



Innovationsbarometer

## Automatisiertes Fahren: Andreas Freitag fährt mit Waymo durch L.A.

Sechs Trendscouts, die ihr Job in die unterschiedlichsten Ecken der Welt verfrachtet hat, erzählen hier von Neuem, Auffälligerem oder Kurioserem, das ihnen in ihrer (Wahl-)Heimat im Alltag begegnet ist. Heute schreibt Andreas Freitag aus Los Angeles

NEWSLETTER

### BRAND DIAGNOSTICS

Alles was für Marken wirklich wichtig ist – eingeordnet und kuratiert von Christiane Treckmann

**JETZT KOSTENLOS ANMELDEN**

Text: **W&V Gastautor:in**  
30. Januar 2025



Mit Waymo durch L.A.  
Foto: Mutabor

- [f](#)
- [X](#)
- [X](#)
- [in](#)
- [✉](#)

Wir kennen das inzwischen: Viele technologischen Entwicklungen durchlaufen einen Hype-Cycle. Beim autonomen Fahren entstanden Ende der 2000er Jahre – ausgelöst von Durchbrüchen in der KI, Sensorik und Robotik – völlig überzogene Erwartungen. Das darauffolgende Tal der Enttäuschungen war lang. Der Tiefpunkt war erreicht, als es 2018 zu einem tödlichen Unfall mit einem Tesla kam, der mit Autopilot unterwegs war. Die Technologie schien unausgereift und unsicher, viele verloren das Interesse. Wie so oft hatte man die kurzfristige Wirkung einer neuen Technologie überschätzt. Und langfristig?

### Cybercabs und Robovans



Erst über die App buchen  
Foto: Andreas Freitag

Umgebungen zurück. 2016 wurde das Projekt unter dem Namen Waymo ausgliedert, um die Kommerzialisierung voranzutreiben. Bereits seit 2018 können registrierte Tester die neue Waymo One App nutzen und in Phoenix Robotaxis ohne Fahrer bestellen.

Im Oktober 2024, präsentierte Tesla das Cybercab. Ein vollständig autonomes Fahrzeug ohne Lenkrad und Pedale, konzipiert als Robotaxi für den urbanen Einsatz. Zusätzlich wurde der Robovan vorgestellt, ein autonomer Minibus, der bis zu 20 Personen oder Güter transportieren kann. Beide Fahrzeuge seien Teil der Strategie von Tesla, den Transportsektor durch autonome Technologien zu revolutionieren, erklärte die Tesla-PR. Gebaut werden sollen die ersten Cybercabs aber frühestens 2026.

### Alphabet fährt voran

Da ist der Google-Konzern Alphabet schon viel weiter. Seit 2009 waren in einem internen Forschungsprojekt umgebaute Toyota Prius-Modelle als selbstfahrende Fahrzeuge unterwegs und legten hunderttausende Kilometer auf Highways und in anspruchsvollen städtischen

### Ist das denn sicher?

Im Gegensatz zu Tesla, das auf kostengünstige Kameras und KI setzt, nutzt Waymo zusätzlich Radare, Laser und Sensoren, um hochpräzise 3D-Karten der Umgebung zu erstellen und Objekte wie Fahrzeuge, Fußgänger und Hindernisse zuverlässig zu erkennen. Der Aufwand ist deutlich größer, aber dafür funktioniert die Technologie auch bei Dunkelheit oder schwierigen Wetter- und Verkehrsbedingungen. Waymo wurde von Anfang an auf Sicherheit positioniert und beschreibt die Mission der Marke damit, vertrauenswürdig als jeder menschliche Fahrer zu sein. Wer genug Uber oder Lyft gefahren ist, hat womöglich die Erfahrung gemacht, dass man sich nicht bei jedem Fahrer gut aufgehoben fühlt. Waymo kommt nie müde zur Arbeit, nimmt keine Drogen, schaut während der Fahrt nicht ständig aufs Smartphone und führt während der Fahrt auch keine hoch-emotionalen Telefongespräche.



Dann kommt der Wagen  
Foto: Andreas Freitag

### Waymo One im Alltag

Seit dem letzten Herbst ist Waymo in Phoenix, San Francisco und Los Angeles für Jedermann verfügbar. Austin, Atlanta und Miami sollen 2025 folgen. Die Nutzung ist genauso einfach und intuitiv, wie wir es inzwischen von allen Mobilitäts-Apps gewöhnt sind: einfach die Waymo One App runterladen, kurz registrieren, eine Kreditkarte hinterlegen und los geht es. Man gibt das gewünschte Ziel ein, die App erfasst den aktuellen Standort und bietet in der unmittelbaren Umgebung mehrere Punkte an, an denen das Fahrzeug halten und der Fahrgast sicher einsteigen kann – auf waghalsige Manöver im fließenden Verkehr ist Waymo nicht eingestellt.

### Dein Jaguar kommt



Und Andreas Freitag steigt ein  
Foto: Andreas Freitag

Als Agentur-Mensch bleibt einem die traurige Ironie nicht verborgen, dass wir in Deutschland im Herbst 2024 gerade das neue Corporate Design der Marke Jaguar im Verhältnis zur britischen Tradition diskutieren, während in Los Angeles ein autonom fahrender Jaguar I-PACE vorfährt. Man erkennt „seinen“ Jaguar daran, dass die eigenen Initialen auf einem weithin sichtbaren Display angezeigt werden, steigt ein, wird ans Anschallener erinnert und startet die Fahrt auf dem Touchscreen. Wer mag, wählt noch einen passenden Soundtrack aus. Nur plaudern kann man mit dem Fahrer noch nicht, aber auch dafür wird es sicher bald eine KI-Lösung geben.

### Willkommen im neuen Normal

Ohnehin ist schnell vergessen, dass kein anderer Mensch an Bord ist. An den ersten Kreuzungen beobachtet man vielleicht noch neugierig, wie sich das anachronistische Lenkrad dreht, aber dann lehnt man sich einfach zurück, genießt die Ruhe und kommt entspannt ans Ziel. Wie so oft, dürften wir die langfristige Wirkung der Technologie immer noch unterschätzen. Der Hype ist vorbei, aber der Alltag hat gerade erst begonnen.

Andreas Freitag war Geschäftsführer bei Jung von Matt und Heimat, bevor er sich 2014 als Berater in Kalifornien selbstständig machte. Jetzt baut er für die Hamburger Designagentur und Markenberatung Mutabor eine Niederlassung in Los Angeles auf.

- ✓ Wer sind die Macherinnen und Macher, die 2024 prägen? ... [Hier findest Du die W&V 100 Köpfe 2024.](#)
- ✓ Das Wichtigste aus der Agenturwelt in Deutschland und international, alles zu Kreation, Trends und Personalien: [Unser Newsletter AgenturWelt](#)
- ✓ Du willst die schnelle News-Übersicht am Morgen? Starte mit dem W&V Morgenpost-Newsletter bestens informiert in den Tag. [Melde dich hier an.](#)

### MEHR ZUM THEMA:

- MOBILITY
- INNOVATION
- AGENTUR
- KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
- MEMBERSHIP
- AGENTUR



### W&V Gastautor:in

W&V ist die Plattform der Kommunikationsbranche. Zusätzlich zu unseren eigenen journalistischen Inhalten erscheinen ausgewählte Texte kluger Branchenköpfe. Einen davon habt ihr gerade gelesen.

### AKTUELLE ARTIKEL

Media

**Zielgruppe Gen Z**

**Deichmann-CMO Sabine Zantis: "Was findet die Community cool?"**

Deichmann hat sich auf Social Media, insbesondere TikTok, zur Lovebrand entwickelt. Wie der Schuhhändler das geschafft h...

AGENTUR

**Innovationsbarometer**

**Automatisiertes Fahren: Andreas Freitag fährt mit Waymo durch L.A.**

Sechs Trendscouts, die ihr Job in die unterschiedlichsten Ecken der Welt verfrachtet hat, erzählen hier von Neuem,...

MARKE

**"Once Upon a Time in Scotland"**

**Harrison Ford wird für Glenmorangie zum Schotter**

Mit Harrison Ford als Testimonial setzt die Whisky-Marke Glenmorangie auf Starpower und grandiose...

Media

**Community first**

**Wie Xiaomi die Markenbindung durch Creator-Förderung stärkt**

Community fördern, Brand stärken: Der chinesische Elektronikkonzern Xiaomi und...

AGENTUR

**Social Media**

**Buderus vergibt Etat an Zum goldenen Hirschen Valley**

Zum goldenen Hirschen Valley hat den Social-Etat von Buderus gewonnen und übernimmt die Social-Media-Aktivitäten des...

Media

**Wirkung und Brand Safety**

**Warum Werbung in Print nach wie vor eine gute Idee ist**

Obwohl die Gattung es Print unter Druck steht, gibt es Gewinner - gerade auch in jungen Zielgruppen, wie aktuelle...

[MEHR ANZEIGEN](#)

KONTAKT  
IMPRESSUM  
DISCLAIMER  
AUTOR:INNEN

DATENSCHUTZ  
DATENSCHUTZ-EINSTELLUNGEN  
AGB  
RSS-FEED

MEDIADATEN  
WERBOWAS  
VERTRÄGE HIER  
KÜNDIGEN

Hol dir den Newsletter

[JETZT ABONNIEREN](#)



© 2022 - W&V | All right reserved

Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird in unseren Texten nur die männliche Form genannt, stets sind aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen gemeint.