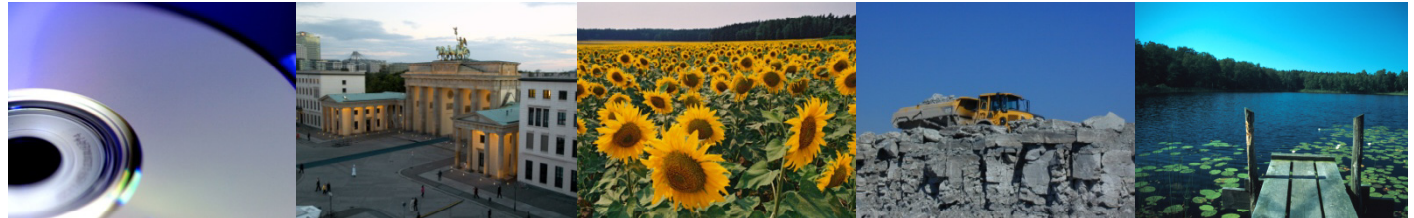




GeoBusiness

AWARD 2010





Die Kommission für Geoinformationswirtschaft

Im Rahmen einer Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie wurden mehrere Milliarden Euro Wertschöpfungspotenzial aus der wirtschaftlichen Nutzung staatlicher Geoinformationen abgeschätzt. Dieses im Moment noch nicht aktivierbare Wirtschaftspotenzial hat die Bundesregierung veranlasst, die Kommission für Geoinformationswirtschaft (kurz GIW-Kommission) einzurichten.

Ziel dieser Wirtschaftskommission ist es, Maßnahmen zu entwickeln, die eine branchenspezifische und regional übergreifende Aktivierung dieses Marktpotenzials ermöglichen.

In Branchen übergreifenden Arbeitsgruppen sollen gemeinschaftlich zwischen Wirtschaft und Behörden Projekte umgesetzt werden, die mittelfristig eine Ausweitung auf die Bundesebene erwarten lassen.

Diese Aufgabe kann nur in sehr enger Kooperation mit dem Lenkungsgremium Geodateninfrastruktur Deutschland (GDI-DE), der Initiative zu einer einheitlichen Geodateninfrastruktur des Bundes, der Länder und der Kommunen erfüllt werden.

Derzeit bilden die Kommissionsmitglieder die deutsche Branchenlandschaft ab: Landwirtschaft, Wasser und Energieversorgung, Rohstoffwirtschaft und Bergbau sowie Erdöl/Erdgas, Werbewirtschaft, Informationswirtschaft, Baustoffindustrie, Handwerk, Versicherungswirtschaft, Finanz- und Immobilienwirtschaft.



Kontakt

Kommission für Geoinformationswirtschaft
- Geschäftsstelle -

an der Bundesanstalt für
Geowissenschaften und Rohstoffe

Stilleweg 2

30655 Hannover

Tel.: +49 (0) 511 643-2997

Fax: +49 (0) 511 643-2995

Mail: Kontakt@GeoBusiness.org

Internet: www.GeoBusiness.org

Der GeoBusiness AWARD

... wird zum 2. Mal von der Kommission für Geoinformationswirtschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie vergeben.

... wird vergeben für

- eine herausragende neue, innovative und eigenständige Geschäftsidee

oder

- einen herausragenden neuen, innovativen bzw. optimierten Geschäftsprozess.

... prämiiert clevere Geschäftsideen aus dem Geobusiness, um so das Bewusstsein für die wirtschaftlichen Chancen und Möglichkeiten, die durch die Nutzung von Geoinformationen entstehen können, in allen Branchen der deutschen Wirtschaft zu stärken und zu fördern.

... ist mit 10.000 Euro dotiert und beinhaltet ein umfangreiches PR-Paket für die drei Finalisten.

Die Jury

... ist unabhängig und setzt sich aus Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammen:

- Dr. Paul Becker, D-GEO, Deutscher Wetterdienst
- Thomas Beißwenger, Industrieverband Steine und Erden Baden-Württemberg e.V.
- Dr. Carsten Benke, Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.
- Prof. Dr.-Ing. Ralf Bill, Universität Rostock
- Joachim Deutschmann, Vereinigung Rohstoffe und Bergbau e.V.
- Ralf Franke, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- Prof. Dr.-Ing. Manfred Ehlers, Universität Osnabrück
- Horst Gotthardt, Runder Tisch GIS e.V.
- Prof. Dr. Klaus Greve, Geographisches Institut der Universität Bonn
- Burkhard Grundmeier, Wirtschaftsverband Erdöl- und Erdgasgewinnung e.V.
- Oliver André Hauner, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
- Dr. Peter A. Hecker, GEOkomm/Verband der GEOInformationswirtschaft Berlin/Brandenburg e.V.
- Ulf Klammer, GeoMV – Verein der Geoinformationswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- Prof. Dr.sc.techn. Dr.-Ing. Horst Lilienblum, Geo-Daten-Infrastruktur Sachsen e.V.



© Uwe Frank KG, verändert.

- Thomas Luckhardt, Lenkungsrgremium Geodateninfrastruktur Deutschland
- Wolf-Dieter Müller, Bundesverband Baustoffe – Steine und Erden e.V.
- Wolfgang Naujokat, Initiative D21 e.V.
- Udo Peth, Deutsche Vereinigung des Gas- und Wasserfaches e.V.
- Dr.-Ing. Norbert Schächter, Vereinigung Rohstoffe und Bergbau e.V.
- Prof. Dr. Matthäus Schilcher, Technische Universität München
- Egon Stabenow, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
- Udo Stichling, Deutscher Dachverband für Geoinformation e.V.
- Rolf Ueberholz, GiN e.V. – Verein zur Förderung der Geoinformatik in Norddeutschland

Der Preisträger des GeoBusiness AWARDS 2009

Im Jahr 2009 hat die Kommission für Geoinformationswirtschaft beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie zum 1. Mal den GeoBusiness AWARD 2009 ausgelobt. Gewinner war die GEOPLEX GmbH. Das junge Start-up Unternehmen aus Osnabrück konnte die Jury mit einer innovativen Verfahrenstechnik zur Ermittlung von Solarenergiepotenzialen überzeugen.

Die Kommission für Geoinformationswirtschaft sprach nach der Preisverleihung mit dem Geschäftsführer der GEOPLEX GmbH Frederik Hilling über den Preis (das ausführliche Interview mit Frederik Hilling im Internet unter www.GeoBusinessAward.org).

Herr Hilling, wie fühlt man sich als Gewinner des GeoBusiness AWARD 2009?

Frederik Hilling: Es ist natürlich ein tolles Gefühl, wenn die geleistete Arbeit in einem so großen und gelungenen Rahmen ausgezeichnet wird. Auch das positive Feedback der prominent besetzten Jury gibt uns eine noch größere Sicherheit mit GEOPLEX auf dem richtigen Weg zu sein. Der Gewinn des GeoBusiness AWARD 2009 ist für GEOPLEX als Unternehmen und natürlich für mich persönlich ein toller Erfolg.

Wie hat sich der Preis auf die tägliche Arbeit von GEOPLEX ausgewirkt?

Frederik Hilling: Nun, ein erster eindeutiger Effekt ist der schöne Pokal in unserem Büro!

Aber natürlich noch viel wichtiger ist die sehr positive Außenwirkung, die der Gewinn des GeoBusiness AWARD mit sich bringt. Diese Marketingeffekte sind in unseren Augen nicht hoch genug zu bewerten und können nur dazu beitragen, GEOPLEX weiter im Markt zu etablieren.

Gab es neue Aufträge für Sie?

Frederik Hilling: GEOPLEX kann glücklicherweise eine sehr positive Bilanz für 2009 aufweisen. Jedoch sind nachweislich viele Kunden und potenzielle Kunden durch den Gewinn des AWARDS auf GEOPLEX aufmerksam geworden, was für uns nur positive Folgen haben kann.

Konnten Sie als Preisträger von der neuen Öffentlichkeit profitieren?

Frederik Hilling: Der Gewinn selber hat zu einer Vielzahl von neuen Presseartikeln und –kontakten geführt und uns insgesamt neue Türen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit geöffnet. Gerade in diesem Bereich profitiert man als Gewinner stark.

Herr Hilling, Sie waren bereits Preisträger, was hat Ihnen der GeoBusiness AWARD bedeutet?

Frederik Hilling: Es ist immer ein tolles Gefühl Preisträger zu sein. Aber der GeoBusiness AWARD hat für mich schon einen ganz besonderen Stellenwert. Nicht nur, weil die GIW-Kommission ein wichtiges Branchenelement ist, sondern auch, weil der AWARD selbst direkt aus der Geoinformatikbranche heraus vergeben wird. Es handelt sich somit um eine fachlich sehr fundiert ausgesprochene Auszeichnung!



© GIW-Kommission; Preisverleihung GeoBusiness AWARD 2009: Dr.-Ing. Norbert Schächter (VRB), Bernd Schuler (Naturpark-Scout Wöhrstein & Partner GbR - Finalist), Jean Warnecke (Konditorei Café Baumann - Finalist), Frederik Hilling (GEOPLEX GmbH - Preisträger), Ernst Burgbacher (Schirmherr der GIW-Kommission und parlamentarischer Staatssekretär, BMWi), Dr. Ludger Arnoldussen (GDV) und Volker Angres (Moderation) - (von links).

gb consite GmbH

Die gb consite GmbH ist Spezialist für innovative Geomarketing-Onlinedienste. Das Team hat seine langjährige Expertise in dem Internet-Service für die Standortanalyse, dem „Online Standortcheck“, gebündelt, welcher Daten und Methoden professioneller Standortanalysen erstmals auch klein- und mittelständischen Unternehmen (kurz KMU) und Existenzgründern zur Verfügung stellt.

In der Regel ist es bislang so, dass der Einsatz von Geomarketing nur im Rahmen hochpreisiger Lösungen und Dienstleistungen möglich ist und die entsprechenden Anwendungen, Daten und Methoden daher vor allem in Großunternehmen bekannt sind. Existenzgründer und KMU sind aufgrund der Kostspieligkeit und Komplexität von Software und Daten vom Geomarketing-Benefit ausgeschlossen. Und das, obwohl gerade bei Existenzgründern die Standortwahl häufig über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Aus dieser Situation heraus leitet sich die Geschäftsidee für das Produkt „Online Standortcheck“ ab:

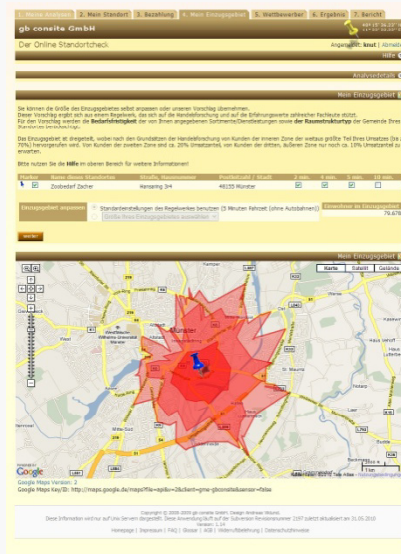
Die Entwicklung eines Internet-Services, der die hochpreisigen Daten und Applikationen des Geomarketing auch KMU und Existenzgründern zur Verfügung stellt und zwar im Ergebnis in Form von objektiven, belastbaren Analysen, die die Tragfähigkeit von Unternehmensstandorten auf den Prüfstand stellen können.

Neben der Verlässlichkeit und Professionalität sollte das Produkt folgende Bedingungen erfüllen:

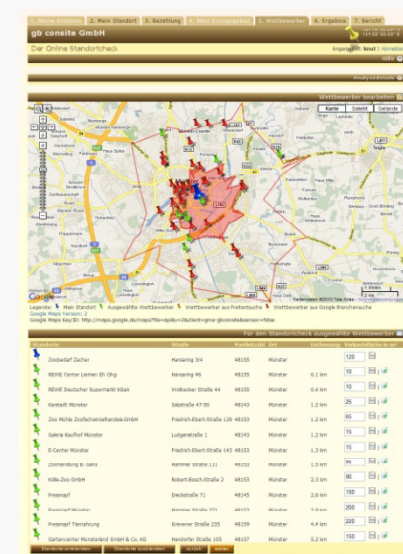
- einfach zu bedienen.
- on Demand.
- und zu gründerfreundlichen Preisen.

Die technische Umsetzung der Geschäftsidee war möglich durch die Kombination innovativer Web 2.0 Technologien mit Web Mapping Diensten (z.B. Google Maps) und einem modernen Datenabrechnungsmodell.

So wurde ein Standortanalyse-Dienst entwickelt, welcher alle bedeutenden Teil-Analysen eines hochwertigen Analyseberichtes umfasst. Der Anwender wird schrittweise durch die Analyse geführt, bis hin zu einem professionellen Ergebnisbericht, der sofort heruntergeladen werden kann. Die Analyse ist in mehreren Ausbaustufen erhältlich, das Komplett-Paket kostet derzeit ca. 270 Euro netto für einen Standort.



© gb consite: Einzugsgebiet des Unternehmens.



© gb consite: Wettbewerber des Unternehmens.

Wer steht hinter gb consite?

Diplom Geograph Malte Geschwinder

- geboren 1967 in Beckum i.W.
- Studium der Geographie an den Universitäten Freiburg und Münster
- 1994 – 2000 IT- und Projektleiter bei Brandenfels Landschaftsplanung, Münster
- 2001 – 2007 Geschäftsleitung terrasel software GmbH, München
- 2007 Gründung der gb consite GmbH, Oberschleißheim
- 2009 Veröffentlichung „Standortcheck“
- 2010 „Gründer des Monats“ bei Financial Times Deutschland
- Hobbys: Familie, Geocaching, Gadgets, Jazz, Ski fahren

Diplom Geograph Knut Büscher

- geboren 1965 in Kaldenkirchen
- Studium der Geographie an der Universität Münster
- 1996 – 1999 Applikationsentwickler, Sales Engineer, ESRI Deutschland GmbH
- 1999 – 2007 Geschäftsleitung terrasel software GmbH, München
- 2007 Gründung der gb consite GmbH, Oberschleißheim
- 2009 Veröffentlichung „Standortcheck“
- Hobbys: Familie, Fotografie, Geocaching, Citroen 2CV

Weitere Mitarbeiter von gb consite:

- Holger Neubauer
- Peter Fischer
- Diplom Ingenieur Christian Seyfert

Kontakt

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim
Tel.: +49 (0) 89 30 90 52 97-0
Fax: +49 (0) 89 30 90 52 97-9
Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



© gb consite: Teamphoto - vorne: Holger Neubauer, Peter Fischer und Dipl.-Ing. Christian Seyfert; hinten stehend: Dip.-Geogr. Malte Geschwinder, Dipl.-Geogr. Knut Büscher.

gb consite im Gespräch...

„Die gb consite GmbH ist Ihr Experte für Standortanalyse und innovatives Online-Geomarketing“, so heißt es auf Ihrer Internetseite. Was bieten Sie Ihren Kunden genau an?

Malte Geschwinder: Wir bieten unseren Kunden vor allem Software und Dienstleistungen im Kontext raumbezogener, vertrieblicher Fragen an. "Innovativ" bedeutet dabei insbesondere: Neue Technik und für neue Zielgruppen.

Unser technisches und fachliches Know-how in diesem Bereich, das wir z.B. in langjähriger Zusammenarbeit mit BMW erwerben konnten, haben wir im letzten Jahr in unserem Produkt "Online Standortcheck" gebündelt.

Unser technischer Baustein "Web Mapping Middleware" erlaubt unseren Kunden die Kosten sparende Implementierung dynamischer Geomarketinganwendungen.

Der Online Standortcheck ist ein zentraler Baustein in Ihrer Arbeit. Was verbirgt sich dahinter?

Malte Geschwinder: Der Online Standortcheck ist eine Web-basierte Anwendung zur Standortanalyse und Standortbewertung z.B. für Existenzgründer, Franchise-Systeme oder Filialisten.

Der Nutzer erhält nach wenigen interaktiven Arbeitsschritten eine professionelle Analyse der wichtigsten harten Standortfaktoren für sein geplantes oder bestehendes Geschäft.

Durch die Implementierung komplexer Methoden wie z.B. einer Laufzeit-Gravitationsmodellierung bietet das Produkt unter anderem auch eine valide Umsatzprognose und damit weit mehr als bisher verfügbare Produkte.

Geomarketing war bisher ein eher hochpreisiges Werkzeug, das oft nur in Großunternehmen zum Einsatz kam. Besonders klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) konnten sich dieses Werkzeug meist nicht leisten. Dabei entscheiden gerade die Informationen über den Standort oftmals über Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens. Das wollten Sie ändern!

Malte Geschwinder: Der besondere Kundennutzen unseres Produktes ist, dass nunmehr jedermann, vom Gründer bis zum Filialisten, auf einfache Weise und preiswert Zugang zu hochwertigen Informationen und Methoden erhält, die es ihm ermöglichen, professionelle Standortanalysen selbst zu erstellen. Möglich wird das durch die Kosten sparende Technologie und das flexible Abrechnungsmodell.

Mit den Ergebnissen können unsere Kunden sich selbst ebenso wie ihre Investoren oder Kreditgeber von der wirtschaftlichen Tragfähigkeit, Belastbarkeit und Nachhaltigkeit ihres Gründungs- oder Expansionsvorhabens überzeugen.

Kostengünstige und professionelle Standortanalysen für KMU. Was kostet die Standortanalyse einem Bäckermeister, der in Hannover einen Backshop errichten möchte?

Malte Geschwinder: Der Bäckermeister kann sich zunächst einmal das zu ihm passende Leistungspaket aussuchen. Entscheidet er sich für das sogenannte Pluspaket, kostet ihn die Analyse knapp 270,- € netto. Die Bezahlung kann er dabei sogar wie beim Online-Shopping direkt vornehmen, sodass er nach wenigen Minuten Bearbeitungszeit den vollständigen Analyse-Bericht herunterladen kann.

Wie zuverlässig sind Ihre Daten? Gibt es eine Garantie dafür?

Malte Geschwinder: Zunächst einmal war es uns sehr wichtig, hochwertige Rohdaten zu nutzen; nur so können wir überhaupt gewährleisten, dass die dann von uns berechneten Ergebnisse valide sind.

Eine Garantie für 100% korrekte Aussagen können wir natürlich nicht geben, da wir mit einem theoretischen Modell operieren.

Wir haben uns aber natürlich z.B. durch Soll-Ist Vergleiche intensiv mit der Kalibrierung dieses Modells beschäftigt. Dadurch können wir heute mit dem Online Standortcheck äußerst zuverlässige Prognosen anbieten. Das bestätigen uns auch unsere verblüfften Kunden immer wieder!

Das sagt die Jury zur gb consite GmbH:



Prof. Dr.-Ing. Ralf Bill



Oliver André Hauner



Wolfgang Naujokat

Gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU) oder Existenzgründer haben es oft schwer, einen geeigneten Standort für das Unternehmen zu finden. Fragen wie:

- wo finde ich neue Kunden?
- wo ist ein geeigneter Standort für mein Unternehmen?
- wo muss ich meine Potenzialausschöpfung verbessern?
- wo verteile ich meine Werbung mit den geringsten Streuverlusten?

lassen sich große Unternehmen inzwischen durch Dienstleister aus dem Geomarketing-Bereich beantworten. Für die KMU waren solche Standortanalysen bisher i.d.R. zu kostspielig. „Aus dieser Situation heraus leitet sich die Geschäftsidee für das Produkt „Online Standortcheck“ ab:

Die Entwicklung eines Internet-Services, der die typischerweise hochpreisigen Daten und Applikationen des Geomarketing auch KMU und Existenzgründern zur Verfügung stellt und zwar im Ergebnis in Form von objektiven, belastbaren Analysen, die die Tragfähigkeit von Unternehmensstandorten auf den Prüfstand stellen können. „Online Standortcheck“ ist leicht zu bedienen, bei Bedarf abrufbar und das zu gründerfreundlichen Preisen.

Für die technische Umsetzung werden innovative Web 2.0-Technologien, ein modernes Datenabrechnungsmodell für die Vielfalt der genutzten Daten, sowie GIS-Funktionalitäten miteinander kombiniert. Amtliche statistische Daten (z.B. Destatis) werden mit mikrogeographischen Daten aus dem Geomarketing z.B.

Kaufkraftinformationen von infas GEOdaten und Luftbilddaten und Karteninformationen (z.B. Bing Maps oder Google Maps) über Web Mapping Dienste in einem komplexen Analyseprozess verschnitten. Vier preislich unterschiedliche Auswertungsvarianten werden den vielfältigen Kundenbedürfnissen gerecht. In der umfassendsten Analysestufe werden viele der oben genannten Fragen beantwortet. Bedarfsgerecht ausgewertet und anschaulich visualisiert gehören hierzu Einzugsgebietsberechnungen, eine Wettbewerbsanalyse, eine Kunden- und Umsatzprognose und eine Infrastruktur- und Frequenzbringer-Analyse.

Damit ist das kleine Unternehmen oder der Existenzgründer gut vorbereitet für das erste Finanzierungsgespräch bei der Bank. Genau im Sinne des GeoBusiness AWARDS!



© 3D RealityMaps: Chiemgauer Alpen



Kontakt

3D RealityMaps GmbH

Isarstraße 3

82065 Baierbrunn

Tel.: +49 (0) 89 74 84 94 54

Fax: +49 (0) 89 74 84 94 55

Mail: info@realitymaps.de

Internet: www.realitymaps.de

3D RealityMaps GmbH

Der lang ersehnte Urlaub steht bevor. Wäre es nicht schön, wenn man sich die schönsten Landschaften direkt am Computerbildschirm in perfektem Realismus ansehen könnte, den Urlaubsort und das Hotel in 3D aus der Luft in größtem Detail betrachten, alle Informationen im räumlichen Kontext zur Hand hätte und mit wenigen Maus-Klicks gleich eine Wandertour und die passende Unterkunft aussuchen könnte? Die 3D RealityMaps GmbH macht dies jetzt möglich.

Die 3D RealityMaps GmbH hat in enger Kooperation mit dem DLR-Institut für Robotik und Mechatronik ein Verfahren entwickelt, mit dem hochaufgelöste Luftbilder zu dreidimensionalen, fotorealistischen Landschaften im Internet aufbereitet werden, die vom Internetnutzer kostenfrei für eine optimierte Urlaubsplanung genutzt werden können. Die 3D RealityMaps sind ein Premium-Angebot im Bereich der digitalen 3D Kartographie. Durch Nutzung von Geo-Daten der öffentlichen Hand ist eine hohe Aktualität gewährleistet.

Zielmarkt ist eine der größten Tourismusregionen der Welt - der alpenländische Raum mit 120 Millionen Feriengästen und ca. 500 Millionen Übernachtungen pro Jahr. Auf Seiten der Tourismusregionen und Fremdenverkehrsämter besteht für solche Anwendungen

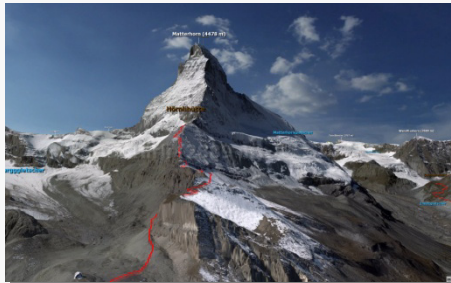
großer Bedarf, um sich zeitgemäß und besser präsentieren zu können, denn immer mehr Menschen informieren sich schon vor dem Urlaub über das avisierte Reiseziel online. Eine aktuelle Statistik besagt, dass 84 % aller Reisenden ihren Urlaub vorab im Internet planen (Bitkom/VIR Studie 2009).

Die 3D RealityMaps sind einzigartig: im Vergleich zu Google Earth und Microsoft Bing Maps bietet die Lösung in 3D eine 1000-fach höhere Auflösung und damit erstmalig einen kaum von der Realität unterscheidbaren Fotorealismus. Der Nutzer erhält am heimischen Computer eine perfekte Darstellung der Landschaft in 3D und findet alle wichtigen Informationen zur Planung des Urlaubs im räumlichen Kontext vereint. Mit nur einem Maus-Klick ist das Wellness-Hotel mit Bergblick gefunden und gebucht, mit zwei weiteren Klicks ist der Mountainbikeverleih gefunden und das passende Sportgerät reserviert. Es geht um Vorfreude – und die ist ja bekanntlich am schönsten! Diese ist garantiert, wenn der Besucher der Website einer Alpenregion den Ort und das Freizeitangebot selbst erkundet! Es macht Spaß zu entdecken was eine Region zu bieten hat: Berggipfel und Wanderwege, Liftanlagen und im Winter Abfahrts- und Langlaufpisten.

Wer steht hinter der 3D RealityMaps GmbH?

Prof. Dr. Florian Siegert

- geboren 1957 in St. Gallen
- Studium der Biologie an der Ludwig-Maximilian-Universität, München
- 1992 Promotion
- 1996 Habilitation
- 1999 Gründung der Remote Sensing Solution GmbH
- seit 1999 Geschäftsführer der Remote Sensing Solution GmbH
- seit 2003 Professor an der Ludwig-Maximilians Universität München Department II der Biologie
- seit 2009 Geschäftsführer der 3D RealityMaps GmbH
- Hobbys: Ski fahren, Bergsteigen, Tennis



© 3D RealityMaps: Zermatt Matterhorn

Der Geschäftsführer Prof. Dr. Florian Siegert im Gespräch...

3D RealityMaps – das bedeutet faszinierende Bilder von Landschaften in perfektem Realismus. Wie sind Sie auf die Idee gekommen unternehmerisch in diesem Bereich tätig zu werden?

Prof. Dr. Florian Siegert: Unser Ziel ist es Landschaften und Städte absolut realistisch im Internet darzustellen und sie in Bereichen wie Tourismus oder Immobilienvertrieb kommerziell einzusetzen. Die Idee zu den 3D RealityMaps entstand im Laufe einer Kooperation mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) im Rahmen der Nutzung einer Spezialkamera für die Marsexploration (HRSC). Was für die Weltraumforschung gut ist, sollte für die Menschen auf der Erde auch nützlich sein!

Die Idee ist nicht neu. Worin unterscheiden Sie sich von anderen Anbietern? Und was ist das Besondere an Ihrer Geschäftsidee?

Prof. Dr. Florian Siegert: Die Qualität der 3D-Karten ist einzigartig: die 3D RealityMaps haben eine 1000-fach höhere Auflösung des Geländemodells als z.B. Google Earth und bieten damit einen von der Realität kaum unterscheidbaren Fotorealismus. Der Nutzer erhält am Computer eine perfekte Darstellung von herausragenden Tourismusregionen oder Städten in 3D und hat alle wichtigen Informationen zur Hand.

„3D“ – die neue Zukunft?

Prof. Dr. Florian Siegert: Die Faszination am Thema „3D“ hat gerade in den letzten Monaten gewaltig zugenommen, nicht zuletzt durch zahlreiche Hollywood-Produktionen. Der Konsument will die Welt dreidimensional und noch realistischer, um sich ein genaues Bild machen zu können.

Wer nutzt Ihre Daten? Privatkunden oder gewerbliche Kunden?

Prof. Dr. Florian Siegert: Zielmarkt ist der alpenländische Raum mit 120 Millionen Feriengästen und ca. 500 Millionen Übernachtungen pro Jahr. Auf Seiten der Tourismusregionen und Fremdenverkehrsämter besteht für solche Anwendungen großer Bedarf, um sich innovativ und informativ zu präsentieren. Endnutzer ist der Urlaubsgast, der einfach und kostenlos im Internet auf die Geoinformationen zugreifen kann.

Welche Möglichkeiten bieten die Bilder? Haben Sie schon weitere Ideen entwickelt, zur Nutzung der Bilder?

Prof. Dr. Florian Siegert: Hoch aufgelöste 3D Daten im Bereich von 10-30 cm sind für eine Vielzahl von Anwendungen interessant: für Planungsaufgaben im Katastrophenschutz wie Hochwasser und Lawinenverbauung, für Sicherheitsanwendungen, zur Erfassung von Dachflächen

Das Interview

für die Solarenergienutzung und ganz allgemein für die Navigation. 3D RealityMaps hat eine Spezialsoftware entwickelt, die es erlaubt, diese großen Datenmengen effizient in 3D darzustellen und zu analysieren.

Viele Ihrer Kunden kommen aus dem Alpenraum. Wollen Sie zukünftig auch andere Regionen mit Ihren Bildern erobern?

Prof. Dr. Florian Siegert: Immer mehr Menschen interessieren sich für Outdoor-Aktivitäten und wo kann man diese besser ausleben als in den Alpen. Wir sehen auf jeden Fall ein steigendes Interesse, auch bei vielen, die nicht die Berge direkt vor der Haustür haben. Als nächstes werden wir uns

Küstenregionen und Inseln im Mittelmeerraum vornehmen.

Wie finanziert sich Ihr Projekt? Was kostet es Ihre Plattform zu nutzen?

Prof. Dr. Florian Siegert: Die Projekte finanzieren sich durch unsere Auftraggeber. Hier zählen wir bereits Urlaubsregionen in Deutschland, Österreich und Italien zu unserem Kundenkreis. Wir erhalten auch öffentliche Fördermittel für die Weiterentwicklung der Technologie. Die Herstellungskosten sind abhängig von der Größe der Region und den geforderten Inhalten. Für den Internetnutzer sind die 3D RealityMaps kostenlos.

Welche Geoinformationen verarbeiten Sie?

Prof. Dr. Florian Siegert: Mittlerweile wurden die Verfahren soweit verbessert, dass es nun auch möglich ist die Luftbilder kommerzieller digitaler Kameras zu verwenden. Diese Daten werden zunehmend auch von öffentlichen Verwaltungen wie den Landesvermessungsämtern angeboten, so dass eine flächendeckende Datenverfügbarkeit kein Problem mehr ist.



© 3D RealityMaps: Das Team aus München – von links: Imelda Hausmann, Martina Horijs, Prof. Dr. Florian Siegert, Christian Lotter, Keith Peterson, Dr. Jonas Franke, Iris Tonak.



© 3D RealityMaps: Das Team aus Potsdam – von links: Michael Przybiski, Wolfgang Braunsch, Regin Lippold, Volker Ballhausen.

Das sagt die Jury zur 3D RealityMaps GmbH:



Dr. Peter A. Hecker



Thomas Luckhardt



Dr.-Ing. Norbert Schächter

Eine Urlaubsregion stellt sich vor, am besten im Internet und mit hochgenauen Bildern in 3D. Die zukünftigen Gäste können sich bereits Zuhause den Urlaubsort, das Hotel oder sogar den Wanderweg genau anschauen. Virtuelle Welten, reale Einsatzgebiete – so stellt sich das Ergebnis der Softwarelösung der 3D RealityMaps GmbH in einzigartiger Qualität der fotorealistischen Bilder und höchster Funktionalität und Effizienz dar. Die Nachfrage nach solchen Lösungen, die nicht nur die zweidimensionale Kartendarstellung, sondern auch die räumliche Dimension einbeziehen, steigt ständig und wird - dank der rasanten Entwicklungen der entsprechenden leicht tragbaren Lesegeräte – bald aus keinem Einsatzbereich mehr wegzudenken sein.

Gemeinsam mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) wurde hier ein Verfahren entwickelt, das es dem Nutzer ermöglicht, in einer kaum von der Realität unterscheidbaren Darstellung seine Landschaften und Sehenswürdigkeiten werbewirksam zu präsentieren. Die Erfahrung aus einer Vielzahl von Forschungsprojekten kommt dem Team um Prof. Dr. Florian Siegert zugute. Das Tool ist letztlich sogar auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet: Die Werbestrategen der Urlaubsregionen und die Anbieter von Ferienunterkünften einerseits, sowie die Touristen, die man anziehen möchte, andererseits. Die Jury meint: Ein Produkt mit innovativer Eigenständigkeit, das eine klare Ausrichtung hinsichtlich Bedarf der Zielgruppen und Geschäftsmodell-Orientierung aufweist.

„Die Faszination am Thema „3D“ hat gerade in den letzten Monaten gewaltig zugenommen, nicht zuletzt durch zahlreiche Hollywood-Produktionen.“

Prof. Dr. Florian Siegert



© 3D RealityMaps: Stubaier: Gesamtansicht Skigebiet.

opinio GdbR

Die interdisziplinäre Initiative der beiden Unternehmen „opinio Gesellschaft für Bildungssysteme und Kommunikation (GdbR)“ sowie „media project creative network GmbH“ und des Galileo-Schülerprojektes des Marie Curie-Gymnasiums Dresden garantiert die technische Umsetzung und Vermarktung einer bisher einmaligen besonders zukunftsorientierten Art der Stadtführung. In dem fächerübergreifenden, außerunterrichtlichen und von der Wirtschaft begleiteten Projekt „Wir zeigen euch Dresden“ wurden mehrere audiovisuelle und GPS-gestützte Stadtrundgänge für Rollstuhlfahrer, Familien, Touristen und eilige Gäste zur Weiterentwicklung des Tourismus in der Stadt Dresden erarbeitet.

Auf einem „kinderleicht“ zu bedienendem PDA-Gerät mit GPS-Funktion hat der Besucher allein oder in einer kleinen Gruppe die Möglichkeit, bis zu 34 besondere Sehenswürdigkeiten der historischen Innenstadt Dresdens völlig unabhängig von kommerziell angebotenen Führungen und deren Zeiten und Routen zu entdecken.

Die eigenen Fotos und von den Schülern selbst geschriebenen und gesprochenen Texte erscheinen automatisch vor der Station.

Das Stadtmuseum Dresden bestätigte in seiner Begutachtung, dass es eine spritzige und lebendige Stadtführung ist.



© opinio GdbR: Die Galileo-Projektgruppe stellt sich vor.

Rollstuhlfahrern werden mehrere barrierefreie Routen angeboten. Alle Gäste können sich entlang einer vorgegebenen Strecke oder auch in einer selbst bestimmten Reihenfolge zu den Stationen begeben. Sie erkennen in der historischen Innenstadt auf der eingespielten Karte stets ihren Standort.

Es können die auf der Karte eingetragenen Standorte, behindertengerechte Eingänge zu

Museen, Behindertenparkplätze, Behindertentoiletten und die barrierefreien Haltestellen der Dresdner Verkehrsbetriebe aufgerufen werden.

Dieser Stadtrundgang aus dem Blickwinkel von Schülern, verknüpft mit satellitengestützter Navigation ist eine Neuheit, die besonders für das individuelle Erleben des Flairs von Dresden geeignet ist.

Wer steht hinter der Projektidee?

Das Galileo-Schülerprojekt des Marie-Curie Gymnasiums Dresden mit den Schülern:

- Jana Frenzel, Klasse 8
- Annalena Reich, Klasse 8
- Ingrun Zoerner, Klasse 8
- Sophie Girlich, Klasse 8
- Antonia Grässler, Klasse 8
- Rami Schönherr, Klasse 8
- Julius Woldt, Klasse 8
- Max Frenzel, Klasse 11
- Jonas Hofmann, Klasse 11
- Justus Woldt, Klasse 5

in Zusammenarbeit mit den beiden Unternehmen:

opinio Gesellschaft für Bildungssysteme und Kommunikation GdbR

- Studienrat Bernd Wolf
Geschäftsführender Gesellschafter

media project creative network GmbH

- Uwe Sroka
Geschäftsführer

Die Projektleitung für das Projekt haben

- Anita Wolf – Diplomfachlehrerin für Mathematik und Physik
und
- Marcus Roßbach – Student an der Technischen Universität Dresden

übernommen.

opinio

Gesellschaft für Bildungssysteme
und Kommunikation (GdbR)

Kontakt

opinio - Gesellschaft für Bildungssysteme
und Kommunikation GdbR

Enderstraße 59

01277 Dresden

Tel.: +49 (0) 351 2 50 28 91

Mail: info@opinio-bildung.de

Internet: www.opinio-bildung.de



© opinio GdbR: Die Empfangskreise werden abgestimmt.

Die Schüler der Projektgruppe im Gespräch...

Herzlichen Glückwunsch zu Eurer Nominierung zum GeoBusiness AWARD 2010! Was sagt Ihr dazu?

Die Schüler: Wir freuen uns riesig, dass unsere Ideen nicht nur in der Schule, sondern auch in der Wirtschaft gewürdigt werden.

Wie seid Ihr auf die Idee gekommen, Euch für das Thema „Stadtführungen in Dresden“ zu engagieren?

Die Schüler: Unser Marie-Curie-Gymnasium befindet sich im Stadtzentrum von Dresden. Auf dem Nachhauseweg können wir häufig geführte Touristengruppen beobachten. Ganz selten sind Rollstuhlfahrer, Familien mit Kindern oder Gehbehinderte dabei und wenn, dann rollen sie hinterher und suchen nach abgesenkten Bordsteinkanten oder sie schaffen das vorgegebene Tempo nicht.

Barrierefreiheit spielt heute eine große Rolle im Tourismus. Ihr habt erkannt, dass es z.B. Rollstuhlfahrer sehr schwer haben, sich in Dresden zurecht zu finden, da viele Wege nicht barrierefreundlich sind...

Die Schüler: Ja, wir wollen, dass auch die Menschen, die ein Handicap haben, Dresden als weltoffene Stadt erleben und nicht ständig auf der Suche nach einem geeigneten Weg zur Semperoper die Augen auf den holprigen Fußweg richten müssen. Wir zeigen Ihnen auch, wo sich der Behinderteneingang befindet.

Mit unserem Programm auf dem kinderleicht zu bedienenden PDA-Gerät oder dem Handy genießt man Dresden barrierefrei. Langweilig wird es auch nicht, weil wir die Texte zu den 34 Stationen selbst aufgeschrieben und gesprochen haben. Verlaufen kann man sich wegen der GPS-Funktion nicht. Und eine wichtige Erkenntnis haben wir auch gewonnen: „Was für Behinderte geeignet ist, ist auch für andere super.“

Eine Idee zu haben ist eine Sache; diese auch in die Praxis umzusetzen, ist schon schwieriger. Wer hat Euch bei Eurem Vorhaben unterstützt?

Die Schüler: Wir haben uns gemeinsam mit Behinderten überlegt, welche Anforderungen zu beachten sind. Ihre Hinweise mussten wir sortieren und so in ein Programm bringen, dass es logisch und übersichtlich auf einer Karte darstellbar wurde. Zur Umsetzung brauchten wir Partner in der Wirtschaft. Seit 2003 unterstützt uns opinio in der Projektarbeit. Die Firma media project hilft uns bei der technischen Umsetzung unserer Wünsche. Die Historiker des Stadtmuseums Dresden sahen sich unsere Texte an und fanden sie sogar professionell.

Wenn ich nun nach Dresden komme und Eure Stadtführung buchen möchte - an wen muss ich mich wenden?

Die Schüler: Unter www.galileo-dresden.de können Sie sich über uns informieren. Möchten Sie Kontakt zu uns aufnehmen,



© opinio GbR: Max überprüft den GPS-Empfang

funktioniert es über kontakt@galileo-dresden.de. Ab Herbst 2010 werden wir uns bemühen, die Geräte an interessierte Dresdner Hotels zu verkaufen. Damit könnten sich die Gäste die Geräte an der Rezeption ausleihen. So ist unsere Idee. Aber jetzt merken wir, dass wir uns noch Wissen aneignen müssen, um gute Produkte auch erfolgreich zu verkaufen.

Was kommt als nächstes? Habt Ihr schon überlegt, Eure Projektidee anderen Städten anzubieten? Die Probleme gibt es sicherlich auch dort!

Die Schüler: Als nächstes richten wir uns nach den Wünschen unserer Kunden. Es kann sein, dass wir die Texte ins Russische, Chinesische oder Tschechische übersetzen.

Wir können zum Beispiel Gaststätten, Hotels, Einkaufszentren und den Weg dahin eintragen. Eine Schülerprojektgruppe aus Rostock hat zu uns Kontakt aufgenommen. Sie möchten Ähnliches für den Zoo in Rostock und Warnemünde gestalten.

Das sagt die Jury zur opinio GdbR:



Dr. Carsten Benke



Burkhard Grundmeier



Prof. Dr.sc.techn. Dr.-Ing.
Horst Lilienblum

Serviceorientierte Nutzung von Geodaten, Geschichts- und Physikunterricht im Gymnasium, Kunst, Sehenswürdigkeiten und Stadtgeschichte, sowie Ansprüche von Touristen mit oder ohne Handicap, führten zu einer verbindenden, sozial ausgewogenen Geschäftsidee mit schöpferischer Einbeziehung von Schülern, dem barrierefreien Stadtrundgang.

Das Projekt ist beispielgebend für die Zusammenarbeit von Geoinformationswirtschaft und Schulen.

Besonders positiv sind Beschäftigung und Auseinandersetzungen der Jugend mit kulturellen Werten von Städten und Gemeinden, sowie deren gezielte Nutzung und Bewahrung. Die Ideensuche von Wissenschaftlern und Managern für schöpferische Anwendungen des im Aufbau befindlichen europäischen Satellitensystems

Galileo fiel im Dresdner Marie-Curie-Gymnasium auf fruchtbaren Boden. Die Schüler formulierten ihr Ziel:

Satellitengestützte flexible Stadtführungen unter besonderer Berücksichtigung von Behinderten im Rollstuhl per Handy.

Die nötige Verbindung zu Fachberatern und Unternehmen der Hotel- und Touristikbranche bestand seit der Bildung der Projektgruppe "Galileo". Die unternehmerische Leitung und Betreuung ist bei der bildungsorientierten Gesellschaft opinio GdbR mit ihren Partnern in verantwortlichen Händen. Die Auswahl und Entwicklung von Hard- und Softwarekomponenten wurde professionell gelöst. Die Erkundung stufenfreier Wege und Zugänge zu städtischen Sehenswürdigkeiten mit kinder- und rollstuhlgerechten Strecken, Haltestellen, Parkplätzen und Toiletten waren vorgegebene Kriterien.

Für sichere und informative Wege fanden jeweilige Perspektiven für Objektansichten Berücksichtigung. Stadtgeschichtlich gut aufbereitete und optimal angepasste frei wählbare Routen gestatten dem Nutzer die Auswahl nach individuellen Wünschen mit zeitlichen oder räumlichen Vorgaben. Der Besucher wird nach diesen Anforderungen auf optimalen Wegabschnitten mit sichtbarer Karte geführt und erhält punktgenau Sprach- und Bildinformationen zu den einzelnen Sehenswürdigkeiten. Auf hohem Niveau sind dabei fachlich und historisch wertvolle eigene Texte und Spracheingaben. Satellitengestützte Ortung und Navigation ermöglichen die vollautomatische, touristisch anspruchsvolle Führung. Koordinatenmäßig festgelegte Wegpunkte mit individuell eingestellten Fangkreisen lösen bei Annäherung an die Befehlspunkte gespeicherte Sprachsignale und Bildanzeigen aus.

Mit diesem Projekt sind Art, Nutzung und wirtschaftliche Bedeutung von Geodaten wunderbar einfach und für jeden nachvollziehbar erklärbar. In hervorragender Weise werden geschäftliche Interessen der beteiligten Firmen mit aktuellen Bildungsaufgaben Jugendlicher verbunden. Einblicke in Aktivitäten der Geoinformationswirtschaft fördern schöpferische Auseinandersetzungen mit Schlüsseltechnologien, Unternehmertum und dem Wirtschaftspotenzial Geodaten der künftigen Informationsgesellschaft.

Impressum

Herausgeber:

Kommission für Geoinformationswirtschaft
- Geschäftsstelle -
an der Bundesanstalt für
Geowissenschaften und Rohstoffe
Stilleweg 2
30655 Hannover

Tel.: +49 (0) 511 643-2997

Fax: +49 (0) 511 643-2995

E-Mail: Kontakt@GeoBusiness.org

Internet: www.GeoBusiness.org

Redaktion:

Kommission für Geoinformationswirtschaft
- Geschäftsstelle -
Andrea Satli, Dr. Jörg Reichling

Layout:

Kommission für Geoinformationswirtschaft
- Geschäftsstelle -
Andrea Satli

Druck:

Druckhaus Pinkvoss GmbH
Landwehrstraße 85
30519 Hannover
www.druckhaus-pinkvoss.de

Stand: November 2010

Fotos

Copyright/Titelbilder:

CD:

Urheberrechtlich geschützt für © BGR/LBEG

Brandenburger Tor:

IVBB/IVBV - Bilddatenbank der Bundesverwaltung

Sonnenblumenfeld:

IVBB/IVBV - Bilddatenbank der Bundesverwaltung

Laster:

iStockphoto.com/BryanReese

See:

Urheberrechtlich geschützt für © BGR/LBEG

Copyright/Innenseiten:

Siehe Urhebervermerke neben den Fotos

