



Interview mit Christiane Hering,
Geschäftsführerin von Navisat e.V.

Wo?-Kongress



Die Initiatoren des ersten Wo?-Kongresses hoffen auf eine gut besetzte Veranstaltung. Die GIS.BUSINESS unterstützt sie dabei als Medienpartner.

Interview: Monika Rech

IMPULSE GEBEN, INNOVATIONEN PRÄSENTIEREN

Am 16. und 17. Juni 2010 findet im Landschaftspark Duisburg-Nord erstmals eine neue GIS-Veranstaltung statt. Der Wo?-Kongress will Impulse geben und die richtigen Leute an einen gemeinsamen Tisch bringen. GIS.BUSINESS ist Medienpartner des Wo?-Kongresses und sprach mit der Initiatorin und Geschäftsführerin des ausführenden Navisat e.V., Christiane Hering.

GIS.BUSINESS: Frau Hering, der Navisat e.V. organisiert den im Juni erstmals stattfindenden Wo?-Kongress. Worum wird es bei diesem Kongress genau gehen?

Christiane Hering: Wir wollen im Rahmen des ersten Wo?-Kongresses unterschiedliche Technologien, die sich mit raumbezogenen Fragestellungen befassen, zusammenführen. Zusätzlich wollen wir aufzeigen, wie durch die Kombination dieser Technologien oder die Übertragung von Lösungen einer Branche in eine andere, neue Mehrwerte entstehen können. Fokussiert werden die Verbindung

von Navigation, Geoinformation, Fernerkundung sowie dem Global Monitoring System for Environment and Security (GMES) und die daraus entstehenden neuen Wertschöpfungen.

Der erste Wo?-Kongress wird keine Branchen-Einzellösungen aufzeigen, sondern vermittelt Impulse und Ideen. So profitieren andere Branchen auch von Innovationen und neuen Wertschöpfungsketten.

GIS.BUSINESS: Welche Themenbereiche decken Sie mit dem Kongress ab?

Hering: Das Programm gliedert sich in unterschiedliche Themenblöcke. So gibt es zum Beispiel Vorträge zu innovativen Erfassungsmethoden für Geodaten, über die Optimierung von Logistikprozessen, über Wertschöpfung mit öffentlichen Daten, über Mautkonzepte, über den Einsatz von raumbezogenen Technologien im Katastrophenschutz oder über Smart Cities. Wie bereits erwähnt, wollen wir durch die Darstellung von Best-Practice-Beispielen oder innovativen Ideen – zum Beispiel aus den

Hochschulen – den Teilnehmern Anregungen zur Übertragbarkeit in ihre eigenen Branchen und ihren eigenen Arbeitsbereich geben.

Zusätzlich wird es eine begleitende Ausstellung im Innen- und Außengelände geben. Es ist weiterhin geplant, Exkursionen zu relevanten Standorten, etwa den nordrhein-westfälischen Galileo „Gates“ oder auch zu Veranstaltungen im Rahmen der Kulturhauptstadt anzubieten, um das Programm abzurunden. Das Programm kann online abgerufen werden unter www.na-visat.de.

GIS.BUSINESS: Das scheint ja eine kaum zu vereinbarende Fülle an unterschiedlichsten Themenschwerpunkten zu sein. Wie lassen die sich unter einen Hut bringen?

Hering: Zunächst ist der Kongress ja zweitägig und findet größtenteils auch zweizügig statt, so dass wir ausreichend Platz für verschiedenste Themen haben. Der Kongress wird natürlich ▷

nicht alle Themen umfassend bearbeiten können, aber das ist auch nicht die Zielsetzung. Vielmehr geht es darum, Anregungen und Ideen zu vermitteln und die richtigen Leute miteinander ins Gespräch zu bringen. Zum Beispiel mit einem Business-Matching. Der Kongress ist inhaltlich sehr breit aufgestellt. Das verbindende Element ist immer das „Wo“. Mit diesem Fokus werden alle Themen behandelt.

GIS.BUSINESS: *Wen sprechen Sie mit dem sehr breit angelegten Konzept an?*

Hering: Wir erwarten Teilnehmer, die Innovationen und neue Impulse für die Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen oder die Optimierung ihrer internen oder externen Prozesse suchen: Datenerzeuger, Datenveredler, Technologie-lieferanten, Systemintegratoren, Service-provider und insbesondere die Nutzer raumbezogener Daten und Anwendungen. Diese können aus den Branchen Logistik & Automotive, Verkehr & Energie, Informations- und Kommunikationstechnologie & Mobile Industries, Regionalmarketing & Tourismus, Umwelt oder der Öffentlichen Verwaltung kommen.

GIS.BUSINESS: *Und wie genau wollen Sie diese weit gefächerte Zielgruppe erreichen?*

Hering: Wir kooperieren mit anderen Verbänden, Institutionen und Einrichtungen, die jeweils einen Zugang zu einer oder mehrerer unserer Zielgruppen haben. Zudem gibt es in Nordrhein-Westfalen seit ein paar Jahren Wirtschaftskluster. Da wir selber im IKT-Cluster aktiv sind, fällt der Zugang zu anderen Clustern nicht so schwer. Der Kongress soll aber natürlich keine reine NRW-Veranstaltung werden, sondern adressiert den gesamten deutschsprachigen Raum.

GIS.BUSINESS: *Der Navisat e.V. ist ein Anwenderverbund für Satellitennavigationslösungen in Nordrhein-Westfalen. Was erhoffen Sie sich als Verein von diesem neuen Event?*

Hering: Navisat befindet sich gerade in einer Umbruchsituation. Es ist geplant den Verein um weitere raumbezogene Thematiken zu erweitern, etwa Geo-

information oder GMES. Also genau das, was wir auch beim ersten Wo?-Kongress vorhaben.

Mit dieser Veranstaltung wollen wir daher eine Plattform für Anwender und Nutzer schaffen. Als Verband profitieren wir natürlich von den Erfahrungen und Themen, die wir von einem solchen Event mitnehmen.

Insgesamt möchten wir aber auch eine größere Sichtbarkeit aller raumbezogenen Thematiken, Technologien oder Anwendungen erreichen, so dass letztendlich ein größerer Markt angesprochen werden kann. Von diesem Markt sollen wiederum unsere Mitglieder mit ihren Produkten und Dienstleistungen profitieren.

GIS.BUSINESS: *Sie sind gleichzeitig auch regionaler Ausrichter der European Satellite Navigation Competition. Welche Synergien lassen sich aus beiden Veranstaltungen schöpfen?*

Hering: Der European Satellite Navigation Competition (ESNC) ist ein Ideenwettbewerb, bei dem wir in Nordrhein-Westfalen auch sehr stark die Hochschulen adressieren. Es gibt unzählig gute Ideen und Anwendungen, die in Hochschulen entstehen. Aber oft fehlt die Verbindung zur Wirtschaft. Das möchten wir verbessern. Daher wollen wir auch ESNC-Ideen auf dem Wo-Kongress präsentieren. Auch wenn es erst noch „nur“ Ideen sind. Aber vielfach fehlt nur ein konkreter Nutzer, der vielleicht in diesem Rahmen gefunden werden kann. Gerne erwähne ich an dieser Stelle auch die sehr positive Zusammenarbeit mit der nordrhein-westfälischen Innovationsallianz, die sich das gleiche Ziel gesetzt hat.

GIS.BUSINESS: *Navisat existiert bereits seit dem Jahr 2006. Lassen sich seit der Gründung des Vereins Veränderungen in der öffentlichen Wahrnehmung des Themas Satellitennavigation bemerken?*

Hering: Auf jeden Fall. Das Thema ist viel mehr in den Blick der Öffentlichkeit gelangt. Denken wir nur an Google, Microsoft oder Nokia, die ja ebenfalls seit einigen Jahren diese Themen für sich entdeckt haben. Heute braucht man fast niemanden mehr zu erklären, was Satellitennavigation ist – fast jeder hat ja ein Navigationsgerät in seinem Auto. Aber auch mobile Dienste, sogenannte Location Based Services, die

vor ein paar Jahren die Nutzer noch nicht erreichen konnten, haben einen Boom erlebt. Über Personenfinder, mobile Navigation oder Services bei Großveranstaltungen oder im Tourismus, gibt es zahlreiche Anwendungen, die auch von einem immer jünger werden Publikum genutzt werden.

GIS.BUSINESS: *Satellitennavigationslösungen greifen mittlerweile tief in den Alltag der Menschen hinein. Was sind die aus Ihrer Sicht wirtschaftlich erfolgreichsten Anwendungsgebiete?*

Hering: Die Bereiche Logistik und Automotive sind nach wie vor sehr stark. Für die Steuerung von Verkehr oder Prozessen wird Navigation auch immer notwendig bleiben. Aber auch in zunächst vielleicht eher nicht so relevanten Bereichen, wie der Landwirtschaft zur Maschinenkontrolle, gibt es zahlreiche gute Anwendungsmöglichkeiten, die Zeit und Geld einsparen. Der Tourismus- und Eventbereich ist ebenfalls im Kommen.

GIS.BUSINESS: *Und in welchen Sparten sehen Sie noch Luft nach oben? Gibt es Trends zu besonders wirtschaftlich erfolgreichen Konzepten und Anwendungen?*

Hering: Der Trend geht ganz klar zu mobilen Anwendungen. Auch werden Anwendungen, die unterschiedlichste Technologien nahtlos miteinander verbinden erfolgreich sein. Hier geht es zum Beispiel um einen direkten Übergang von einer Indoor- in eine Outdoornavigation. Solche Anwendungen sind besonders im Katastrophenmanagementbereich sehr wichtig.

Neben den bekannten Branchen für Navigation sehe ich ein großes Potenzial im Gesundheitswesen. Da die Gesellschaft immer älter wird, ist das sicherlich ein guter Markt. Die Ortung von Patienten oder der Aufbau einer Navigation für Blinde, wie das Soester Projekt NAV4BLIND, sind nur zwei Beispiele. ◀

Frau Hering, wir bedanken uns für das Gespräch.

Das Interview führte Monika Rech.