitzen die Großen wie Google, Twitter, Yahoo und Facebook mit ihren großen Entwicklungsabteilungen und dem Hang zu neuen Geschäftsmodellen. Hier sitzen aber auch immer noch scheinbar unendlich viele Start-ups und Forschungsinstitute, die neue Ideen vorantreiben.

Das Ohr am Puls der technischen Entwicklung – dafür hat Mercedes-Benz in diesem Jahr im Silikon Valley eine eigene Entwicklungsabteilung für Soft- und Hardware gegründet. Alle Mercedes-Benz-Apps entstehen hier in Sunnyvale. Hier spricht man mit den großen und allen die Technologien vorantreiben. Auf keinen Fall wie man zu spät kommen, sondern den Takt angeben. Bei der CES übernimmt für Mercedes-Benz das unter anderem eine „Fernbedienung 2.0“, auch eine Idee, die von einem Start-up aus dem Valley stammt und auf einer intelligenten Armbanduhr beruht.

Exklusiv für die Besucher der CES zeigt Mercedes-Benz die neue C-Klasse in einer außergewöhnlichen Form: Eine Augmented Reality App erweckt das Auto in digitaler Form auf dem Messestand zum Leben.

Am ersten Messetag zeigen die Stuttgarter außerdem das Concept S-Class Coupé. Das Interieur zeichnet sich durch die voll-digitale Instrumententafel und das innovative Bedienkonzept aus. So müssen Fahrer und Mitfahrer beispielsweise nicht mehr umständlich ihre digitale Musiksammlung durchsuchen, denn dank der Software Mood Grid, die in Kooperation mit Gracenote in das Fahrzeug integriert wurde, wird eine Vorauswahl aus rund 18 Millionen Songs direkt aus der Cloud zusammengestellt, die auf die ausgewählte Stimmung und den individuellen Geschmack des Hörers abgestimmt ist.

Einen Ausblick auf das revolutionäre Telematik- und Infotainmentsystem von Übermorgen gibt Mercedes-Benz mit dem Prototypen der „Predictive User Experience“. Welche Innovationen das Fahrzeug der Zukunft zum intelligenten, automobilen Begleiter machen, wie es Wünsche, Stimmungen und Vorlieben von Fahrer und Mitfahrer erkennen und proaktiv die nächsten Bedienschritte vorhersehen und vereinfachen kann – das ist ebenfalls in Las Vegas zu sehen.

Die beiden anderen deutschen Premium-Hersteller sehen sich am liebsten auch ganz vorne. Audi wird sogar ein komplettes Auto hinstellen, den Sport Quattro Laserlight Concept, ein Plug-in-Hybrid mit neuartigem Laserlicht. Audi wird außerdem seine

Kooperation mit Google verkünden und damit eine Gegenposition zu den bisher oft auf Apple-Technologie basierenden oder wie Apple aussehende und zu bedienende Techniken im Auto beziehen. Google positioniert damit sein Android-Bediensystem in der Autowelt, auch hier mit dem Ziel, die Vorherrschaft des iOS-Betriebssystem von iPhone und iPad zu brechen.

Ford wird ebenfalls mit einem kompletten Auto in Las Vegas stehen, mit dem Ford C-Max Solar Energi Concept. Bei dem sollen die Solarmodule auf dem Dach zwischen 300 und 350 Watt liefern und so die Batterie des Plug-in-Ford immer voll halten. Das klingt sehr optimistisch und setzt dauerhaftes Las-Vegas-Wetter voraus.

Hyundai will in Las Vegas das neue Infotainment seiner neuen Sportlimousine Genesis vorstellen. Das ganze Auto heben sich die Koreaner für die NAIAS auf, die am Montag, 13. Januar 2014, in Detroit mit dem ersten Pressetag beginnt.

Bis Freitag, 10. Januar 2014, einschließlich werden wir in Las Vegas den Wettkampf der Systeme bei den Internet-Technologie-Riesen und den wesentlichen Autoherstellern beobachten können. Angesichts der riesigen Verkaufszahlen für PC und Telefone aller Art hat sich das Valley in der Vergangenheit nicht interessiert. Aber jetzt rutscht das Auto auch ins Visier der Börsenriesen. Es bleibt also spannend, denn Partner der Wahl sind alle Amerikaner, von denen wir gelernt haben, dass sie dem Werben der Geheimdienste nicht widerstehen können oder wollen. In den Entwicklungsabteilungen der Automobilindustrie weiß man um das Problem und arbeitet an passenden Strategien. In der öffentlichen Diskussion spielen die Datensicherheit und die Sicherheit der eigenen Daten noch nicht die Rolle, die ihnen zukommen sollte. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Intelligent integriert: Pebble Smartwatch



Audi Sport Quattro Laserlight Concept.



Ford C-Max Solar Energi Concept.
