



Die fliegenden Möglichmacher

Verantwortungsvolles Handeln bei der Entwicklung des Drohnenmarkts /
Studenten arbeiten neue Ideen aus

Von Jan-Eric Putze

Drohnen werden zunehmend Bestandteil des wirtschaftlichen Alltags und erfüllen die unterschiedlichsten Aufträge. Laut der vom Verband Unbemannte Luftfahrt (VUL) herausgegebenen Marktanalyse 2021 sind in Deutschland aktuell über 400.000 Drohnen im Umlauf. Dieser Markt befindet sich aktuell im Wandel: weg von der Drohne als primärem Hobbyprodukt hin zur Drohne als flexibel einsetzbarem Wirtschafts-

instrument. Der Wandel birgt ein immenses wirtschaftliches Potential. Die Onlineplattform Statista geht in einer Mitte vergangenen Jahres veröffentlichten Übersicht davon aus, dass sich das Volumen des weltweiten Drohnenmarkts bis 2025 auf 43 Milliarden US-Dollar erhöhen wird.

Diese Entwicklung ist auch in Deutschland zu verfolgen. Der VUL-Analyse zufolge ist der

deutsche Drohnenmarkt gegenwärtig 840 Millionen Euro groß. Dabei entfallen 738 Millionen Euro auf den kommerziellen und 102 Millionen Euro auf den privaten Drohnenmarkt. Bis 2025 sollen insgesamt 450.000 Drohnen in Deutschland fliegen. Während das Wachstum im Bereich der privaten Nutzung weiter abflachen wird, nimmt die Zahl der kommerziell genutzten Drohnen auf 132.000 zu. Zurzeit wird in Deutschland nur



eine von neun Drohnen kommerziell betrieben, 2025 wird es bereits jede dritte Drohne sein.

Das breite wirtschaftliche Interesse an der Drohne hat dabei weniger mit ihrer offensichtlichsten Eigenschaft, dem Fliegen, zu tun. Das ist an sich zwar spannend, hier aber nur am Rande relevant. Vielmehr geht es darum, wofür der Drohneinsatz steht, beziehungsweise, was er technologisch möglich macht: eine Zukunft, in der mittels des Einsatzes von Drohnen komplexe Prozesse vollautomatisiert ablaufen können. In dieser Zukunft fliegen Drohnen selbständig ihre Aufgabenbereiche ab. Sie sammeln Daten und übertragen sie in Echtzeit an Verarbeitungsprogramme. Diese werten die Daten automatisch aus, interpretieren sie und leiten, falls notwendig, weitere Maßnahmen ein. Die Drohne ist hierfür der „Enabler“. Sie macht mit

ihren Eigenschaften diese Zukunft erst möglich. Insbesondere für Unternehmen, aber auch für Organisationen bietet das eine große Chance.

Vielfältiges Arbeitsinstrument

Zunächst aber lohnt es sich, noch einmal einen Blick auf den aktuellen Markt zu werfen. Wer diesen näher betrachtet, erkennt schnell, dass die geschilderte Zukunft nicht mehr allzu weit weg ist. Bereits heute werden Drohnen in einer Vielzahl von Industrien eingesetzt. Das geht auf der Baustelle los, über den Immobilienbereich, die Landwirtschaft bis hin zum Energie- und Chemiesektor. Ganz vorne zu nennen ist der komplette Logistikbereich – sowohl mit Blick auf den Personentransport als auch im Gütertransport. Viele dieser Anwendungen befinden sich aktuell noch in der Entwicklung. Sie existieren als

Studie, Showcase oder befinden sich im Erprobungsbetrieb – und haben hier in den vergangenen Jahren ihre Funktionalität erfolgreich unter Beweis gestellt. In den nächsten ein bis zwei Jahren steht für einige dieser Anwendungen der nächste Schritt an: die Überführung in den wirtschaftlichen Regelbetrieb. Hierfür ist die Weiterentwicklung des Marktes entscheidend.

Wer an Weiterentwicklung denkt, denkt dabei in der Regel an Chancen – sei es im wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Kontext. Das gilt auch für den Drohnenmarkt. Mit der Chance geht aber auch noch etwas anderes einher: Verantwortung, die Entwicklung eines Marktes nach bestem Wissen und Gewissen zu begleiten beziehungsweise zu fördern. Doch wo beginnt Verantwortung? Im Falle des Drohnenmarktes startet verantwortliches Handeln bereits bei der Art und Weise,



wie der Markt wahrnehmbar gemacht wird. Tech-Enthusiasten, aber auch im Drohnenmarkt operierende Unternehmen beziehungsweise Kunden haben quasi von Haus aus eine hohe Affinität zu der Drohne. Hier ist in der Regel eher zu viel, denn zu wenig Begeisterung zu erwarten.

Aufgabe Aufklärung

Im Kontext dieser Begeisterung wird mitunter vergessen, dass nicht jeder Drohnen aufgeschlossen gegenübersteht. Vielmehr gibt es nach wie vor Bedenken und auch Ängste bezüglich des neuen Luftraumteilnehmers. Das beginnt bei der Befürchtung, der Himmel könne irgendwann schwarz vor lauter Drohnen sein, und geht bis hin zu der Angst vor einer möglichen Überwachung durch Drohnen. Und natürlich steht auch immer die Frage im Fokus, ob der Flug einer Drohne wirklich sicher ist – sowohl für andere Flugverkehrsteilnehmer als auch für die Personen, die möglicherweise einmal unter einer Drohne stehen. Diese Befürchtungen und Ängste gilt es bei der Weiterentwicklung der Branche ernst zu nehmen. Einfaches verbales Wegbügeln dieser Sorgen im Sinne von „Das ist doch Quatsch“ wird der Sachlage nicht gerecht und bringt auch keine Änderung in der Wahrnehmung.

Vielmehr geht es darum, die vorhandenen Bedenken gezielt in der Kommunikation zu adressieren und eine entsprechende Aufklärung zu betreiben. Denn auch die Drohnenindustrie will am Ende keinen Himmel, der sich aufgrund Tausender dort fliegender Drohnen verdunkelt oder bei dem es in der Luft zu Unfällen kommt. Diese Aufgabe zur Aufklärung allein bei der Drohnenindustrie zu sehen wäre jedoch falsch. Vielmehr betrifft sie auch an-

dere Bereiche wie die Politik und die Wissenschaft. Sie sind mit dafür verantwortlich, wie das Drohnensegment mittel- und langfristig wahrgenommen wird.

Neben dem richtigen Umgang mit dem Thema Wahrnehmung braucht es auch bei dem eigentlichen Marktausbau verantwortliches Handeln. Denn gerade bei verhältnismäßig jungen Märkten zeigt sich: Neue Ideen und Ansätze gibt es zuhauf. Viele davon haben einen guten Ansatz, aber nur die wenigsten generieren am Ende einen Mehrwert – und nicht weniger als das muss eine Technologie wie die Drohne leisten. Ein Beispiel: Die Drohne als künftiger Paketbote, der unsere tägliche Bestellung direkt vor die Haustür liefert, klingt zunächst spannend, ist am Ende aber kaum umsetzbar. Nicht nur aufgrund der damit verbundenen technischen und regulatorischen Anforderungen, sondern auch aufgrund der gesellschaftlichen Bedenken (Stichwort: Drohnenhimmel). Und außerdem: Ist dieser Bedarf wirklich gegeben? Aus Sicht unseres Unternehmens, der Droniq, ist das nicht der Fall. Bei anderen logistischen Aktivitäten, wie beispielsweise dem Transport von Gütern, die Leben retten können, sieht das schon wieder ganz anders aus. Hier kann die Drohne mit Blick auf kurzfristige Einsatzmöglichkeiten sowie die schnelle Durchführung einer „Mission“ einen echten Mehrwert liefern.

Junge Generation einbinden

Unternehmen aus der Drohnenindustrie sind entsprechend gefordert herauszufinden, wo Bedarfe für die neue Technik bestehen und wie diese am besten adressiert werden können. Um das zu erreichen, braucht es nicht nur Markt- und Expertenkenntnis, sondern mitunter auch Neugier. Und auch hier heißt

das Stichwort Verantwortung. Wer etwas bewegen will, darf nicht nur durch die eigene Brille auf den Markt schauen. Vielmehr braucht es auch die frische, unvoreingenommene Perspektive von außen.

Die Unternehmen sind daher gut beraten, bei Überlegungen zu den Marktentwicklungen auch diejenigen zu Wort kommen zu lassen, die gerade erst am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen. Das bedeutet junge, auf den ersten Blick vermeintlich fachfremde Menschen einzubinden. Sie zeichnen sich meist durch unkonventionelle Herangehensweisen aus. Was mitunter auf den ersten Blick eine Das-geht-nicht-Reaktion bei dem Experten auslöst, birgt vielleicht auf den zweiten Blick eine erhebliche Chance für das Unternehmen.

Droniq hat damit gute Erfahrungen gemacht. Erstmals hat das Unternehmen dieses Jahr an der Nachhaltigkeitsinitiative „The Mission V“ teilgenommen. Die Idee: Studenten arbeiten gemeinsam mit Unternehmenspaten neue Ansätze zu einem oder mehreren Schwerpunkten aus. Eine Vorgehensweise, die sich lohnt. Trotz vieler Jahrzehnte Erfahrung hat Droniq sich dadurch wieder neue Inhalte und Sichtweisen erschlossen, auf denen nun aufgebaut werden kann. Daher soll dieser Weg der Zusammenarbeit auch künftig weiterverfolgt werden.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Entwicklung des Drohnenmarkts von weit mehr abhängt als von guten Ideen und viel Begeisterung. Vielmehr bedarf es für eine nachhaltige Entwicklung des verantwortlichen Handelns der relevanten Akteure – und das in allen Bereichen. Gelingt das, kann sich der Drohnenmarkt zu einem der relevantesten Wirtschaftszweige unserer Zeit entwickeln. Bislang stehen die Chancen hierfür sehr gut.

Jan-Eric Putze ist Geschäftsführer der Droniq GmbH, eines Tochterunternehmens der Deutschen Flugsicherung und der Deutschen Telekom. Die Aufgabe der Droniq ist die sichere und faire Integration von Drohnen in den Luftraum. Das Unternehmen vertreibt dazu das deutschlandweit erste Verkehrsmanagementsystem für Drohnen.