



Quelle: GIW-Kommission

Auftakt der zweitägigen Geobusiness-Veranstaltung der GIW-Kommission in Berlin.

# GEOBUSINESS KONKRET

Von Monika Rech

**Am 3. November vergab die Kommission für Geoinformationswirtschaft (GIW-Kommission) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie in Berlin zum zweiten Mal den mit 10.000 Euro dotierten GeoBusiness Award. Das Geomarketing-Unternehmen gb consite GmbH aus Oberschleißheim konnte sich gegen insgesamt 18 Bewerber durchsetzen. Die besten drei Geschäftsideen aus dem Geobusiness wurden vorgestellt. Am folgenden Tag setzte die GIW-Kommission mit dem Geobusiness Congress ein deutliches Zeichen für die Verbesserung der Rahmenbedingungen im Geobusiness. Ziel ist die Veröffentlichung einer Erklärung, die notwendige Schritte zum Ausbau des Geschäftsfeldes Geo mit öffentlichen Daten zusammenfassen soll.**

**B**erlin stand im Zeichen des Geobusiness. Die Kommission für Geoinformationswirtschaft (GIW-Kommission) hatte am 3. und 4. November 2010 zur feierlichen Preisverleihung des GeoBusiness Awards sowie zum gemeinsam mit der Initiative D21 organisierten GeoBusiness Congress in die Hauptstadt geladen. Der im zweiten Jahr vergebene und mit 10.000 Euro dotierte GeoBusiness Award ging in diesem Jahr an das Geomarketing-Unternehmen gb consite aus Oberschleißheim. Das junge Unternehmen überzeugte die hochrangig besetzte Jury mit seinem Konzept für Geomarketing-Onlinedienste (siehe Kasten Seite 16). Die Konkurrenz war stark. Von 18 Einreichungen schafften es die 3D Reality Maps GmbH mit ihren dreidimensionalen, fotorealistischen Landschaften im Internet ([www.reality-maps.de](http://www.reality-maps.de)) sowie das Schülerunternehmen Opinio GdbR aus Dresden ([www.opinio-bildung.de](http://www.opinio-bildung.de)) unter die Top Drei. Die Projekt- und Schülergruppe des Marie-Curie-Gymnasiums aus Dresden hatte eine interaktive Stadtführung „Wir zeigen euch Dresden“ entwickelt, die insbesondere für Menschen mit Handicap barrierefreie Wege aufzeigt.

---

## GEODATEN ALS KOMMUNIKATIONSWERKZEUG

---

Den Rahmen für die Preisverleihung hatte die GIW-Kommission mit Bedacht gewählt. Im Museum für Kommunikation in Berlin machten die Veranstalter in einer Talkrunde auf den kommunikativen, verbindenden Charakter von Geoinformationen aufmerksam. Der parlamentarische Staatssekretär und Schirmherr der GIW-Kommission Ernst Burgbacher, der Hauptgeschäftsführer der Vereinigten Rohstoffe und Bergbau e.V. Norbert Schächter sowie der Vorjahresgewinner des GeoBusiness Awards Frederik Hilling diskutierten über das Wirtschaftspotenzial im Geobusiness. Volker Angres, Moderator beim Zweiten Deutschen Fernsehen ZDF, moderierte den Abend sowie die beim GeoBusiness Congress folgenden Podiumsdiskussionen. Mit Angres als Moderator hat die GIW-Kommission gleich in zweifacher Hinsicht eine gute Wahl getroffen. Zum einen moderiert Angres auch schwierige Themen professionell. Zum anderen aber hat er die Brille des „Außenstehenden“ auf. Er erkennt durch seine Fachfremdheit häufig schnell, wenn sich die Diskutanten verstricken oder Themen zu sehr auf Spezialgebiete zusammenschrumpfen. Und er scheut sich nicht, das auch auszusprechen.

---

## RAHMENBEDINGUNGEN VERBESSERN

---

Denn genau aus diesem Grund ist der GeoBusiness Congress entstanden. Er richtet sich an Entscheidungsträger in klein- und mittelständischen Unternehmen, in Industrie, Wirtschaft und Verwaltung, die das Ziel haben, ihre Aktionsräume durch Geobusiness zu erweitern, Kundenbeziehungen zu optimieren und Geschäftserfolge auszubauen. Die GIW-Kommission sieht sich in diesem Prozess als Schaltstelle zwischen Wirtschaft und Verwaltung. Der Geobusiness Congress ist als einer der Marksteine auf dem steinigen Weg zu sehen, das enorme Marktpotenzial von staatlichen Geoinformationen besser zu nutzen. Bereits seit Jahren arbeitet die GIW-Kommission konsequent daran, privatwirtschaftliche Dienstleistungsangebote mit ortsgebundenen Informationen der öffentlichen Hand möglich zu machen. Seit 2004 arbeitet die GIW-Kommission konsequent daran, die Rahmenbedingungen zur Bereitstellung dieser Daten an die Wirtschaft zu optimieren. Fazit aller bisherigen Erfahrungen ist, dass es im Geobusiness nur dann zu nennenswerter Wertschöpfung und Beschäftigung kommen kann, wenn Lizenz- und Preismodelle, Datenschutzbedingungen und technische Standards der öffentlichen Hand bundesweit verwaltungsübergreifend einheitlich sind.

Genau in diesem Umfeld lässt sich der gemeinsam mit der Initiative D21 organisierte GeoBusiness Congress eingliedern. Projekte aus dem In- und Ausland wurden vorgestellt, Lizenzen und Strukturen im und für das Geobusiness diskutiert. Nach einer Auftakt-Talkrunde zogen sich die Teilnehmer in drei Arbeitsgruppen zurück, um dort intensiv zu diskutieren.

Session 1 beschäftigte sich mit dem Thema Struktur. Wolfgang Naujokat, Vorsitzender der Projektgruppe Geoinformationswirtschaft der Initiative D21, stellte den Geoclearing-Ansatz des D21 vor. Die von der GIW-Kommission initiierte Website soll einen gebündelten, einfachen und verlässlichen Zugang zu Webdiensten der öffentlichen Verwaltungen ermöglichen. In Session 1 wurde dann auch gleich die Rolle von GDI-DE und GIW-Kom-

mission diskutiert und Geoss als das „Global Earth Observation System of Systems“ als möglicher Ansatz für eine weltweite Geodateninfrastruktur (GDI) vorgestellt.

In Session 2 „Regulierung muss sein – wie viel Einheitlichkeit ist möglich?“ arbeiteten die Beteiligten an den Themen Datenschutz und Rechtssicherheit, Lizenzmodelle und Informationsweiterverwendung.

Session 3 „Was weiß der Markt – welche Zielgruppe erreichen wir?“ stellte die Österreichische Geodatenpolitik fünf Jahre nach ihrer Neubepreisung und Lizenzierung von Geodaten vor. Auch der Einblick in das zentral geführte französische Géoportail ließ erahnen, welche Dimensionen Geodaten im Internet annehmen können. Zum Abschluss präsentierte Jörg Reichling, Geschäftsführer der GIW-Kommission, Vision, Arbeit und Projekte der Kommission, unter anderem die noch recht junge Plattform [www.GeoMonitoring.org](http://www.GeoMonitoring.org).

## BERLINER ERKLÄRUNG

In einer abschließenden Diskussionsrunde kamen die Ergebnisse der Arbeitskreise zur Sprache. Auch hier moderierte Angres souverän, wenn sich die Diskussion zu sehr ins Detail verstrickte. Hochgestecktes Ziel der Veranstaltung war die Veröffentlichung einer „Berliner Erklärung“, die die notwendigen Szenarien zur Intensivierung des Geobusiness an Politik, Verwaltung und Wirtschaft adressieren sollte. Zum Redaktionsschluss der GIS.BUSINESS 8/2010 lag der ausformulierte Text der Berliner Erklärung noch nicht vor. Sicher ist, dass die Inhalte sensiblen Charakter haben, denn sie müssen Politik und Verwaltung für ihr Anliegen mit ins Boot holen. Die GIS.BUSINESS wird sich in einer der nächsten Ausgaben noch einmal intensiv mit den Statements der Berliner Erklärung auseinandersetzen. ◀

*Geobusiness im Internet:*  
[www.geobusiness.org](http://www.geobusiness.org)  
[www.geobusinesscongress.org](http://www.geobusinesscongress.org)  
[www.geobusinessaward.org](http://www.geobusinessaward.org)



Quelle: gb consite GmbH

*Malte Geschwinder freut sich über die Trophäe und die damit verbundenen 10.000 Euro. Letztere will der Gründer und Geschäftsführer in sein Unternehmen gb consite investieren.*

### DER GEWINNER DES GEOBUSINESS AWARD IM ÜBERBLICK: WO GRÜNDE ODER EXPANDIERE ICH RICHTIG?

Jeder Experte in der Geomarketing-Branche weiß, dass der Standort einer der wesentlichen Erfolgs bestimmenden Faktoren für ein Ladengeschäft ist. Sehr häufig spielt daher die Frage nach dem geeigneten Standort bei neuen oder zu übernehmenden Geschäften die herausragende Rolle. Wie häufig wird sich in der Praxis aber wirklich objektiv und qualifiziert mit der Bewertung der Standorte auseinandergesetzt? Es ist in der Praxis leider häufig so, dass es selbst für Beratungsprofis, Franchise-Systeme oder kleinere Filialisten sehr schwierig und vor allem zu kostspielig ist, für eine objektive und nachvollziehbare Standortanalyse die entscheidenden Standortinformationen zu finden und sinnvoll auszuwerten.

Zum einen muss man in der Lage sein, die benötigten Daten für eine Standortbewertung zu beschaffen (für diese Daten wie Kaufkraft oder Zentralität werden aber normalerweise mindestens vier stellige Beträge aufgerufen) und man braucht zudem noch teure Fachanwendungen, die diese Daten dann verarbeiten können. Zum anderen muss man es dann auch noch leisten können, aus diesen Daten verwertbare Informationen abzuleiten. Es nützt nichts, wenn man weiß, dass der Kaufkraftindex eines Postleitzahlengebietes bei 118 liegt. Vielmehr ist die Information wichtig, wie viel man von der verfügbaren Kaufkraft für sein Ladengeschäft in Zukunft abgreifen kann und ob das die Existenz eines

Gründers oder Franchisenehmers sichert! Um solche datenbasierten Aussagen treffen zu können, ist aber das Know-how über komplexe Geomarketing-Methoden erforderlich, wie sie bisher nur von großen Filialisten in der Expansionsplanung eingesetzt werden.

Bei vielen Beratern und Franchise-Systemen im Markt hört man daher häufig, dass man zwar weiß, wie wichtig fundierte Standortanalysen sind, dass letztendlich aber nicht ausreichend Budget und auch nicht genügend Zeit für die Anwendung wirklich professioneller Methoden zur Verfügung steht.

„Wir hatten die Vision, eine Plattform zu schaffen, auf der Existenzgründer und KMU mit den Mitteln des modernen, internetbasierten Geomarketing auf einfachste Weise, schnell, preisgünstig und bequem Standortanalysen auf professionellem Niveau erstellen können. Standortanalysen, die die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Gründungs- oder Expansionsvorhabens wissenschaftlich überprüfen. Standortanalysen, die die Unternehmer vor kaum revidierbaren Fehlentscheidungen bewahren können“, so Malte Geschwinder, Geschäftsführer der gb consite GmbH aus Oberschleißheim. „Diese Vision haben wir nun umgesetzt und bieten den Dienst ‚Online Standortcheck‘ an, mit dem unsere Kunden die präzise Antwort für Ihre Standortentscheidung schnell, kostengünstig und bequem vom Schreibtisch aus erhalten“, meint Geschwinder weiter.

Weitere Informationen zum „Online Standortcheck“ auf [www.standortanalyse.biz](http://www.standortanalyse.biz).