

Geoinformation ist Chefsache!

Die Geoinformation braucht eine starke Stimme – nicht nur in Deutschland, sondern überall!

In nahezu allen Entscheidungen steckt Geoinformation – manchmal mehr und manchmal etwas weniger. Eine Binsenweisheit, wie die Branche glaubt: „Das weiß doch jeder, in allen Köpfen von Entscheidern ist das verankert!“

Wer sind denn „die Entscheider“, die sich mit unseren Themen auskennen? Überlegen Sie einmal, wen Sie kennen, der in der Politik, in der Verwaltung, in der Forschung oder im Unternehmen an entscheidender Stelle sitzt und nicht nur Google & Co kennt. In seinem Positionspapier zum Thema Geoinformation „Einsatz von Geoinformation in den Städten“ [1] erklärt der Deutsche Städtetag die Geoinformation zur Chefsache! Eine hehre Position, jedoch leider immer noch selten Realität. Wo werden die Entscheidungen mit Geodaten getroffen, mit technisch hochversierten Programmen und den modernsten Algorithmen? In der Chefetage? In welchem Ministerium treffen der Minister oder seine Beamten Entscheidungen bewusst geobasiert? Versuchen Sie einmal, eine Rede zu finden, wo von Geodaten gesprochen wird, außer wenn wir unter uns sind! Geofachleute werden nun einmal in den selten-

ten Fällen Minister oder höhere Ministerialbeamte. Und ist das nur auf ministerieller Ebene so? Mitnichten! Dabei spielt es beinahe keine Rolle, ob es der Chef eines Unternehmens oder einer Kommunalverwaltung ist. Erst wenn man wirklich merkt, wo alles entschieden wird und immer noch die klassischen Excel-Tabellen oder gar nur Papierlisten als Grundlage für eine teure Investition oder Unternehmensentscheidungen herangezogen werden, fällt auf, dass die Branche längst nicht überall so fest steht, wie sie es in den eigenen Reihen gerne glaubt.

Woran liegt es denn? Sind es die Handelnden selbst oder fehlt das Sendungsbewusstsein der Beteiligten? Egal auf wen man trifft, die Geoinformationsbranche ist sich sicher, dass eigentlich doch alle wissen, was für tolle Arbeit wir leisten. In Deutschland haben wir eine qualitativ hochwertige Geodateninfrastruktur und ein funktionierendes Katasterwesen. Die Geoinformationsbranche ist gut, wenn nicht eine der Besten auf der Welt. Die Beteiligten aus Wissenschaft, Verwaltung, Forschung und Wirtschaft brauchen sich weltweit nicht zu verstecken. Doch was hilft uns das, wenn es keiner erkennt?

Die drei Geodäsieverbände (BDVI, DVW und VDV) haben seit geraumer Zeit beschlossen, enger zusammenzuarbeiten, und setzen dies auch für das Fach Geodäsie als Querschnittsbranche um. Eine solche Kampagne braucht das gesamte Geoinformationswesen auch. Hier haben wir eine Vielzahl von Einzelaktionen von verschiedenen Interessenverbänden mit zersplitterten Strukturen. Regionale Initiativen stehen neben überregionalen, bundesweite neben ganz eng lokal begrenzten. Und allen Beteiligten ist bewusst: Wir brauchen einen starken Branchenverband. Eine Lobby, die alle – oder zumindest möglichst viele – vertritt und das Sprachrohr gegenüber Politik, Verwaltung und in der Öffentlichkeit ist. Die intern wie nach außen informiert, berät und vertritt – gehört wird bei raumrelevanten Fragestellun-

gen und Entscheidungen. Den Anspruch haben alle Beteiligten und können ihn derzeit mal mehr, meistens aber mal weniger umsetzen. Schon seit einiger Zeit ist es nicht mehr „die Verwaltung“ auf der einen und „die Wirtschaft“ auf der anderen Seite. Hier verschwimmen die Grenzen, und wenn Inspire in seiner ganzen Ausprägung umgesetzt ist, wird es vermutlich noch intensiver sein.

Ich wünsche mir ein ähnlich geschlossenes Auftreten, wie es die Automobil- oder die IT-Branche haben. Je stärker die Branche, desto besser die Ergebnisse – und dies ist keinesfalls Selbstzweck, denn wir wissen schließlich, dass mit unseren Daten, mit unserem Wissen und unserer Arbeit echte Mehrwerte zu erzielen sind. Aber leider sind die Ergebnisse nicht so messbar, wie es bei Autoverkäufen der Fall ist.

Jedem, der Verbandsarbeit macht, ist bewusst, dass dies neben ganz viel Arbeit (zumeist ehrenamtlich) auch den notwendigen finanziellen Hintergrund braucht. Der würde jedoch problemlos erwirtschaftet, wenn die Branche geschlossen auftreten würde. In diesem Sinne gilt es, die Wirtschaft stark zu machen, indem wir gemeinsam für die Ziele der Geoinformationsbranche eintreten und dadurch echte Mehrwerte für die Wirtschaft und die Gesellschaft erbringen.

Quelle:

[1] Einsatz von Geoinformation in den Städten. Als PDF: http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/presse/2015/einsatz_geoinformationen_staedte_positionspapier_dst_2015.pdf

Autor:

Udo Stichling
Präsident des DDGI
Deutscher Dachverband für Geoinformation e. V. (DDGI)
E: geschaeftsstelle@ddgi.de
I: www.ddgi.de

Quelle: Udo Stichling



Udo Stichling
Präsident des DDGI