

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V.

# Stakeholderdialog – Zugang zu Fahrzeugdaten

## Gesetzgeberische Gestaltung des digitalisierten Automotivesektors

Dr. Kurt Christian Scheel



# Agenda

1. Der Mythos: Digitalisierung ist gleich „Zugang zu Daten“
2. Digitalisierung umfasst Recht, Geschäftsmodelle, Technik und zuletzt Daten
3. Fazit und Forderung



# 1. Der Mythos: Digitalisierung ist gleich „Zugang zu Daten“

# Die 4 häufigsten Servicetypen im digitalen und digitalisierten Zeitalter



1.) Eine App im Fahrzeug.



2.) Eine Diagnosesoftware am Fahrzeug.



3.) Eine Reparatur/Wartung, die beim Hersteller-Server registriert werden muss.



4.) Ein intelligentes Ersatzteil, das auch softwareseitig in das Fahrzeug integriert werden muss.

Wo sind hier Daten zu sehen? Wo werden hier Daten verkauft oder gehandelt?

# Warum Datenzugang und Data Act nicht reichen

## Digitale Services: mehr als „Datenzugang“

Eine **App** muss auf Funktionsfähigkeit geprüft werden, auf Designvorgaben, auf Vorgaben zur Ablenkung des Fahrers.

Ein reiner „Datenzugang“ kann dies nicht.

Wer beurteilt, ob das **intelligente Ersatzteil** technisch funktioniert?  
Wer haftet für Schäden, die ein intelligentes Ersatzteil anrichten kann?  
Vom unbeabsichtigten Ausfall, bis zu Busblockaden oder Angriffen auf das AD-System?

Auf Ebene von „genutzten Daten“ kann das nicht beurteilt werden.

Digitale Services



Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

## 2. Digitalisierung umfasst Recht, Geschäftsmodelle , Technik und Daten

# 4 Dimensionen der Digitalisierung im Kfz

Das hochvernetzte, digitalisierte und digitale Kfz stellt ein komplexes Gesamtsystem in mehreren Dimensionen dar:

1. **Rechtliche Fragen:** Produkthaftung, Wettbewerbsrecht, DSGVO etc.
2. **wirtschaftliche Fragen:** Was ist der Mehrwert eines Geschäftsmodells? Was sind legitime Gebühren, die ein KFZ-Hersteller für die Prüfung und Integration von digitalen Services einfordern kann?
3. **Technische Fragen:** Welche IT- und IT-Sicherheitsstandards sind einzuhalten, in welchen Prozessen erfolgt die Integration in Test, Vertriebs- und Produktüberwachungssysteme des OEM?
4. **Datenfragen:** Auf welche Daten darf im Rahmen der vorgelagerten drei Dimensionen zugegriffen werden?



# 3. Fazit und Forderung





# Der Automotivesektor braucht eine sektorspezifische Regulierung

Die Dimension der Daten (und damit auch der Data Act) ist für die Anwendung im hochkomplexen System und Sektor Automotive leider nur nachgelagert. Der Data Act reguliert somit keine **rechtlichen, wirtschaftliche und technischen** Dimensionen.

Sichere, vertrauenswürdige digitale Leistungserbringung im *Software defined Vehicle* setzt eine enge **rechtliche, wirtschaftliche und technische** Kooperation zwischen Herstellern und Serviceanbietern voraus!

Das „**Gütesiegel**“ dieser Kooperation ist das vom OEM nach Prüfung erteilte elektronische Zertifikat für den Service (App, Ersatzteil, etc.) des Serviceanbieters. Dieses „Gütesiegel“ ist der zentrale Datenpunkt.



Ein Data Act reicht daher nicht aus, wir brauchen eine Anpassung der bewährten Regulierungen (Typgenehmigung, GVO) zu den wichtigen ersten drei Dimensionen (Recht, Geschäftsmodelle, Technik) **und der Dimension Datenzugang** durch eine SSL!



Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

# Kooperation zwischen OEM und Serviceanbietern in der SSL

## Prozess 1: Anbieterprüfung

SSL eröffnet das Recht auf Leistung als Serviceanbieter, wenn definierte Kriterien erfüllt werden. Z.B: Eingetragenes Unternehmen, keine bestehenden Verurteilungen etc.

Service wird durch gelisteten Anbieter zur Prüfung vorgelegt

## Prozess 2: Serviceprüfung

SSL eröffnet das Recht, jeden Service nach den für den jeweiligen Integrationspunkt zulässigen Kriterien vom OEM prüfen zu lassen. In einer regulatorisch definierten Maximalzeit, zu regulatorisch definierten Maximalgebühren. Testkriterien sind z.B. : Einhaltung der technischen Spezifikationen, Einhaltung Sicherheitsstandards, Beachtung von Patenten und GDPR.

Der nach den gleichen Regeln wie für OE-Services geprüfte IAM-Service wird in das Cyber Security Management System des OEM integriert.

CSMS



Durch Updates auf Seiten des Anbieters wie des OEMs (unterlagerte Systeme) ist dies ein Zyklus über die Lebenszeit des Services und des KFZ hinweg.



Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

# Treiber für Standardisierung

Formal fordert die SSL lediglich Zugang zu den existierenden Prozessen und existierenden Technologien (Integrationspunkten) am und im Fahrzeug (z.B. ExVe, OBD, Infotainment, ICAS), ist daher technologieneutral.

Die auch vom Dragi-Report angemahnte Standardisierung wird durch folgende Faktoren gefördert:

- 1.) Der Gesetzgeber wird für Zwecke wie Emission, Autonomes Fahren, eCall einheitliche Funktionen (Webserviceschnittstellen) fordern, die wie eOBD später auch für kommerzielle Zwecke genutzt werden können.
- 2.) Marktmacht: Technologien wie Android Automotive Open Source setzen einen de Facto Standard für bestimmte Bereiche, den europäische Automotiveplayer gerne weiterentwickeln werden.
- 3.) Dezidierte Foren: Die SSL strebt Foren an, in denen die Weiterentwicklung von Standards für bestimmte Integrationspunkte aus regulatorischen wie kommerziellen Erwägungen heraus vorangetrieben werden soll.



# Das Risiko des Wartens in der Plattformökonomie KFZ

1. Ohne Gesetzgebung haben die **OEMs alleine** seit mehr als 5 Jahren versucht, digitale, **geschlossene Ökosysteme** aufzubauen.
2. Im Bereich Infotainment sind **alle Eigenlösungen gescheitert**, hier dominieren die Lösungen aus USA (Google) und China aufgrund der Skaleneffekte. Als ein Beispiel kauft VW künftig das IT-Know-How bei Rivian aus USA.
3. Die „minimale Öffnung“ nur durch ExVe, Datenräume etc. hat bisher nur überschaubare Erfolge geliefert.
4. Wenn man als Gesetzgeber nicht durch Öffnung und ideal partielle Standardisierung einen **großen europäischen Digitalmarkt als Gegengewicht** schafft, wird der europäische Sektor aus USA und China uberisiert werden.



# Dr. Kurt Christian Scheel



Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V.

Hauptgeschäftsführer

Markgrafenstraße 35

10117 Berlin

Telefon: 0228/91 27-910

E-Mail: [scheel@kfzgewerbe.de](mailto:scheel@kfzgewerbe.de)