

Der Nutzer im Fokus – Erfolgsfaktoren für eine aktive und kundenorientierte Verbreitung amtlicher Geodaten und -dienste*)

Michael Stockwald, Gerfried Westenberg



Der Geodatenmarkt hat sich in den zurückliegenden Jahren dramatisch verändert. Besonders die Geschwindigkeit, mit der sich der Wandel vollzogen hat, war atemberaubend. So prägten nicht nur die Übernahmen der beiden Marktführer NAVTEQ und Tele Atlas das Bild, sondern auch die Veränderungen innerhalb des Amtlichen deutschen Vermessungswesens.

Bundesweit werden erhebliche Anstrengungen unternommen, um die Geobasisdaten der Vermessungsverwaltungen zu harmonisieren, zu standardisieren und den Nutzern über gebündelte Front-Offices und zu einheitlichen Entgelten und Nutzungsbedingungen zur Verfügung zu stellen. Beispielhaft dafür steht die bundesweite zentrale Vermarktung der amtlichen Hauskoordinaten und Hausumringe. Ursprung für diese neue Form der Bereitstellung von Dateninhalten des Liegenschaftskatasters war der Wunsch der Kunden nach einer Bündelung der Daten und Vertriebsstrukturen in diesem Bereich. Die Abteilung 7 der Bezirksregierung Köln (vormals Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen) nimmt diese Aufgabe seit Ende 2003 stellvertretend für die Vermessungsverwaltungen der Länder wahr – mit gutem Erfolg.

Auch die Bayerische Vermessungsverwaltung hat ihren Weg in Richtung Output- und Kundenorientierung konsequent weiter fortgesetzt. Neue Datenbestände und Dienste sind verfügbar, Vertriebsaktivitäten wurden gebündelt und intensiviert, Geodaten-Know-how bei den Vermessungsämtern aufgebaut. Viele Projekte der Geodateninfrastruktur (GDI) wie auch eGovernment-Projekte wurden auf den Weg gebracht. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Anzahl der Nutzer amtlicher Geodaten steigt kontinuierlich, trotz – oder vielleicht gerade wegen? – des Miteinander der hochwertigen amtlichen Daten mit teilweise kostenlosen, »allverfügbaren« Angeboten im Internet.

* Nach einem Vortrag gehalten in der Wintervortragsreihe 2007/2008 des DVW Bayern e.V. am 11. Januar 2008 in München

Trends und Entwicklungen am Geodatenmarkt – Rückblick auf ereignisreiche Monate

Seit Mitte 2007 beherrschten immer neue Übernahmeberichte das Marktgeschehen. So wurde im Juli 2007 die Übernahme von CartoTravel, einer Tochter der ADAC Verlag GmbH, durch MAIRDUMONT bekannt gegeben. Dadurch erhielt MAIRDUMONT Zugriff auf die Kartenbasis von CartoTravel und somit auf bundesweit flächendeckende Daten bis hin zur Stadtplanqualität.

Wenig später unterbreitete das niederländische Unternehmen TomTom ein Angebot zur Übernahme des ebenfalls niederländischen Unternehmens Tele Atlas. TomTom zeichnete bereits zu diesem Zeitpunkt für rund 30 % des Umsatzes von Tele Atlas verantwortlich. Der Umsatz von Tele Atlas betrug im Jahr 2007 ca. 208 Mio. EUR, bei einem Gewinn von 24 Mio. EUR. Die Europäische Kommission genehmigte die Übernahme abschließend im Mai diesen Jahres. Der Kaufpreis betrug rund 2,9 Mrd. EUR.

Im Herbst 2007 veröffentlichte dann Nokia sein Angebot zur Übernahme des amerikanischen Unternehmens NAVTEQ. Bereits im Vorfeld dieses Angebotes hatte Nokia im Jahr 2006 mit der Übernahme der gate5 GmbH (Berlin) sowie einer Kooperation mit Trimble zur exklusiven Nutzung von GPS-Patenten den Einstieg in den Geodatenmarkt konsequent vorangetrieben. NAVTEQ erzielte im Jahr 2007 einen Umsatz von rund 540 Mio. EUR sowie einen Gewinn in Höhe von ca. 110 Mio. EUR. Die Europäische Kommission genehmigte die Übernahme im Juli 2008. Der Kaufpreis betrug rund 5,7 Mrd. EUR.

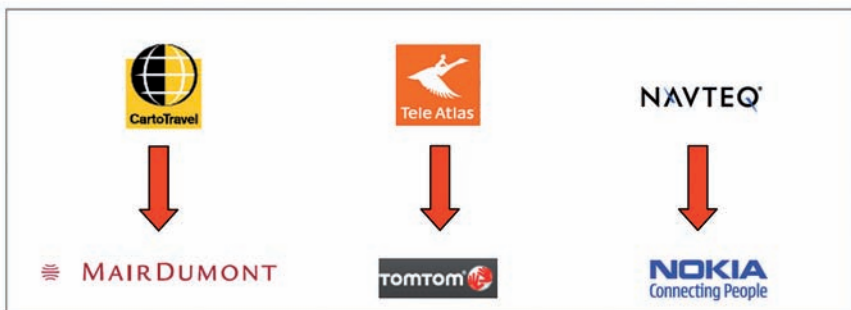


Bild 1: Übernahmen am Geodatenmarkt 2007/2008

Sowohl die Übernahme von Tele Atlas durch TomTom als auch die von NAVTEQ durch Nokia dokumentieren das hohe Markt- und Erlöspotenzial von Geodaten. Es handelt sich um einen der attraktivsten Zukunftsmärkte. Mobile Navigationsgeräte sind derweil ebenso im Massenmarkt angekommen, wie die darin verwendeten Geodaten. Durch Web-Applikationen wie Google Maps oder Map24 sowie eine Vielzahl von Angeboten für PNDs¹ oder Mobiltelefone, wird dieser Trend weiter vorangetrieben und Geodaten mehr und mehr omnipräsent. Die Zeiten, in denen Geodaten ausschließlich für Fachanwender von Bedeutung waren, sind vorbei – Konzentration auf Business-to-Business war gestern, willkommen im Consumer-Markt.

Parallel zu den immer neuen Geo-Applikationen und Zielgruppen steigen die Anforderungen an den zugrunde liegenden Content und hier insbesondere auch an die Kartographie. Es sind immer detailliertere Kartendaten gefragt, die bis auf Einzelhaus-Level hinunter gehen. An dieser Stelle ergeben sich auch neue Chancen für die Daten des Liegenschaftskatasters der Vermessungsverwaltungen der Länder.

Umsetzung von Kundenwünschen durch das Amtliche deutsche Vermessungswesen am Beispiel der amtlichen Hauskoordinaten

Um in einer immer globaler denkenden und handelnden Welt den Anforderungen von Kundenseite gerecht werden zu können, geht das Amtliche deutsche Vermessungswesen hinsichtlich der Bereitstellung von ausgewählten Dateninhalten des Liegenschaftskatasters der Länder bereits seit Ende 2003 neue Wege.

Dabei standen und stehen im Zuge der Neupositionierung die Wünsche und Kernanforderungen des Marktes im Fokus:

- Am tatsächlichen Bedarf ausgerichtete Angebote
- Einheitliche Datenformate und -inhalte
- Einheitliche und marktfähige Gebühren- und Lizenzmodelle
- Alles aus einer Hand – bundesweit

Aufgrund der zunehmenden Nachfrage nach präzisen Daten, die eine hausgenaue Positionierung und Zielführung ermöglichen, wurden die amtlichen Hauskoordinaten aus dem Gesamtbestand des Liegenschaftskatasters herausgelöst und als separates Produkt angeboten. Zentraler Ansprechpartner für Kunden ist die Bezirksregierung Köln, die diese Funktion als offizieller Vertreter der Länder wahrnimmt.

¹ Personal Navigation Device

Ging es zunächst in erster Linie darum, ein bundesweit flächendeckendes Angebot zu realisieren, wurde parallel dazu an der Optimierung des Produktes gearbeitet. In diesem Zusammenhang wurden die amtlichen Hauskoordinaten um postalische Informationen angereichert (z.B. PLZ, postalischer Ortsteil, postalische Schreibweise des Straßennamens) und Qualitätsparameter eingeführt. Seit Herbst 2006 stehen die Hauskoordinaten aller Bundesländer zur Verfügung. Aktuell umfasst der Datenbestand rund 20,1 Mio. Datensätze.

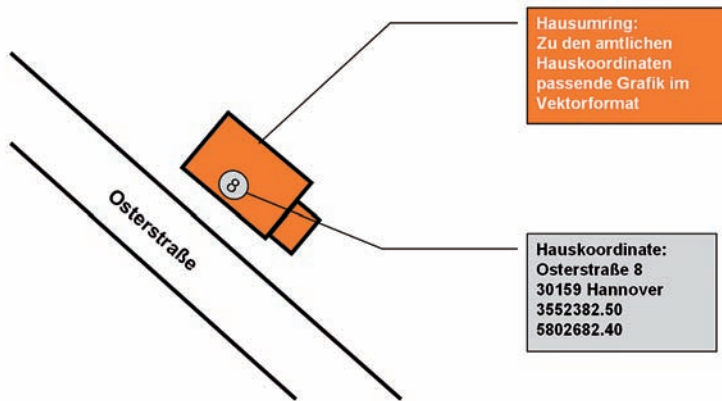


Bild 2: Amtliche Hauskoordinaten und Hausumringe – ein bundesweites Angebot des Amtlichen deutschen Vermessungswesens

Die für eine erfolgreiche Vermarktung besonders wichtige Frage der Höhe der vom Kunden zu zahlenden Gebühren wurde an den Nutzen der Hauskoordinaten für den Lizenznehmer gekoppelt. In den vergangenen Jahren erfuhren die Modelle immer wieder leichte Anpassungen. Diese basierten auf neuen Rahmenbedingungen und fußten nicht zuletzt auf Rückmeldungen von Kundenseite.

Mit der zentralen Bereitstellung der amtlichen Hauskoordinaten wurde die wesentliche Anforderung des Marktes erfüllt, da Daten des Liegenschaftskatasters bislang ausschließlich durch die jeweiligen Vermessungsverwaltungen der Länder abgegeben wurden. Aus vertrieblicher Sicht stand der Aufbau eines Partner-Netzwerks im Vordergrund, um bestehende Kundenbeziehungen zu nutzen und so Zielgruppen zu erreichen, die bislang nicht zur klassischen Klientel der Vermessungsverwaltungen zählten. Auf diesem Weg wurden die amtlichen Hauskoordinaten in individuell für die jeweilige Zielgruppe konzipierte Produkte und Dienste integriert und vertrieben.

Zum Netzwerk zählen inzwischen neben NAVTEQ und Tele Atlas, z.B. auch GeoContent, Infas GEOdaten, JJK Verlagssoftware oder CISS TDI. Im Dialog mit diesen und anderen Unternehmen erhält die Bezirksregierung Köln auch weitere Impulse und Ideen für neue, ergänzende Angebote. Dabei wird der hohe Stellenwert amtlicher Geobasisdaten in Wirtschaft, Staat und Gesellschaft immer wieder untermauert. Nicht zuletzt deshalb, weil das amtliche Siegel neben einer hohen Qualität in erster Linie auch für Langfristigkeit und Nachhaltigkeit steht und somit Kunden eine langfristige Investitionssicherheit garantiert.

Amtliche Hausumringe – 2D-Gebäudegrafik des Liegenschaftskatasters

Der Navigationsmarkt erreicht immer neue Dimensionen. Allein TomTom verkaufte im vergangenen Jahr knapp 6 Mio. mobile Navigationsgeräte und somit etwa doppelt so viele wie im Jahr 2006. Einziges Handicap sind die kontinuierlich fallenden Preise, die den Markt sicher vor eine nennenswerte Belastungsprobe stellen werden.

Mit der Vielzahl der Nutzer steigen auch die Anforderungen an immer neue Entwicklungen und immer neue Features. Ein wesentliches Augenmerk wird dabei zukünftig auch auf eine detaillierte und präzise Kartographie gelegt. Im Fokus steht dabei nicht mehr nur die reine Navigation, sondern vielmehr das Thema der Mobilität von Menschen und auch Gütern insgesamt. PNDs und PDA²/Smartphones eröffnen dabei neue Möglichkeiten und rücken auch Themen wie das Fußgängerrouting und die wirklich hausgenaue Zielführung (»Door-to-Door«) immer mehr in den Fokus.



Bild 3:
Alle Gebäude, alle Hausnummern – Datenbasis für höchste Ansprüche. Im Beispiel: Einzelgebäude nach Kundenkriterien selektiert.

² Personal Digital Assistant

Den Marktentwicklungen trägt das Amtliche deutsche Vermessungswesen mit dem Angebot der Hausumringe Rechnung. Diese 2D-Gebäudegrafik ergänzt die Hauskoordinaten ideal und genügt höchsten Ansprüchen an eine präzise und innovative digitale Karte. Auch die Hausumringe sind ein Baustein des Liegenschaftskatasters der Bundesländer und garantieren somit eine ideale Kombinierbarkeit mit den Hauskoordinaten. Sie beinhalten alle Haupt- und Nebengebäude und werden im Vektorformat (SHAPE als Standard) abgegeben. Auch dieses Produkt ist über die Bezirksregierung Köln erhältlich. Aktuell werden die Daten für 13 Bundesländer aufbereitet. Mit einem bundesweiten Angebot wird bis Ende 2009 gerechnet.

Was Kunden wollen

Was sind nun die Erfolgsfaktoren für eine intensive Nutzung und optimale Verbreitung der amtlichen Geodaten? Ist es das vielbeschworene Argument »kostengünstig« oder gar »kostenlos«? Oder kommt es auf weitergehende Qualitäten an? Die Antwort: Beide Aspekte – Kosten und Qualität – tragen zum Erfolg bei!

Die vieldiskutierten, kostenfreien »Earth-Viewer« und die Allverfügbarkeit von Navigationssystemen stillen den Bedarf vieler Nutzer im »Consumer«-Bereich. Gleichzeitig wecken sie vielfach erst das Verständnis für das Thema »Karte«



Bild 4: Kostenfreier BayernViewer mit Adresssuche, hochauflösenden Digitalen Orthophotos, Topographischen Karten und Digitaler Ortskarte (Basis: ATKIS®-DLM und Hausumringe, Maßstab 1:10 000).

oder »Luftbild« und damit den Bedarf an immer aktuelleren Geodaten für fachliche Aufgaben. In den letzten Jahren hat sich zunehmend das Internetprinzip »Ansehen für private Zwecke kostet nichts« auch für die Geodaten durchgesetzt. Viele Viewingdienste der Vermessungsverwaltungen, zum Beispiel der – rundum erneuerte und erweiterte – BayernViewer (www.bayernviewer.de) der Bayerischen Vermessungsverwaltung tragen diesem Prinzip Rechnung.

Die Quadratur des Kreises?

Dass parallel zum verbesserten kostenfreien Angebot aber gleichzeitig auch der Umsatz für das kostenpflichtige Pendant in Bayern (BayernViewer-plus) im vergangenen Jahr stark gestiegen ist, zeigt, worum es den Nutzern von Geodaten geht:

- Der Nutzer möchte eigentlich zunächst einmal gar keine »Geodaten einkaufen«, sondern möglichst schnell und gut eine beliebige Aufgabe mit Raumbezug lösen.
- Er möchte diese Lösung möglichst aus einer Hand erhalten (Daten, Systemlösung und Beratung!).
- Er möchte einfache, verständliche Nutzungskonditionen (die trotzdem keine Detailfragen offen lassen).
- Falls unumgänglich, möchte er einen fairen, marktgerechten Preis (im Sinne des Kunden heißt marktgerecht möglichst gering) bezahlen.
- Wenn er Daten widererwartend separat beziehen muss, möchte er dies rund um die Uhr, immer häufiger online tun, ohne andererseits – wo nötig – auf entsprechende Beratung verzichten zu müssen. Ein *zentraler Ansprechpartner vor Ort* wäre wünschenswert.
- Natürlich sollen verschiedene Geodaten-Themen – auch unterschiedlichster Herkunft und Qualität – zueinander kompatibel und ohne Zusatzaufwand integriert nutzbar sein.

Der Weg ist das Ziel?

Auch wenn »Wunder etwas länger dauern«: Nicht nur das Beispiel »Hauskoordinaten und Hausumringe« zeigt, dass das Amtliche deutsche Vermessungswesen auf einem guten Weg ist. Um nur einige Beispiele mit »Vertriebsbezug« zu nennen:

- Die Mehrzahl der amtlichen Geobasisdaten, darunter die Digitalen Landschaftsmodelle des Amtlichen Topographisch-Kartographischen Informationssystems ATKIS®, die Digitalen Topographischen Rasterkarten, Geländedaten, Hauskoordinaten und der Satellitenpositionierungsdienst SAPOS®

sind schon seit längerem bundesweit über *zentrale Vertriebsstellen der AdV*³ oder das Geodatenzentrum des Bundesamts für Kartographie und Geodäsie (GDZ-BKG) verfügbar; länderübergreifende Kunden werden zentral bedient.

- Seit kurzem sind auch *Digitale Orthophotos bundesweit* – auch über Web Services – beim GDZ-BKG erhältlich.
- Die Qualität, vor allem die Aktualität der amtlichen Daten nimmt bundesweit kontinuierlich zu.
- Mit *ALKIS*[®] wird in wenigen Jahren ein bundesweit einheitlicher Datenbestand für die Daten des Liegenschaftskatasters zur Verfügung stehen.
- *Einheitliche Nutzungsverträge* für die länderübergreifende Datennutzung wurden im vergangenen Jahr verabschiedet und in GDI-Gremien zum Einsatz auch außerhalb der Vermessungsverwaltungen empfohlen; einzelne Länder setzen die Verträge bereits um.
- Im Dezember 2007 haben sich die Vermessungsverwaltungen auf eine *gemeinsame Gebührenrichtlinie* geeinigt, die die Gebührensystematik für AFIS[®], ALKIS[®] und ATKIS[®] harmonisiert, erstmals die Preisgestaltung von Web Services länderübergreifend regelt und Verbesserungen für Vertriebspartner enthält.
- Die wachsende *Zusammenarbeit mit Daten- und System Providern* ermöglicht es zunehmend, dass der Kunde Systemlösungen und Daten aus einer Hand nutzen kann.
- Die laufende Koordinierung und Standardisierung sowie länder- und ressortübergreifende Pilotprojekte – getragen von den Gremien und Geschäftsstellen der *Geodateninfrastruktur* – bilden die Basis für neue Leistungen und Dienste für die Geodatennutzer.

Mit den Aktivitäten ist man selbstverständlich noch nicht am Ziel angekommen. Bewährungsprobe für bundesweite Vereinbarungen ist deren Umsetzung in den Ländern; Bewährungsprobe für Entgeltmodelle ist deren Marktfähigkeit. Die Weiterentwicklung der länderübergreifenden Zusammenarbeit ist in vielen Bereichen nötig, zum Beispiel durch eine weitere Stärkung und Bündelung der zentralen Vertriebsstellen, wie sie derzeit in der AdV diskutiert wird.

Bayern im Zeitraffer

Wie bundesweit, hat sich auch in Bayern in den vergangenen Jahren die Geodaten-Welt stark gewandelt. Aus interner Sicht, im Tagesgeschäft der Projektarbeit oder des Vertriebs für die amtlichen Geobasisdaten, werden die erreichten Meilensteine leicht übersehen. Bei etwas Abstand und im Rückblick, zum Beispiel auf die vergangenen acht Jahre seit dem Millennium, wird aber deutlich,

³ AdV: Arbeitsgemeinschaft der Vermessungsverwaltungen der Bundesrepublik Deutschland, auch Amtliches Deutsches Vermessungswesen

dass über die letzten Jahre zum Vorteil des Kunden in der Bayerischen Vermessungsverwaltung Vieles erreicht wurde:

Bündelung und Neuausrichtung

Die in den Jahren 1996 mit Einrichtung des Dienstleistungszentrums am damaligen Landesvermessungsamt und 2000 im Katasterbereich begonnene Bündelung von Vertriebsaufgaben wurde im Jahr 2005 mit Gründung des Landesamts für Vermessung und Geoinformation (LVG) konsequent weitergeführt.

- Daten des Liegenschaftskatasters und der Landesvermessung werden nun in der *Abteilung »Geodaten und Geodatendienste«* des LVG gebündelt bereitgestellt.
- *»Geodatenansprechpartner«* an den Vermessungsämtern wurden bestellt, die zunehmend Aufgaben im Bereich der Geodateninfrastruktur oder der Geodatenberatung übernehmen.
- In der Außenstelle Mindelheim des Vermessungsamts Memmingen wurde ein *»Infozentrum Geodaten«* eingerichtet, das gemeinsam mit dem LVG bayernweit Kundenanfragen beantwortet. Allein telefonisch erfolgen hier monatlich etwa 1 200 Kundenberatungen.
- Neu ist seit 2005 auch ein Sachgebiet *»Produktentwicklung«*, das Erfahrungen aus Kundenkontakten und Kundenbefragungen in die Produktion und Entwicklung laufender und neuer Produkte und Dienste einbringt.

Neu und flächendeckend

Wesentliches Alleinstellungsmerkmal der amtlichen Vermessung ist die flächendeckende, anwendungsneutrale Bereitstellung von Geobasisdaten und -diensten in amtlicher Qualität. Viele wichtige Meilensteine zu deren Herstellung sind beinahe bereits vergessen, die flächendeckende Verfügbarkeit der folgenden Produkte heute selbstverständlich:

- *Digitale Flurkarte (DFK)*: Abschluss der flächendeckenden Herstellung der DFK im Jahr 2003, quasi 100 Prozent aller bayerischen Kommunen nutzen mittlerweile die Daten des Liegenschaftskatasters.
- *Digitale Feldstücke*: Digitale Erfassung von über 2 Millionen *Feldstücken* – Grundlage für die Agrarförderung und die derzeitige flächenhafte Erfassung der *Daten der tatsächlichen Nutzung* – 2004.
- *Digitale Ortskarte*: Flächendeckender *»Ortsplan«* für Bayern im Jahr 2004, automatisiert abgeleitet aus ATKIS® und den Hausumringen des Katasters.
- *Digitale Orthophotos*: Seit dem Jahr 2005 3-Jahres-aktuell und farbig, seit 2007 in Bodenauflösung 20 cm verfügbar, ab 2009 digital multispektral.

- *Digitale Planungskarte*: Übersichtskarte mit Flurstücks- und Gebäudeinformation in Rasterformat auf Grundlage der DFK im Jahr 2006.
- *DVD Top10* mit Daten der Digitalen Ortskarte und der Hauskoordinaten im Jahr 2007.
- *Digitale Bodenschätzung*: Fertigstellung der Digitalisierung der *Bodenschätzung* im Jahr 2008.
- *Technik, GDI und eGovernment*: Zahlreiche GDI- und eGovernment-Projekte bildeten und bilden die Voraussetzung für neue Produkte und Datenvertrieb. Exemplarisch genannt: der *Aufbau einer Integralen Geodatenbasis (IGDB)*.

Auch derzeit im Aufbau befindliche Produkte werden in wenigen Jahren selbstverständlich sein:

- *Hochauflösendes Digitales Geländemodell*: 2010 wird für ganz Bayern ein hochauflösendes Geländemodell aus Laserscanningbefliegungen vorliegen. Die Erstellung erfolgt in enger Kooperation mit der Umwelt- und Landwirtschaftsverwaltung.
- *3D-Gebäudeinformationen*: Eine Projektgruppe bereitet derzeit die Bereitstellung dreidimensionaler Gebäudedaten vor: Ziel ist die rasche Bereitstellung von Daten, möglichst noch im Jahr 2009.
- *ALKIS®*: Die Ablösung der Informationssysteme des Liegenschaftskatasters in Bayern durch den bundesweiten Standard ALKIS® ist in Vorbereitung; an den Vermessungsämtern erfolgt derzeit in engem Zeitplan die Erfassung polygonaler Daten der *Tatsächlichen Nutzung*.

Besser im Paket

Seit dem Jahr 2003 wurden mit zahlreichen Fachressorts und den kommunalen Spitzenverbänden *Rahmen- und Ressortvereinbarungen* abgeschlossen. Die Vereinbarungen intensivieren die Nutzung der Geobasisdaten im staatlichen und kommunalen Bereich und reduzieren Abrechnungs- und Verwaltungsaufwand. Auch die Verhandlungen zu einer *Generalvereinbarung mit dem Bayerischen Landkreistag* wurden in diesem Jahr zum Abschluss gebracht. Künftig wird allen bayerischen Landkreisen ein Nutzungspaket nahezu aller Geobasisdaten der Vermessungsverwaltung zur Verfügung stehen.

Kleiner Anfang, starke Entwicklung – Beispiel Onlinedienste

Manche Produkte entwickeln sich zum »Klassiker«: Schon beim Start des Geodatenservers am 10. Juli 2000 konnte die Topographische Karte 1:50 000 kostenlos angesehen werden (Mit Stolz und Augenzwinkern kann gesagt werden:

Ein Vorläufer des heutigen Google Earth!), für Fachanwender waren tagesaktuelle DIN-A4-Auszüge aus der Flurkarte zunächst für Notare online abrufbar.

Aus diesen Anfängen wurde zwischenzeitlich unter dem Dach von »Geodaten-Online« ein Portfolio von Diensten entwickelt. Die Bestellung von Druckauszügen aus dem Kataster ist nach wie vor das Zugpferd der Dienste. Der Online-Bereich verzeichnet, auch durch die ständige Weiter- und Neuentwicklung von Diensten, hohe Zuwachsraten. Durchschnittlich erfolgt derzeit (Zugriffe auf den BayernViewer-plus oder WMS-Dienste nicht eingerechnet) an Werktagen etwa jede Minute eine Bestellung über GeodatenOnline.

Der Schwerpunkt liegt derzeit noch auf Diensten zur Bestellung von Auszügen und Originaldaten aus dem Liegenschaftskataster. In der ersten Jahreshälfte 2009 wird auch die Bestellung von Auszügen und Daten aus diversen anderen Datenbeständen (z.B. Orthophotos oder Topographischen Karten) online möglich sein.

Ein eGovernment-Dienst, der unmittelbar dem Bürger zu Gute kommt, ist neben dem BayernViewer der seit dem Jahr 2007 neue Dienst »Katasterauszug zur Bauvorlage«, der bereits bei über 60 Prozent der bayerischen Gemeinden im

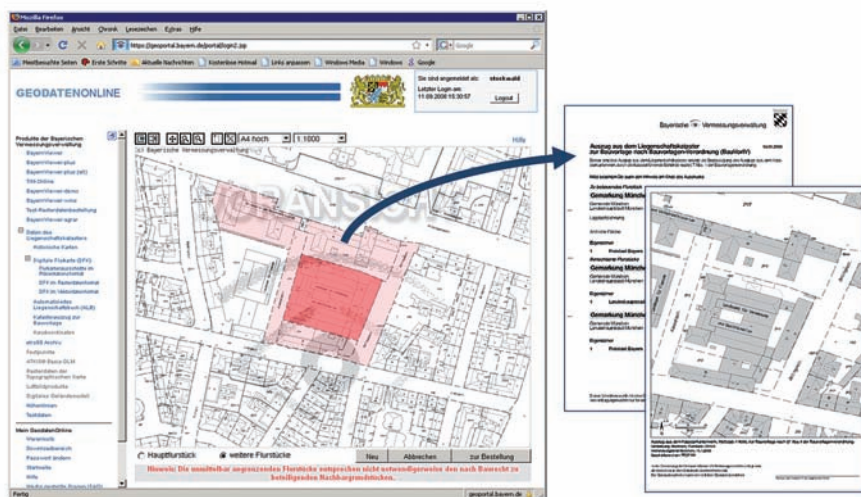


Bild 5: Katasterauszug zur Bauvorlage – der Dienst ersetzt die Beglaubigung der Bauvorlage am Vermessungsamt. Der Bürger erhält den Katasterauszug direkt bei seiner Gemeinde.

Einsatz ist. Über diesen Dienst kann ein Bauwerber direkt bei der Gemeinde einen Katasterauszug mit Eigentümerinformationen erwerben und spart sich Zeit und Kosten durch den entfallenden Weg zum Vermessungsamt. Die bislang vorgeschriebene Beglaubigung der Bauvorlage wird durch den Online-Abwurf ersetzt.

Der bereits erwähnte *BayernViewer-plus* ermöglicht seit September 2008 unter anderem die Einbindung von WMS-Diensten externer Stellen, z.B. der bayrischen Fachressorts. Durch die Überlagerung von Basis- und Fachdaten ergibt sich für die Anwender ein erheblicher Mehrwert. Der BayernViewer bildet als Basiskomponente die Grundlage für zahlreiche Fachanwendungen, zum Beispiel der Wasserwirtschaft (Informationsdienst »Überschwemmungsgefährdete Gebiete«, BayernViewer-aqua), der Landwirtschaft (BayernViewer-agrar) oder der Denkmalpflege (BayernViewer-denkmal).

Web Services zur Nutzung der Geobasisdaten sind operativ im Einsatz: Über Web Map Services (WMS) können Daten der Topographischen Karten, der Flurkarte oder der Orthophotos in Echtzeit in Internet- oder Desktopapplikationen ge-

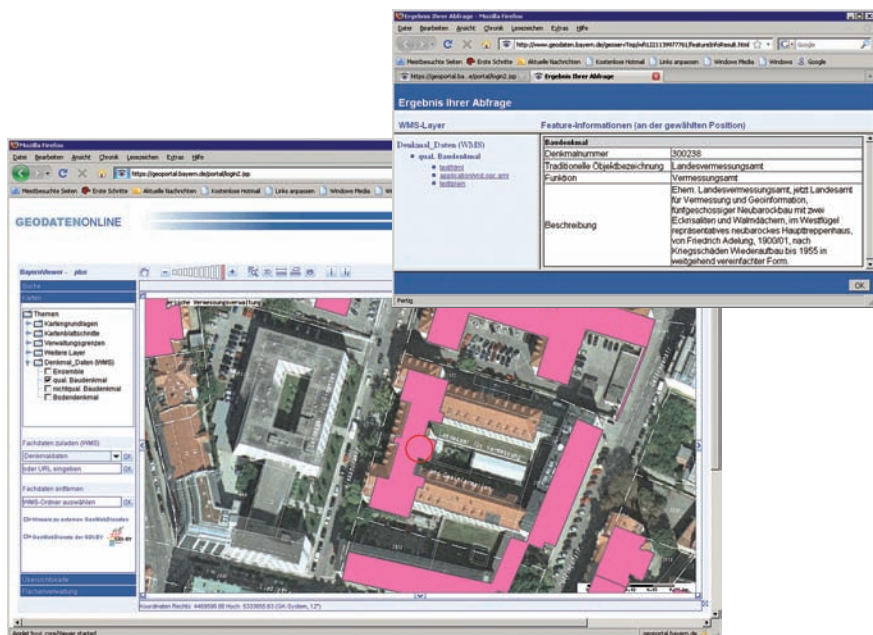


Bild 6: BayernViewer-plus (Neue Funktionalität seit 9/2008) mit Digitaler Flurkarte und Einbindung externer WMS-Dienste der GDI-Bayern, hier Daten der Denkmalpflege (Baudenkmäler hervorgehoben).

nutzt werden. Die Geodaten kommen hier sozusagen direkt »aus der Leitung«. Weitere Web Services, zum Beispiel der Adressdienst für Hauskoordinaten (Gazetteer-Service) befinden sich im Test oder sind in Entwicklung (z. B. Zugriff auf Vektordaten über den Web Feature Service WFS).

Herausforderungen

Trotz des positiven Rückblicks wäre ein Blick durch die »rosarote Brille« unangemessen: Selbstverständlich sind auch in Zukunft zahlreiche Herausforderungen zu meistern, um dem hoheitlichen Auftrag der Vermessungsverwaltung weiterhin gerecht zu werden, Geobasis- und Fachdaten nutzergerecht bereitzustellen.

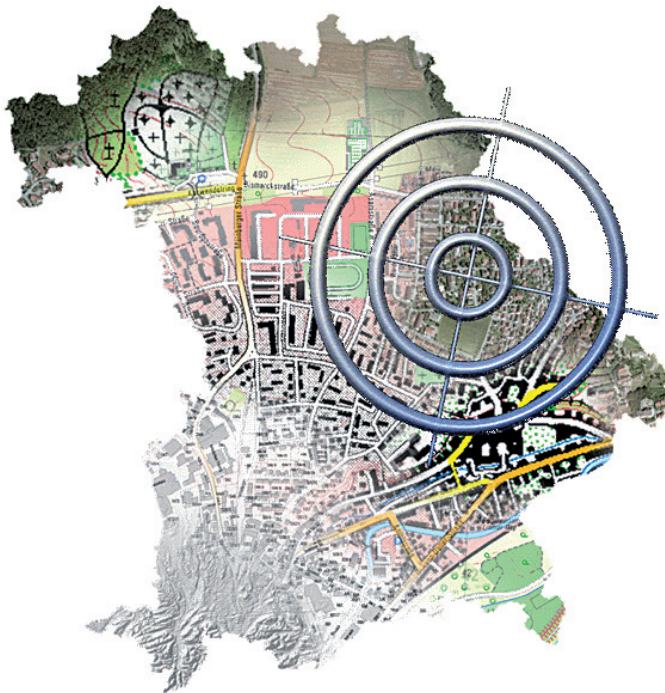
Einige Handlungsfelder:

- Gezielte Erweiterung des Produktportfolios durch neue landes- und bundesweit flächendeckende, anwendungsneutrale Datenangebote (hochgenaues Digitales Geländemodell, 3D-Gebäudedaten, weitere Produkte).
- Laufende Verbesserung der Datenaktualität und -qualität durch Beschleunigung interner Prozesse und engere Kooperation mit Kommunen und Fachbehörden.
- Konsequenter Ausbau der Onlinebereitstellung von Geodaten (Viewingdienste, Geoportal, Web Services, GDI-Dienste) als Ergänzung und langfristige Alternative zu den herkömmlichen Verbreitungswegen.
- Laufender Ausbau der Geodaten- und GDI-Kompetenz an den Vermessungsämtern.
- Laufende Evaluierung, Vereinfachung und bundesweite Harmonisierung von Lizenz- und Preismodellen.
- Ressort- und längerübergreifende Vernetzung und Standardisierung des Angebots behördlicher Geobasis- und Geofachdaten.
- Landesweit einheitliche Bereitstellung ausgewählter kommunaler Geofachdaten (z.B. Bodenrichtwerte, Bauleitpläne).
- Intensivierung der Länderzusammenarbeit im Amtlichen deutschen Vermessungswesen, insbesondere bei der Harmonisierung, Qualitätssicherung und einer gebündelten Bereitstellung amtlicher Produkte.

- Intensivierung der Kooperation mit Vertriebspartnern und Providern (Lizenzmodelle, Public-Private-Partnership).
- Auch bei begrenzten vertrieblichen Ressourcen besonders wichtig: Aktives Zugehen auf potentielle Nutzer!

Am wesentlichsten erscheint die Wiederholung einer These, die bereits vor 7 Jahren hier veröffentlicht wurde (Kunst/Stockwald, 2001):

»Alle Entscheidungen orientieren sich am Kundennutzen«.



Damit dauerhaft der Nutzer im Fokus steht!