

Open Data im Geomarketing

Verfügbarkeit und Einsatzzwecke

Allgemeine Informationen

Open Data sind laut dem Open Data Handbook Daten, „die von [jedem] frei benutzt, weiterverwendet und geteilt werden können – die einzige Einschränkung betrifft die Verpflichtung zur Nennung des Urhebers.“ Damit offene Daten frei benutzt und verwendet werden können, müssen sie die 10 Prinzipien der Sunlight-Foundation wie z.B: die Maschinenlesbarkeit oder Vollständigkeit erfüllen. Des Weiteren sollten offene Daten immer in offenen maschinenlesbaren Formaten vorliegen und mit einer offenen Lizenz lizenziert sein. Dadurch wird die barrierefreie Nutzung und Verarbeitung der Daten unterstützt und kein potentieller Nutzer ausgeschlossen.

	Daten sind im Web (unabhängig vom Format) ohne offene Lizenz verfügbar
★	Daten sind im Web (unabhängig vom Format) mit offener Lizenz verfügbar
★★	Daten sind in strukturiertem Format (z.B. Excel) verfügbar
★★★	Daten sind in strukturiertem, nicht proprietärem Format (z.B. CSV statt Excel) verfügbar
★★★★	Verwendung eindeutiger URLs, so dass Datensätze verlinkt werden können
★★★★★	Verlinkung eigener Daten mit anderen Daten, um Kontext herzustellen

Tabelle 1: 5-Sterne-Modell von Tim Berners-Lee

Die Qualität von offenen Daten hängt von den drei Faktoren Maschinenlesbarkeit, Lizenzierung und Nutzungskosten ab. Denn erst die Maschinenlesbarkeit ermöglicht eine einfache, automatisierte Verarbeitung, eine offene Lizenz erlaubt die Bearbeitung der Daten und Nutzungskosten sollten nicht entstehen, um keinen Nutzer auszuschließen. In Tabelle 1 ist das 5-Sterne-Modell von Tim Berners-Lee dargestellt, welches einem ermöglicht Open Data in Bezug auf ihre Offenheit zu klassifizieren. Demnach sind Daten erst dann vollständig offen, wenn diese miteinander verknüpft und in Beziehung gesetzt werden.

Die Open Data Bewegung fordert, dass alle (Regierungs- und Verwaltungs-) Daten geöffnet werden, jedoch nur, wenn diese keine personenbezogenen oder sicherheitsrelevanten Daten beinhalten.

Einsatzzwecke von Open Data im Geomarketing

Offene Daten können im Geomarketing für unterschiedlichste Zwecke und Analysen genutzt werden bspw. zur Gebiets- oder Zielgruppenanalyse. Außerdem entstehen durch sie ganz neue Möglichkeiten, weil Daten, die vorher nicht zugänglich waren oder gekauft werden mussten, nun genutzt und verarbeitet werden können. Dabei muss nicht nur die Qualität, sondern auch die Korrektheit der Daten stimmen. Das dies mit den bereits vorhandenen Datenportalen mit etwas Aufwand möglich ist, wurde durch das selbstständige Erstellen einer Geomarketingkarte bestätigt.

Zustand von Open Data in Deutschland

Damit die aktuelle Situation von Open Data in Deutschland bewertet werden konnte, wurde ebenfalls das Datenportal GovData beurteilt. Demnach ist Deutschland in Sachen Open Data eher ein Nachzügler, bemüht sich jedoch die Anforderungen schnell und effizient umzusetzen. Insgesamt braucht der Open Data Ansatz in Deutschland mehr Zeit und Engagement, sodass die Chancen und Vorteile mit der Zeit auch für jeden spürbar sind.

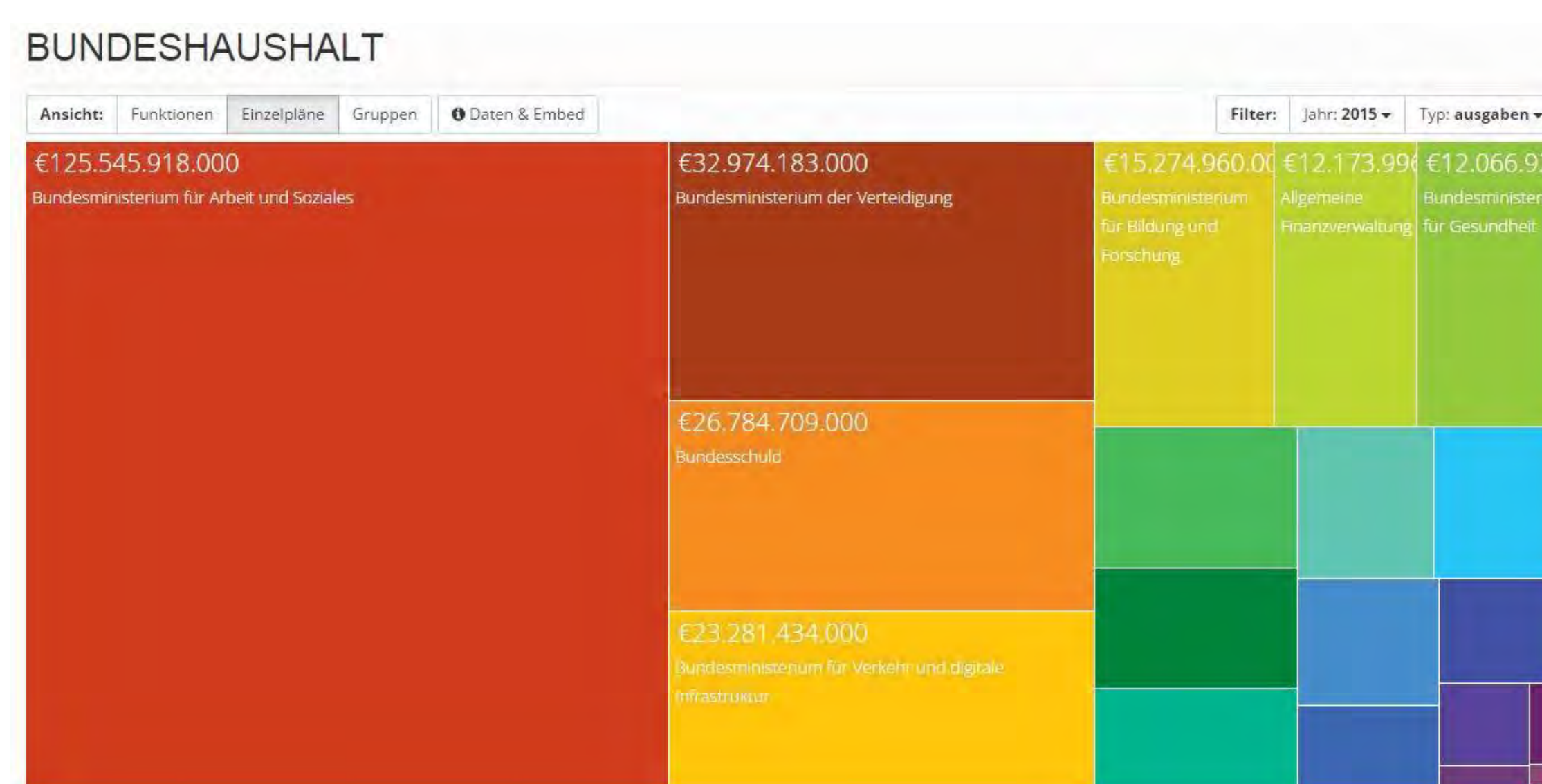


Abbildung 2: Open Data Website „Offener Haushalt“

In Abbildung 2 ist eines der zahlreichen Open Data Projekte zu sehen. Die Website „Offener Haushalt“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Bürgern auf einfache und verständliche Weise mitzuteilen wie die Regierung mit Steuergeldern umgeht. Projekte wie dieses werden uns dabei unterstützen Transparenz, Partizipation, Kollaboration und Innovation in Zukunft weiter auszubauen und zu fördern.