Die Navigation World auf der Systems in München. Trotz Finanzkrise von Panik keine Spur.

Fotos: Tele Atlas, AZO

DIE WELT DER NAVIGATION

Die „Navigation World", Produktshow der Navigationsindustrie, fand zum fünften Mal in München statt. Die Branche wächst. Von Krisenstimmung keine Spur.

Monika Rech

Navigation world" – the name says it all. Das ist der Slogan der Ende Oktober zum fünften Mal im Rahmen der IT-Messe Systems in München veranstalteten Produktshow, in deren Mittelpunkt die Satellitennavigation steht. Das erste Mal seit Bestehen der Ausstellung flankierte auch eine internationale Konferenz das Branchentreffen. Auf der Agenda standen aktuell diskutierte Topthemen wie Indoor Navigation, EGNOS, GPS Gaming, Digital Maps und Location Based Services (LBS) , mobile Navigation und Lösungen im Automotive-Sektor. Integriert in die Veranstaltung war bereits zum wiederholten Male auch der Ideenwettbewerb zum europäischen Satellitennnavigationssystem in spe „Galileo-Masters".

Thorsten Rudolph, Veranstalter der Navigation World und Geschäftsführer des Anwendungszentrums Oberpfaffenhofen, AZO, äußert sich zu dem Verlauf der Veranstaltung mit den Worten „absolut zufrieden". Ausstellung, Kongress und Wettbewerb haben sich für ihn als tragfähiges Trio erwiesen. Die Navigation World ist ein guter Gradmesser für die Befindlichkeiten in der Branche. Sie spiegelt die Aufstellung in der Navigationsindustrie bestens wider. „97 Prozent des Umsatzes sowohl bei Hardware als auch bei Diensten in der Navigation wird in den Consumer-Märkten gemacht", erklärt Rudolph. Der Massenmarkt also das Zugpferd der Navigationsbranche, das im Galopp Fläche macht. 1,8 Milliarden Menschen werden schon im Jahr 2010 von der Navigationsindustrie profitieren, schätzte eine Studie der EU im Jahr 2005. Die Prognose scheint nach Rudolph in die richtige Richtung zu weisen, denn der Siegeszug von Navigations- und Routingdiensten ist nicht mehr aufzu-

halten. Aber nicht nur im Massenmarkt, auch bei professionellen Anwendungen steigen die Verkaufzahlen. Gerade in der Präzisionlandwirtschaft ist die Nachfrage nach Produkten ungebrochen. Aber auch in anderen Profisegmenten wie der klassischen Vermessung oder den lebensrettenden Diensten hält die Nachfrage an.

Zwei gedankliche Vorgaben stehen über allen Geschäftsideen wie auch Produktpräsentationen der Navigationsanwendungen: Im professionellen Bereich ist es die Optimierung von Wirtschaftsprozessen und damit verbundenen Kosteneinsparungen. Im Massenmarkt ist es vor allem die bessere, leichtere Orientierung, die den Ton angibt

GAMING, LBS UND 3D

Dominiert haben Messe, Konferenz und Ideenwettbewerb in diesem Jahr vor allem drei Themen: erstens der Bereich Gaming, oder wie Rudolph betont, das Segment des „Entertainments“. Ein Drittel aller Einreichnungen beim Ideenwettbewerb „Galileo Masters“, deren Sieger traditionell auf der Veranstaltung gekürt werden, drehte sich in diesem Jahr um spielerische und unterhaltende Applikationen. Wie etwa das aus Taiwan eingereichte Projekt „Youcast“, bei dem jeder Mensch zum Videoreporter werden kann und soll. Von Privatleuten aufgenommene Videos werden später verortet die Nachrichtenlage auf der digitalen Landkarte abbilden. Auch Augmented Reality Technologie und Gaming wachsen immer stärker zusammen. Zukünftig könnte es beispielsweise völlig selbstverständlich sein, dass, wer will und zugelassen wird, beim Bummel von Freunden in New York virtuell dabei sein kann.

Der zweite Megatrend sind nach Angaben von Rudolph die wiedererstarkten Location Based Services. Vom Notrufknopf auf dem Mobiltelefon bis zum mobilen Museumsführer ist in der mobilen Welt alles möglich. Dritter Megatrend im Bunde ist nach Rudolphs Angaben unstrittig das Riesenthema 3D. Besonders im Auto, aber auch auf dem mobilen Endgerät, halten 3D-Darstellungsweisen der Erdoberfläche Einzug. Denn zum einen ist die Erzeugung von 3D-Stadtmodellen erheblich günstiger geworden, zum anderen lassen sich die Daten mittlerweile auf die Darstellungskapazitäten von mobilen Endgeräten reduzieren. Auch das Thema Indoor-Navigation gewinnt nach Rudolph an Fahrt. Die Navigation innerhalb von Gebäuden, die etwa für das Gebäudemanagement oder für Feuerwehreinsätze erhebliche Vorteile bringen soll, gilt als klares Wachstumssegment.

Rudolph legt als Chef des Inkubationszentrums AZO besonderen Wert auf den Ideenwettbewerb zu Galileo. Den einzigartigen Vorteil von Galileo sieht Rudolph darin, dass das System mitteilen wird, wie hoch die Genauigkeit der Daten ist, die den Messungen zugrunde liegen. Gerade bei Lebensrettungsorganisationen wie Polizei, Feuerwehr und Rettungsdiensten sind diese Angaben von großer Bedeutung. Genau so wie im professionellen Anwendungsbereich wie in der Vermessung oder der Precision Agriculture.

Eingereicht werden bei den Galileo-Masters nicht etwa bereits fertiggestellte Business-Pläne, sondern Ideen, die auf dem europäischen Satellitensystem beruhen. Der Wettbewerb richtet sich also an Noch-Nicht-Unternehmer mit eventuell schon patentrechtlich geschützten Ideen bis zum Jungunternemer mit Geschäftsideen im noch recht jungfräulichen Stadium. Dotiert ist der Hauptpreis mit 20.000 Euro. Eingereicht wurden in diesem Jahr rund 300 Vorschläge. Sieger war bereits zum zweiten mal ein Unternehmen aus Großbritannien. Die Firma Sci-Tech hat ein Rettungssystem für über Bord gegangene Seeleute entwickelt, das – bestehend aus einem im Schiff fest installierten Navigationsgerät und einem von allen Besatzungsmitgliedern getragenen mobilen GPS/GSM-Modul – die Position des Schiffbrüchigen laufend an das Schiff sendet, wodurch dessen Position relativ zum Schiff an Bord anzeigt und das Schiff zu dieser Position navigiert werden kann.

SPEZIALPREIS FÜR LOGISTIKLÖSUNG

Zusätzlich zu dem Hauptpreis wurde noch einmal der Sieger aus 50 Einreichungen zu einem von der Industrie ausgerufenen Spezialpreis ausgewählt. Der Logistiker DHL hatte gemeinsam mit dem Informations- und Kommunikationstechnologie-Anbieter T-Systems dazu aufgerufen, Lösungen einzureichen, die die Kosten auf der so genannten letzten Meile von Paketdiensten reduzieren – also bei der Auslieferung der Waren durch Transportfahrzeuge. Das in Dreden ansässige Unternehmen Ubigrate ging mit seiner Lösung als Sieger daraus hervor. Das Unternehmen hat ein System entwickelt, das das verfügbare Volumen in einem Transporter mit Ultraschall-Sensoren misst und diese Information inklusive Positionsdaten mittels GPRS an die Zentrale leitet. Dort haben die Mitarbeiter dann die Möglichkeit, optimale Routen zu wählen und weitere Fracht zuzuladen. ◀

Eines der Wachstumssegmente in der satellitengestützten Navigation ist die Darstellungsweise in 3D.