

Die Bedeutung des GeoBusiness für den Wirtschaftsstandort Deutschland

Thomas Ganswindt

17.11. 2004, Berlin; BMWA; GIW-Kommission

Sehr geehrte Damen und Herren,

wissen Sie, was das Aufgabengebiet von Geobiologen ist? Es handelt sich hierbei um die Tätigkeit von Menschen, die beispielsweise mit Wünschelruten oder Pendeln physisch nicht nachweisbare Erdstrahlungen oder Wasseradern aufspüren. Diese Faktoren wirken sich angeblich auf das menschliche Wohlbefinden aus.

Ich kann nicht beurteilen, ob das stimmt. Ich weiß aber, dass es sich hierbei um eine Disziplin handelt, die von der Öffentlichkeit wenig wahrgenommen wird.

Ähnliches gilt leider auch noch immer für die Geoinformationswirtschaft: Auch sie wird von der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen. Allerdings ist die Geoinformationswirtschaft im Gegensatz zur Geobiologie von zentraler Bedeutung für die Zukunft des Standorts Deutschland und zweifellos hoch seriös.

Die heutige erste Sitzung der Kommission für Geoinformationswirtschaft markiert einen wichtigen Punkt für die Zukunft der deutschen Geoinformationswirtschaft. Und damit auch für die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Insofern empfinde ich es als eine besondere Ehre, dass Sie mich heute eingeladen haben.

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Schlauch,

Sehr geehrter Herr Professor Wellmer,

Sehr geehrte Damen und Herren.

In den vergangenen Jahren ist viel geredet worden über die Transformation vom Industrie- ins Informationszeitalter. Dieser Prozess schreitet mit einer großen Geschwindigkeit voran. Wir befinden uns nunmehr an der Schwelle zur Wissensgesellschaft. Ob dieser Wandel erfolgreich vollzogen wird, hängt davon ab, wie solide wir das Fundament legen. Eine funktionierende Geoinformationswirtschaft ist ein entscheidender Baustein dieses Fundaments.

Die Initiative D21 hat es sich als Europas größte Public Private Partnership zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft zu verbessern.

Als Vorsitzender von D21 geht es mir dabei ganz wesentlich darum, die Akzeptanz des Neuen zu unterstützen. Eine nicht immer einfache Aufgabe. Denn was neu ist, bedeutet Veränderung. Und Veränderungen begegnen wir alle instinktiv mit Vorbehalten. Denn Veränderungen bieten zwar Chancen, sie bergen aber auch Risiken. Leider tendieren wir häufig dazu, diese Risiken so hoch zu bewerten, dass wir die Chancen übersehen. Was auch daran liegt, dass diese Chancen nicht selten im Verborgenen liegen.

Dies gilt speziell für die Digitale Wirtschaft, deren Produkte wir nicht anfassen, hören, fühlen oder riechen können. Über einen langen Zeitraum sind gerade ihre Chancen nicht klar erkennbar. Doch irgendwann treten sie deutlich zu Tage. Und dann gilt es, sie schnell und entschlossen zu ergreifen.

Diese allgemeine Erkenntnis gilt ganz besonders für die Geoinformationswirtschaft. Noch vor wenigen Jahren konnte kaum jemand die Möglichkeiten erkennen, die Geodaten heute bieten. Geoinformationen waren ein Nischenthema, mit dem sich fast nur Spezialisten beschäftigten. Bund, Länder und Kommunen stellten dabei einigen wenigen Großabnehmern riesige Datenpakete eher unsystematisch zur Verfügung.

Mittlerweile wissen wir, dass Geoinformationen nicht nur für das Militär und große Energieversorgungsunternehmen von Interesse sind. Geodaten haben sich zu einem wichtigen Wirtschaftsgut entwickelt. Sie sind als bedeutender Rohstoff der digitalen Wirtschaft eine wertvolle Ware mit erheblicher Bedeutung für eine funktionierende Wissensgesellschaft und damit für den Standort Deutschland.

Denn in der Informations- und Wissensgesellschaft gewinnt sorgfältige Planung an Bedeutung. Wo ist der beste Standort für ein neues Unternehmen, wo errichte ich mein Vertriebszentrum? Diese Fragen lassen sich schon heute mit Hilfe von Geoinformationen in bisher nie gekannter Effizienz und Geschwindigkeit beantworten.

Doch das Potenzial der Geoinformationen erstreckt sich nicht allein auf wirtschaftliche Entscheidungen. Geodaten sind etwa wichtig für den Katastrophenschutz und für die innere Sicherheit. Sie sind Grundlage für viele Umweltschutzmaßnahmen und für ein effizientes Forstmanagement. Hochwertige Geodaten erleichtern die Risikoabschätzung der Versicherungsunternehmen. Und sie sind die Grundlage für Routenplanungen, Ortungssysteme und Navigationslösungen.

Diese Aufzählung ließe sich noch lange fortführen. Und in Zukunft werden ständig neue Anwendungen hinzukommen. Viele davon können wir derzeit nicht einmal erahnen.

In jedem Fall sprechen wir von Anwendungen, die in den nächsten Jahren ein gewaltiges Wachstum erfahren werden. Wie groß dieses Potenzial ist, zeigen zahlreiche Untersuchungen und Studien. Die Rede ist etwa von einem jährlichen Marktvolumen von acht Milliarden Euro – alleine in Deutschland. Experten gehen von bis zu 30.000 zusätzlichen Stellen aus.

Allerdings zeigen die Studien auch, welchen Anteil dieses Potenzials wir heute nutzen: nicht einmal 15 Prozent.

Dass wir dieses Potenzial bislang nur so schwach erschließen konnten, lag zum einen an den unzureichenden technischen Voraussetzungen. Zur Verwertung der Geodaten war in der Vergangenheit eine teure und komplexe Technologie notwendig, die sich kaum ein einzelnes Unternehmen leisten konnte. Diese Probleme sind mittlerweile weitgehend ausgeräumt.

Die Initiative D21 hat sich bereits vor zweieinhalb Jahren in einem ersten speziellen Kongress mit dem Thema „Geobusiness“ beschäftigt. Seit diesem Kongress hat sich Erfreuliches getan. Und das betrifft vor allem die technische Seite. So haben sich technische Normen durchgesetzt, und offene Schnittstellen machen den Datenaustausch leichter. Inzwischen können Sachbearbeiter Geodaten auf herkömmlichen Computern bearbeiten, und Geographische Informationssysteme sind sogar als Web-Mapping-Anwendungen übers Internet nutzbar.

Zwar muss sich hier trotzdem noch Einiges tun. Aber immerhin haben wir den Beweis, dass die Technik kein unüberwindliches Hemmnis für einen digitalen Geoinformationsmarkt ist. Das größere Problem liegt – wie in anderen Branchen auch – in den unflexiblen Strukturen. Diese haben sich über Jahrzehnte gebildet. Viele haben sie lieb gewonnen oder sich zumindest damit arrangiert. Ein Aufbrechen

dieser Strukturen bedeutet Veränderung – und damit Risiken. Wir hatten das Thema heute schon einmal. Auch hier gilt es, die Chancen deutlicher zu machen. Der GIW-Kommission kommt dabei eine entscheidende Bedeutung zu.

Wichtig ist, dass dabei alle Marktteilnehmer mitziehen. Bund, Länder und Kommunen sind die wichtigsten Produzenten von Geoinformationen. Sie verfügen über Daten in sehr guter Qualität, doch es fehlt an Koordinierung, Einheitlichkeit und Vollständigkeit.

Um das Potenzial der Geoinformationswirtschaft auszuschöpfen müssen wir die oft aus den verschiedensten Quellen stammenden Rohdaten veredeln und sie dem Markt in geeigneter Form zur Verfügung stellen. Das kann nur mit Hilfe des Internets geschehen.

Denn das Web ist die Grundlage einer funktionierenden Wertschöpfungskette. Es stellt sozusagen die Baumaschinen dar, um das Fundament gießen zu können. Das gilt für die Datenaufbereitung wie für einen elektronischen Datenmarktplatz und reicht bis zu maßgeschneiderten Produkten für die verschiedensten Branchen. Nur innerhalb dieser Wertschöpfungskette können Datenveredler und Informationsbroker neue Geschäftsmodelle entwickeln, nur so können neue Arbeitsplätze entstehen. Und nur so können wir einen transparenten, funktionierenden Markt schaffen.

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir noch einige Hürden abbauen. Dazu gehört, mehr Transparenz über das bereits bestehende Angebot zu schaffen. Derzeit geben Bund, Länder und Kommunen weitgehend nach dem Prinzip des guten Willens unabhängig voneinander ihre Daten weiter – ohne klare Vorgaben und Absprachen.

Das ist der falsche Ansatz. Geodaten können nur effizient genutzt werden, wenn die Informationsfreiheit auch in Deutschland so umfassend wird wie in den meisten anderen EU-Ländern. Allen Bürgern muss in Zukunft der freie Zugang zu öffentlichen Informationen möglich sein. Nicht die Bürger sollten nachweisen müssen, dass sie ein berechtigtes Interesse an Informationen haben. Vielmehr müssen die Behörden nachweisen, dass kein berechtigtes Interesse an bestimmten Informationen besteht, wenn sie bestimmte Daten vorenthalten wollen.

Ist eine solche neue Stufe der Informationsfreiheit erreicht, können sich Bund, Länder und Kommunen zu Content Providern entwickeln, die effizient Basisdaten für eine funktionierende Geoinformationswirtschaft liefert. Die Angebote der Kommunen müssen dabei untereinander, aber auch mit den Angeboten der Länder und des Bundes, vernetzt werden.

Beim Aufbau der Wertschöpfungskette stellt sich eine Abgrenzungsfrage. Was sollte staatliche Dienstleistung sein? Und was ist Aufgabe der Unternehmen? Ich denke, dass lediglich Erfassung, Aktualisierung sowie Qualitätssicherung der Geoinformationen in den Aufgabenbereich der Behörden fallen sollten. Alles, was die Weiterverarbeitung, die Veredlung und den Vertrieb betrifft, sollte hingegen die Wirtschaft übernehmen.

Dazwischen gibt es Grauzonen. Geklärt werden muss zum Beispiel die Frage, wer die Online-Bereitstellung der Geodaten umsetzt. Dies ist eine komplexe Aufgabe von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung des Marktes. Ich persönlich meine, dass auch hier kompetente Unternehmen und nicht die Behörden gefordert sind.

Allein diese Aufgabenverteilungen dürften noch zu hitzigen Diskussionen führen – was gut und richtig ist. Denn wir brauchen die Auseinandersetzung, um einen sinnvollen Konsens zu finden. Konsens besteht schon jetzt weitgehend darüber, dass die Bereitstellung von Geoinformationen in die E-Government-Strategien von Kommunen, Bund und Ländern einfließen muss – und in die entspre-

chenden Leitprojekte der Regierung. Auch in diesem Punkt kann die GIW-Kommission eine wichtige Rolle einnehmen.

Wenn wir staatliche Geoinformationen für die Online-Verwertung konfektionieren wollen, stellt sich die Frage nach den Preisen für diese Daten. Die bisher geltenden Gebührenordnungen sind ein klares Hindernis für ein funktionierendes Geobusiness. Wie fast alle Gebührenordnungen, sind auch diese zu kompliziert.

Abgesehen davon sind die Gebühren viel zu hoch. Das liegt nicht zuletzt an der kostenorientierten Preisgestaltung: Die Vermessungsämter haben beispielsweise ihre Daten zum Teil über Jahrhunderte hinweg aufgebaut. Das hat viel Geld gekostet. Diese Investitionen sollen die privatwirtschaftlichen Nutzer der Daten jetzt über die Gebühren einspielen. Das ist eine sehr kurzsichtige Sichtweise, zumal der Marktwert für Abnehmer solcher Geobasisdaten in keinem Verhältnis zum aktuellen Preis steht. Wie in anderen Bereichen der Wirtschaft sollte sich der Preis daher danach richten, was Käufer bereit sind zu zahlen und nicht danach, was die Verkäufer glauben berechnen zu müssen. Ansonsten beißt sich die Katze weiterhin in den Schwanz: Es gibt Abnehmer, die gerne würden, aber nicht können. Und es gibt Verkäufer, die können, aber nicht wollen. Am Ende hätten wir nur Verlierer.

Sie werden vielleicht denken „Typische Unternehmer-Denke.“ Stimmt. Aber für diese Sichtweise gibt es neben wirtschaftlichen Interessen auch volkswirtschaftlich gute Gründe: Studien haben ergeben, dass der Staat für einen Dollar Investition in Geodaten fünf Dollar an Wertschöpfung erzeugen kann. Diese Wertschöpfung sorgt für zusätzliches Steueraufkommen. Zu hohe Verkaufspreise für die Daten verhindern dagegen Wertschöpfung und sind eine Gefahr für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Wir dürfen bei diesen Gedankenspielen vor allem nicht allein auf die Rohdaten schielen. Das Geschäft der Zukunft liegt in einem anderen Bereich, wenn nämlich Daten extrahiert, neu zusammengeführt und aufbereitet werden können. Und wenn Interessenten in riesigen Datenpaketen effektiv nach wichtigen Informationen suchen können. Was wäre heute das Internet ohne seine Suchmaschinen? Diese Arbeit und dieses Geschäft müssen eine Vielzahl von Datenveredlern und Aufbereitungsspezialisten übernehmen. Auf der Basis dieser Weiterverarbeitung können dann weitere clevere Anwendungen für den Endkunden entstehen.

Geodaten stellen einen Milliardenchatz dar, den Staat und Unternehmen heben wollen. Es kann jedoch nicht die Kernaufgabe des Staates sein, vor allem mit dem Verkauf von Georohdaten Geld zu verdienen. Er muss sich vielmehr um die Integration der Daten in seine E-Government-Prozesse bemühen. Und er muss sinngemäß über Bande spielen. Das heißt, die Rahmenbedingungen so zu verändern, dass die Daten von Unternehmen wirtschaftlich genutzt werden können.

Das bringt nicht nur zusätzliche Steuern, sondern vor allem einen wichtigen Pluspunkt in der Standortdebatte. Und – was nicht zu vernachlässigen ist: Der Staat erhält seine Geodaten kostengünstig und aufbereitet zurück. Ein bedeutender Fortschritt – wurden bislang doch viele wertvolle Daten nur in der und für die Kommunalverwaltung aufbereitet.

Zwar werden schon heute in vielen Verwaltungsbereichen Geodaten eingesetzt. Stehen aber erst einmal perfekt aufbereitete Informationen zur Verfügung, werden sich neue Rationalisierungsmöglichkeiten und eGovernment-Anwendungen ergeben, die jedem Bürger zu Gute kommen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich hoffe, ich konnte Ihnen mein Anliegen vermitteln: Wenn der Staat der Wirtschaft transparent Daten in ausreichender Qualität und zu guten Konditionen zur Verfügung stellt, wird es nur Gewinner geben.

- Der Staat erzielt zusätzliche Steuereinnahmen und trägt zur Sicherung und zum Aufbau neuer Arbeitsplätze bei.
- Unternehmen können neue Produkte und Dienstleistungen entwickeln und damit erfolgreich am Markt auftreten.
- Und die Bürger kommen in den Genuss neuer geodatengestützter Services.

Fragen Sie mich bitte nicht, welches solche Services sein werden. Ich bin kein Hellseher. Beim Aufbau des Mobilfunksystems dachte auch kaum jemand an den Millionenmarkt SMS, an umfangreiche Datenübertragungen oder gar an Videotelefonie per Handy. Selbst, wenn wir viele der möglichen Geobusiness-Services heute nicht kennen, so müssen wir doch jetzt die Rahmenbedingungen zur Entfaltung der Möglichkeiten schaffen.

Lassen sie mich hier nur das Beispiel „Galileo“ nennen. Dieses Gemeinschaftsprojekt von EU und ESA wird – neben mehreren tausend neuen Arbeitsplätzen – wichtige zusätzliche Impulse für den Geoinformationsmarkt bringen.

Noch kennen wir die Auswirkungen dieser Impulse nicht. Trotzdem müssen wir unverzüglich die damit verbundenen Chancen fördern. Um Deutschland im Rahmen des Galileo-Projekts als Standort zu profilieren, könnten wir etwa unser reichlich vorhandenes Know-how bündeln und es ein spezielles Anwendungszentrum „Satellitennavigation und Fernerkundung“ einbringen.

Galileo wäre ein gutes Beispiel dafür, wie Staat und Wirtschaft gemeinsam neue Märkte in der IT-Branche erschließen können: Die Behörden fungieren als Förderer von Kooperationsmodellen und schaffen die passenden Rahmenbedingungen. Und die Unternehmen bringen ihre Innovationskompetenz ein, um schnell Lösungen und Dienstleistungsmodelle zur Marktreife zu bringen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wirtschaft und öffentliche Verwaltung haben die seltene Möglichkeit und die große Verantwortung, mit der Geoinformationswirtschaft ein großes Marktpotenzial zu erschließen. Gemeinsam.

Diese Zusammenarbeit muss organisiert werden. Ohne eine Schaltstelle zwischen Wirtschaft und Verwaltung wird es nicht funktionieren. Ich freue mich, dass es diese Schaltstelle mit der GIW-Kommission jetzt gibt. Und ich bin sehr zuversichtlich, dass die Kommission einen entscheidenden Beitrag zur Lösung der Probleme aber vor allem zum Nutzen der Chancen leisten wird.

Besonders erfreut bin ich darüber, dass es gelungen ist, nahezu alle Branchen mit einem Bezug zu Geodaten mit ins Boot zu nehmen.

Ich wünsche Ihnen, Herr Professor Wellmer, und der gesamten Kommission, heute und in Zukunft eine erfolgreiche und fruchtbare Arbeit. Glücklicherweise werden Sie sich dabei nicht auf Wünschelruten und Pendel verlassen müssen sondern können auf gesicherte Informationen zurückgreifen.

Herzlichen Dank.