

INTERVIEW MIT ERNEST MCCUTCHEON VON DDS DIGITAL DATA SERVICES

„Vielfalt, Abdeckung und Dichte sind stark gewachsen“



*Ernest McCutcheon,
Geschäftsführer von DDS
Digital Data Services,
erwartet, dass Kunden in
Zukunft mehr maßge-
schneiderte Angebote
an Geodaten erwar-
ten können.*

Nach dem Zustand des Mangels kamen die Herausforderungen des Überflusses: Das Angebot an Geodaten wird von Tag zu Tag vielfältiger, detaillierter, aber auch kostengünstiger. Daraus folgt, dass Kunden sich beim Erwerb von Geodaten eingehender mit dem Angebot beschäftigen sollten, um in Projekten den größten Nutzen zu erzielen, meint Ernest McCutcheon.

Business Geomatics Fokus: Wie ist die heutige Situation beim Verkauf von Geodaten?

Ernest McCutcheon: Es hat sich etwas am Bewusstsein der Unternehmen geändert. Diesen ist in den letzten Jahren verstärkt deutlich geworden, dass die Anwendung von Geodaten und Geomarketing ein Unternehmen effizienter und wettbewerbsfähiger machen kann. Die Nachfrage wird insgesamt breiter. Allerdings werden Finanzkrise und neue Datenschutzregelungen auch den Geodatenmarkt betreffen und Veränderungen in Gang bringen. In welcher Richtung dies wirksam wird, muss sich jedoch noch zeigen. Die Anbieter müssen sich daher darauf vorbereiten, ihr Angebot dynamisch anzupassen.

BGF: Welche Gründe gibt es für die verstärkte Wahrnehmung von Geodaten und deren Anwendungen?

EM: Die Popularität wurde zum einen durch die explosionsartige Verbreitung von Navigationsgeräten bewirkt, aber auch Anbieter wie Google und Microsoft haben für viel Beachtung gesorgt. Hinzu kommt, dass Datenvielfalt, Dichte und Abdeckung erheblich gewachsen sind. Aus diesem Grund haben insbesondere größere Unternehmen geografische Informationen als wichtiges Kriterium im Entscheidungsprozess der Standortplanung verstanden.

BGF: Wie verändern sich die Preise für Geodaten in Zukunft?

EM: Auf Dauer werden in Zukunft weniger Daten gekauft, dafür aber mehr genutzt. Das führt dazu, dass sich nutzungs- oder zeitabhängige Preise stärker verbreiten werden. Aber gute Daten kosten ihren Preis: Dieser ist nicht willkürlich gewählt, sondern ist von der Erhebung, der anschließenden Bearbeitung und Aufbereitung der Daten abhängig. Dies wird bei den kostenfreien Daten wie etwa bei Open Street Map deutlich - dort werden zum Teil große Mängel in Bezug auf die Abdeckung und die Einheitlichkeit der Attributierung ersichtlich.

BGF: Welche Verbesserungen sind bei den Daten noch zu erwarten?

EM: Grundsätzlich werden die Daten umfangreicher, spezieller und detaillierter. Vor allem das Angebot an anwendungsspezifischen und teilweise auch exotischen Daten wird wachsen. Dazu kommen kürzere Aktualisierungsintervalle und möglicherweise langfristig auch inkrementale Updates, bei denen nur die Daten ausgetauscht werden, die sich geändert haben. Online-Portale werden für die schnellere Verfügbarkeit sorgen. Kunden dürfen außerdem damit rechnen, dass die Daten besser auf ihre Anforderungen zugeschnitten werden können. Weitere Verbesserungen sind durch Inspire zu erwarten, was sich an der Verfügbarkeit der Daten bemerkbar machen wird.

Ernest McCutcheon, Jahrgang 1959, ist Geschäftsführer der DDS Digital Data Services. Nach seinem Wirtschaftsstudium an der University of North Carolina in Chapel Hill, USA, kam er 1981 nach Deutschland und absolvierte an der Universität Düsseldorf ein Aufbaustudium. Ab 1982 hatte er mehrere leitende Funktionen bei internationalen Unternehmen. 1993 gründete er die Desktop Data Services, die heute nach einem Joint Venture mit der PTV AG als DDS Digital Data Services GmbH einer der führenden Anbieter von Daten und Software für Desktop Mapping-Anwendungen ist. Seit 2007 ist er einer der Geschäftsführer des InGeoForums.

BGF: Worauf sollten Kunden und Interessenten beim Kauf von Geodaten achten?

EM: Die Daten sollten dem tatsächlichen Bedarf entsprechen. Warum soll ein Kunde beispielsweise Straßenabschnittsdaten kaufen, wenn PLZ-Daten reichen? Marktrelevante Potenzialdaten und die geografischen Daten sollten auf jeden Fall zueinander passen. Ebenso wichtig ist die Entscheidung darüber, ob es sich um ein Projekt oder einen langfristigen Einsatz handelt. Denn sowohl die Aktualisierungsintervalle der Daten als auch die rechtlichen Hintergründe wie etwa die Lizenzierung sind vom jeweiligen Einsatz der Daten abhängig. Bei der Einbindung internationaler Geodaten herrschen beispielsweise erhebliche lizenzrechtliche Unterschiede. Ich empfehle an dieser Stelle, Beratungsangebote in Anspruch zu nehmen.

BGF: Was zeichnet das Angebot von DDS aus?

EM: Viele neue Anbieter kommen auf den Markt und bieten sehr unterschiedliche Daten an, die sich auch qualitativ deutlich unterscheiden. DDS ist kein reiner Datenanbieter, sondern versteht sich vor allem als Berater. Spätestens bei einem internationalen Einsatz der Anwendungen gibt es einen starken Beratungsbedarf. Bei Anfragen suchen wir die für die Kundenanwendung passenden Daten aus unserem Repertoire und dem unserer Datenpartner heraus und schnüren individuelle Pakete. Ein Lizenzvertrag gehört genauso dazu wie eine unabhängige Beratung, die wir in der Regel kostenneutral an unsere Kunden weitergeben.