

Nachgehakt – bei Maria Hochleitner

Cloudeo – ein Start-up aus München – hat sich zum Ziel gesetzt, Geodaten für eine breite Öffentlichkeit und zu erschwinglichen Preisen zugänglich zu machen. Maria Hochleitner ist für Marketing und Kommunikation verantwortlich.



Bild: Maria Hochleitner

Maria Hochleitner ist Head of Marketing bei Cloudeo

Wo liegen aus Ihrer Sicht Probleme beim Zugang und bei der Kostenstruktur von Geodaten?

Die Probleme liegen ganz klar darin, dass die meisten Geschäfte im Geobereich bisher traditionelle Projektgeschäfte und somit auch die Zugangs- und Kostenstruktur darauf ausgelegt waren. Es handelt sich oft um Einzelaufträge, welche dann natürlich schwer skalierbar sind. Viele potenzielle Kunden haben keine dezidierte „Geo-Abteilung“ in ihrer Firma und benötigen Daten oder Software vielleicht nur über einen gewissen Zeitraum oder für kleinere Projekte. Diesen Kunden wurde der Zugang zu Geoinformationen somit verwehrt, denn große Datensätze oder Softwarelizenzen zu kaufen, passt nicht ins Budget. Außerdem verlangt auch schon das Finden der richtigen Daten relativ viel Expertise.

Sie kommen aus dem Marketing, inwiefern spielt Marketing im Geobereich überhaupt eine große Rolle?

Aus meiner Sicht spielt Marketing, gerade im jetzigen Stadium, eine sehr große Rolle für uns alle, denn vielen Branchen ist der große Nutzen, den Geoinformation und passende Services bieten, meist gar nicht bekannt. Es geht also viel um Aufklärung und Information und darum, Menschen zu erreichen, die bisher keinerlei Berührungspunkte mit dem Thema Geo hatten. Gerade diesen wollen wir es so einfach wie möglich machen, den für sie richtigen Service zu finden und die Anwendungsmöglichkeiten zu verstehen. Das schaffen wir, indem wir Anwendungsgeschichten für verschiedenste Branchen erzählen und so die Bedenken nehmen, dass jeder ein technischer Experte sein muss, um Geoservices nutzen zu können. Wenn wir wollen, dass der Geomarkt kein Nischenmarkt bleibt, sondern den Massenmarkt erobert, dann dürfen wir auch kein Nischenmarketing betreiben. Wir müssen die Menschen in ihrer Branche abholen und ihnen die Services und Möglichkeiten in ihrer Fachsprache erklären. Das ist die große Herausforderung.

Wie sieht Ihr Angebot im Geodaten-Bereich aus?

Im Prinzip kann man über unsere Plattform alles an „Geoprodukten“ von verschiedensten Herstellern beziehen – von Satellitenbildern über Software und Höhenmodelle bis zu Geoinformationsservices. Sehr großes Potenzial für viele Branchen sehen wir allerdings in der Kombination verschiedener Datensätze und in den Services. Unverarbeitete Geodaten haben im Allgemeinen für den Massenmarkt eher wenig Wert. Aus diesem Grund besteht der Markt heute hauptsächlich aus großen Unternehmen oder staatlichen Akteuren, die über die Ressourcen verfügen, die Daten zu ihrem eigenen Nutzen zu verarbeiten. Der wahre Wert für den Massenmarkt jedoch ergibt sich aus der multidimensionalen

Kombination von Datensätzen und der darauf angewandten Analytik. Es sind diese kombinierten Datensätze, die den Treibstoff für Algorithmen, Künstliche Intelligenz und weitere Anwendungen bilden. Deshalb versuchen wir bei Cloudeo, unseren Fokus auf eben diesen multidimensionalen Ansatz zu legen.

Auf Ihrer Webseite verwenden sie den Begriff „Geodaten-Ökosystem“. Was verstehen Sie darunter?

Für viele Kunden spielt es absolut keine Rolle, wo die Daten herkommen, sondern es geht vorrangig darum, dass sie die für sie wichtigen Informationen einfach und schnell daraus ziehen können und dass diese jederzeit verfügbar sind. Aus diesem Grund ist es unsere Vision, ein sich gegenseitig befruchtendes Ökosystem zu kreieren, in welchem nicht mehr jeder alles in der gesamten Chain von Beginn an aufbauen muss, um ein neues Produkt entstehen zu lassen, sondern sich schon vorhandener Daten und Infrastrukturen bedienen kann. Dadurch können neue Services viel schneller und kosteneffizienter entstehen. Ein Kunde kann somit bei uns zum Lieferanten werden und umgekehrt. Ein Beispiel: Die Firma Hyspeed Computing nutzt über unsere Plattform den Envi-GSF-Service von Harris Geospatial Solutions und bietet darüber dann ihren eigenen Service Vegetation Vitality auf dem Cloudeo Store an.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Gerold Olbrich