
Beitrag: **Geschäfts- und Verrechnungsmodelle für Geo Web Services**

Autor: **Peter Oefinger**

Institution: MICUS Management Consulting GmbH

Position Projektmanager

Adresse: Stadttor 1, 40219 Düsseldorf

e-Mail: oefinger@micus.de

Tel.: 0211 300 34 20

Zusammenfassung des Vortrags

Die technische Entwicklung von Geodateninfrastrukturen wird derzeit massiv vorangetrieben. Doch nicht nur aus technischer sondern auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht stellt ein solches Vorhaben in vielen Bereichen Neuland dar: Insbesondere existieren bisher keine Modelle, wie die Verrechnung zwischen den beteiligten vernetzten Webservices einer GDI erfolgen soll. Solange diese Frage jedoch nicht geklärt ist, wird es nicht möglich sein, eine wirtschaftlich tragfähige GDI, in der verschiedene Anbieter von Daten und Diensten zusammenwirken, aufzubauen. Welche Voraussetzungen dafür geschaffen werden müssen, wird im Vortrag aufgezeigt:

1. Produkte entwickeln

Die Produktbildung muss einem nachfrageorientierten Ansatz folgen. Die Produktdefinition aus technischer Sicht (z.B. WMS, WFS) reicht dabei nicht aus. Sie muss vielmehr aus Kundenperspektive erfolgen – hier ist der erzielbare Nutzen entscheidend. Dabei empfiehlt sich die Differenzierung in drei Produktkategorien: Auskunft, Daten, Lösungen. Um den Verwaltungsaufwand bei vernetzten Services innerhalb einer GDI zu minimieren, empfiehlt es sich außerdem, Produktbündel und Standardprodukte zu definieren. Die Produktbildung stellt eine wesentliche Grundlage für die Entwicklung von Preis-, Verrechnungs-, und Geschäftsmodellen dar.

2. Preismodelle

Hier gilt: Die Abrechnung gegenüber dem Endkunden erfolgt unabhängig von der Verrechnung zwischen den Services. Grundlage für die Abrechnung sind geeignete Preismodelle. Da sich das Nachfrageverhalten der Kunden im Hinblick auf die drei Produktkategorien wesentlich unterscheidet, sind auch jeweils unterschiedliche Preismodelle zu realisieren, z.B.:

Auskunft: Grundpreis „pro Click“

Daten: Pixel, Punkte oder Objekte

Lösungen: individuell für die jeweilige Lösung zu entwickeln

Ziel sollte es sein, möglichst einfache und nachfragegerechte Preismodelle zu entwickeln – dies wird in vielen Fällen eine Abkehr von bestehenden Gebührenstrukturen erfordern.

3. Verrechnungsmodell

Für die Verrechnung der Erlöse zwischen den beteiligten Services empfiehlt sich die Bildung geeigneter Verrechnungspreise. Dies stellt eine zentrale Herausforderung sowohl für die öffentliche Verwaltung als auch für Unternehmen dar: “Es gibt wahrscheinlich kein einziges Problem des Controlling, das mehr Managementzeit und Energie in dezentralisierten Unternehmen benötigt, als akzeptable Verrechnungspreise festzulegen. Die verausgabte Energie für diesen Bereich ist weit höher als etwa für die Preisfestlegung für Produkte, die am Markt verkauft werden.” Welchen Anforderungen ein solches Verrechnungsmodell genügen muss, wird im Vortrag aufgezeigt.

4. Geschäftsmodell

Es wird deutlich, dass neben der technischen Realisierung der entsprechenden Komponenten zunächst die geeigneten organisatorischen Voraussetzungen geschaffen werden müssen. Dazu sind neue Funktionen zu realisieren, z.B. Verrechnungsstelle, Clearingstelle, Billing/ Payment. Um ein solches System nachhaltig wirtschaftlich betreiben zu können, ist die Zusammenarbeit mit Partnern erforderlich: Content-Partner, Technik-Partner, Business-Partner. Dies erfordert die Zusammenarbeit von öffentlicher Verwaltung und privater Wirtschaft: So verfügen Private Dienstleister bereits heute über entsprechendes Know-how und geeignete Geschäftsmodelle; in Kombination mit öffentlichen Geodaten kann so erheblicher Mehrwert für die Nutzer geschaffen werden. Der Vortrag zeigt auf, wie dabei konsequent die Möglichkeiten des Internets ausgeschöpft werden können.

Auf diese Weise wird eine offene erweiterbare Struktur realisiert, mit der die geeigneten Voraussetzungen zur Entwicklung des Geodatenmarktes geschaffen werden können. Mit der Umsetzung des Modells besteht damit die Chance, Geodateninfrastrukturen nicht nur technisch lauffähig zu machen sondern diese auch wirtschaftlich zum Erfolg zu führen.

Weitere Informationen / Downloads: www.micus.de