

[◀ zurück](#)

Navigation

Sie haben Ihre Zielperson erreicht

VON PATRICK BEUTH



Wi Drive (Bild: dpa)



Bislang sollten Navigationsgeräte vor allem eine Frage beantworten: Wie komme ich an mein Ziel? Künftig kommt eine zweite hinzu: Wer ist schon da?

Auf der Cebit verschwimmen die Grenzen zwischen verschiedenen Geräten und verschiedenen Diensten: Aus Navigationsgeräten werden internetfähige Unterhaltungscomputer, aus Smartphones werden vollwertige Navis und Werkzeuge zum Aufspüren anderer Personen.

Clarion stellt mit dem Modell "MiND" ein Navigationsgerät vor, das Youtube und Myspace schon im Startmenü mit einem Klick auf den Touchscreen öffnet. Gedacht ist es für diejenigen, die auch auf dem Rastplatz nicht auf ihr soziales Netzwerk verzichten können. Während der Fahrt funktioniert das aus Sicherheitsgründen nicht.

Garmin spendiert seiner neuen 13er-Serie eine Fußgängerfunktion: Mit Karten aus zunächst vier Städten, nämlich Frankfurt, Berlin, Hamburg und München, kann sich der Käufer durch Einkaufsmeilen navigieren und bekommt auf Wunsch angezeigt, wo er in welche U-Bahn steigen muss. Neu ist auch die Navigation über geocodierte Bilder von der Google-Plattform Panoramio: Dort haben User Millionen Fotos mit "Geotags", also GPS-Daten hinterlegt, die am Computer auf das Navigationsgerät geladen werden und dann mit einem Knopfdruck angesteuert werden können. Die etwas besser ausgestattete von zwei Varianten soll etwa 250 Euro kosten.

Gleichzeitig hat sich Garmin mit Asus zusammengetan, um mit dem NüviPhone M20 ein Handy zu entwickeln, das auch als Navigationsgerät im Auto dient. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den sogenannten Location Based Services. Per Google-Suche zeigt das Gerät Geschäfte oder Kinos in der Nähe an, Fotos der eingebauten Kamera werden automatisch mit Geodaten gespeichert und sind direkt als Ziel ansteuerbar.

In Zukunft sollen die Geräte aber nicht mehr nur "Points of interest" aufspüren - sondern auch Personen. Webciety-Organisator Sascha Lobo nutzt bereits Googles Dienst Latitude, der ihm auf seinem Handy anzeigt, wo sich seine Freunde gerade befinden. Entscheidend dabei sei "der extrem bewusste Umgang damit", sagt er. Wer darf sehen, in welcher Stadt ich bin? Oder sogar in welcher Straße? Darf er das immer oder nur zu bestimmten Zeiten? Der Übergang zwischen ständiger Erreichbarkeit und ständiger Überwachung ist fließend. Deshalb ist das Marktpotential solcher Anwendungen, an denen auch Nokia arbeitet, völlig unklar. Wie viele Menschen gerne verraten, wo sie gerade sind, damit sie sich spontan mit anderen treffen können, und wie genau der Anbieter damit dann Geld verdienen kann, wird sich wohl erst in ein paar Jahren zeigen.

Überschaubarer ist da schon der Markt für die nicht ganz so freiwillige Überwachung, "Geofencing" genannt - das Ziehen virtueller Zäune. Das Hamburger Unternehmen Schiffel etwa präsentiert auf der Cebit einen Service, der speziell auf den Blackberry zugeschnitten ist: Wer sicher sein will, dass sein Kind den sicheren Schulweg benutzt, gibt ihm einen Sender. Das Blackberry-Smartphone ortet diesen und navigiert bei Bedarf dorthin, wo das Kind sich befindet. Auch Demenzkranke können so aufgespürt werden, wenn sie sich verlaufen. Solche Sender gibt es ab etwa 100 Euro, der Schiffel-Service soll ab Sommer monatlich zehn bis 20 Euro kosten.

[document info]

Copyright © FR-online.de 2009

Dokument erstellt am 06.03.2009 um 16:40:07 Uhr

Letzte Änderung am 07.03.2009 um 09:54:29 Uhr

Erscheinungsdatum 07.03.2009

URL: http://www.fr-online.de/in_und_ausland/multimedia/spezial_cebit_2009/?em_cnt=1686244&em_loc=3620