

# Der unheimliche Googleator

Nicht herbeigeredete filigrane Nutzeranforderungen und sensible Bedenkenträger werden uns knechten, sondern ungleich unscheinbare Wesen, deren Herzen in unverständlichen Algorithmen schlagen: Suchmaschinen, allen voran die Mutter aller Netzordnung: Google.

Harmlos angetan mit dem Kleidchen Unschuld hat sie Einzug in unser Allerheiligstes gehalten, in die Vermessungsverwaltung als Gralshüterin amtlicher Luftbildaufnahmen und Karten. Seit wenigen Wochen begeistert Google-Earth den Internetnutzer weltweit. Vom Schreibtisch aus gewährt eine kleine Software atemberaubende Blicke in die entlegensten Orte der Welt. Die ganze Erde liegt in den Mauhänden des Betrachters. Zwar existiert die Photo- und Kartenwelt außerhalb der Vereinigten Staaten für Google noch nicht wirklich, aber das ist nur eine Frage der (kurzen) Zeit.

Die Geo-Voyeure werden sich fragen, wo denn eigentlich die Geobasisinformationen der Vermessungsverwaltungen sind und brauchen wir sie überhaupt noch. Google und andere Suchmaschinen nutzen die Daten von großen international tätigen Anbietern, die wiederum unsere Bestände als Basisgrundlage erwerben und somit das Ausgangsmaterial für Wertschöpfungsketten bilden. So weit, so gut, aber noch kein Grund, beruhigt weiter zu machen wie bisher.

Der anonymen Kraft solcher Suchmaschinen können wir nicht aus dem Weg gehen, wir müssen die damit verbundenen Chancen nutzen. So können kostenlose Viewer-Komponenten das Kundenverhalten ändern, weil unsere Daten „kommunikativer“ werden. Zu Recht sagt Reinhard Klöppel, Vorsitzender der AdV, in seinem nachfolgend abgedruckten Vortrag, dass einige unserer besten Kunden allmählich an der „Verbeamtung der Geodaten“ verzweifeln, weil es innerhalb von 16 Länderverwaltungen immer irgendwo einen Bedenkenträger gibt, der für jede Lösung die passende Schwierigkeit findet. Das unheimlich heimelige Google könnte durch seine Macht des Faktischen helfen, unsere Defizite bei der Erschließung des Wertschöpfungspotentials abzubauen.

Der spaßige Zeitvertreib mit der digitalen Weltanschauung ist auch bei den Internetanbietern dann zu Ende, wenn es um ein kostenpflichtiges Bilddownload geht. Hier lässt die Qualität zu wünschen übrig, aber was interessiert das den Anbieter, wenn er nach Friedrich Schiller in der Einfachheit ein Resultat der Reife (und des Erfolgs) sieht.

*Heinrich Tilly*