

Geschäftsmodellentwicklung

Um ein Fortbestehen der Plattform nach Auslaufen der Finanzierungsphase durch den Fördermittelgeber zu sichern, wurden bereits frühzeitig Workshops zur nachhaltigen **Geschäftsmodellentwicklung** durchgeführt.

Das Sustainable Business Model Canvas diente hier zur Orientierung. Die Vision wurde dadurch noch einmal geschärft, ein ethischer Rahmen für das GeoPortal abgesteckt und insbesondere die potenziellen Nutzen für unterschiedliche Zielgruppen in den Blick genommen. Zu den Zielgruppen wurden Proto-Personas konstruiert. Außerdem wurde eine Stakeholder-Analyse durchgeführt. Andere GeoPortale und ähnliche Plattformen wurden nach intensiver Recherche in Bezug auf bspw. ihre Angebote, technische Umsetzung und Geschäftsmodelle tabellarisch erfasst und verglichen. Dies diente insbesondere noch einmal dazu, das Alleinstellungsmerkmal bzw. die Alleinstellungsmerkmale des GeoPortals des Guten Lebens herauszuarbeiten und Ideen für ein tragfähiges Versteigungskonzept zu sammeln. Um das Profil des GeoPortals weiter zu schärfen wurde zum einen die Ausrichtung auf zunächst drei Zielgruppen - **Bürgerschaft, Wissenschaft, Kommunalverwaltung**- beschränkt. Zum anderen wurde der Mehrwert des Portals – insbesondere auch im Unterschied zu anderen Portalen – in einem weiteren Workshop noch einmal deutlicher herausgearbeitet.



Sustainable Business Model Canvas

Die Stärken und Besonderheiten des GeoPortals liegen zum einen in seiner normativen Ausrichtung auf die Dimensionen des BLI-urban und der Gemeinwohlorientierung als Rahmen sowie dem niedrighschwelligigen Zugang zu geobasierten Daten – vor allem auch wissenschaftlichen Daten – an einem zentralen Ort. Zum anderen erleichtert der offene Rahmen von Open-Source und Open-Data zukünftige Erweiterungen und internationale Nutzung. Damit werden Städte- bzw. Ländervergleiche ermöglicht, Synergieeffekte durch die Verknüpfung von Daten erzielt sowie Analysen im GeoPortal durchführbar. Nicht zuletzt bringt das GeoPortal Perspektiven und Gruppen zusammen und lässt Orte des Guten Lebens im Umfeld finden. Wie eine Akteursanalyse gezeigt hat, hat das GeoPortal des Guten Lebens so echten Innovationswert und nützt zugleich bestehenden Portalen, anstatt in Konkurrenz zu ihnen zu treten.

Eine im Projekt erfolgte Analyse gängiger Geschäftsformen bietet eine bessere Entscheidungsgrundlage für ein eventuelles Gründungsvorhaben. Infrage kommen insbesondere die Gründung einer gGmbH, eines gemeinnützigen Vereines oder einer gemeinnützigen Genossenschaft. Kurzfristig aber sichert zunächst ein Übergangskonzept die interimsmäßige Fortführung des Projektes.

Ergänzend wurde eine Kommunikationsagentur beauftragt, um eine Budget- und Maßnahmenplanung zur Kommunikation des GeoPortals des Guten Lebens erarbeiten zu lassen. Diese Maßnahmen- und Kostenplanung wurde mit Blick auf den in Zusammenarbeit mit AP5 erstellten Zehn-Jahres-Plan für das GeoPortal des Guten Lebens sowie mögliche strategische Ausrichtungen und die dazugehörige Wettbewerbsbetrachtung erstellt, wobei die Phase nach der Projektlaufzeit im Fokus stand. Erste Schritte sind darauf aufbauend noch während der Förderlaufzeit umgesetzt worden, so die Formulierung eines Kommunikationskonzeptes sowie einer Core Story für die Außenkommunikation als auch der Beginn eines Prozesses zur Namensfindung. Insgesamt fand eine intensive Abstimmung und Zusammenarbeit mit den anderen Arbeitspaketen statt, so dass das Umsetzungskonzept, die zu programmierende Features und die Kommunikationsstrategien stets mit Blick auf die Versteigung angelegt wurden.

Übergangskonzept

Die nahtlose Fortführung des Projekts wird wie folgt sichergestellt:

Als Betreiberin des Projekts konnte die Utopiastadt gGmbH gewonnen werden. Aus dem Projektteam heraus bleiben die beauftragten Programmierenden dem Projekt weiterhin als ehrenamtliche Entwickler treu, was das hohe Identifikationspotential mit dem Projekt verdeutlicht. Als Projekt, das einen hohen Mehrwert insbesondere auch für die Bürgerschaft generieren soll und das einen beteiligungsintensiven Ansatz verfolgt hat, ist eine communitygetragene Fortführung des Projektes ein glaubwürdiger und gangbarer Weg. Das heißt, dass Teilnehmende aus den Co-Design-Workshops und Teilnehmende der Hackathons über Verstetigungsformate wie den Community-Stammtisch angesprochen sind, weiterhin gemeinsam am GeoPortal zu arbeiten. Gleichzeitig wird unterstützend versucht, über Sponsoring und die Akquise weiterer Fördermittel der Weiterentwicklung des Portals immer wieder auch größere Entwicklungssprünge zu ermöglichen. Hierzu wurde das GeoPortal des Guten Lebens bereits in zwei Projektanträgen der Projektpartner berücksichtigt. Besonders vielversprechend ist dabei die Möglichkeit für andere Projektvorhaben, das GeoPortal dafür zu nutzen, Forschungsergebnisse für den Datenimport ins GeoPortal aufbereiten und sich die Forschungsergebnisse in einer eigenen, individualisierbaren Kartenansicht des GeoPortals anzeigen zu lassen. Die individuellen Karten könnten dann in andere Homepages eingebettet und in ihrem Design angepasst werden. Gleichzeitig stehen die Daten als Teil des gesamten GeoPortals auch dort zur Verfügung. Dadurch wird ein attraktiver Mehrwert geschaffen, Daten einem größeren Publikum dauerhaft zur Verfügung zu stellen, und so die Sichtbarkeit zu erhöhen. Reine Insellösungen werden so vermieden.

So wurde das GeoPortal bereits Teil eines großen Förderantrags zum Thema „Urbane Produktion“ im Rahmen der EFRE.NRW-Ausschreibung „Regio. NRW – Innovation und Transfer“. Im Rahmen des Projektes sollen urbane Produktionsstätten im Bergischen Land kartiert und im GeoPortal eingetragen werden. Hierzu wird eine erste iframe-Lösung programmiert werden, die dann künftig auch für andere Vorhaben als Dienstleistung angeboten werden kann. Für diese Form von Dienstleistungen für weitere (Forschungs-)Projekte wurde öffentlich insbesondere im Rahmen eines über einstündigen Podcast-Interviews mit bergisch.io, der Digitalisierungsplattform im Bergischen Land, geworben, der am 23. August veröffentlicht wurde^[1].

Im Rahmen der Fortführung des Projektes ist es neben der technischen Weiterentwicklung und der dafür zu akquirierenden finanziellen Mittel von besonderer Relevanz, die möglichen thematischen Ausrichtungen weiter zu schärfen und sich ergebende Synergien zu nutzen. Dabei gilt es, den Spagat zwischen thematischer Vielfalt, die durch die theoretische Basis des BLI-urban geschaffen wurde, nicht zu verlieren und dennoch einzelne Themenstränge nachhaltig zu vertiefen.

Weitere strategische Ausrichtungen

Mögliche Ausrichtungen zur Vertiefung sind dabei:

1. GeoPortal als Datenportal

Immer wieder wird im Kontext OpenData von den „ungehobenen Schätzen“ der öffentlich zugänglichen Daten gesprochen. Dass gerade die Zivilgesellschaft in das Heben dieser Schätze eingebunden werden sollte, ist Ausgangspunkt dieses Ansatzes. Denn erst aus der zivilgesellschaftlichen Perspektive können Datensätze als solche für das Gemeinwohl erkannt werden. Hierfür bedarf es einer Plattform, die die vorhandenen Daten sammelt, sicht- und nutzbar macht. Denn sowohl im öffentlichen Bereich als auch aus zivilgesellschaftlicher Initiative werden wertvolle offene Daten erhoben und bereitgestellt. Selten sind allerdings verbindende Schnittstellen definiert, die die Daten niedrigschwellig für neue Anwendungen nutzbar machen. So steht jedes Vorhaben vor der Aufgabe, individuelle Lösungen für das Zusammenfügen von Daten aufzubauen. Für diesen Ansatz ist der Aufbau einer Community notwendig.

Im Rahmen des Förderprogramms „Digitale Modellregionen in NRW“ (Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen) gab es die Überlegung, ein neues „Open Data Institut NRW“ aufzubauen, bei dem das GeoPortal einen Baustein darstellen würde. Vorbild ist das „The Open Data Institute“ in London. Diese Idee konnte dann jedoch nicht weiterverfolgt, da entsprechende Treiber für das Vorhaben auf Universitätsebene fehlten.

2. GeoPortal als Wissenschaftskommunikationstool

Viel Wissen wird in Forschungsprojekten produziert, doch kommt es nur selten zu einer sinnvollen Zusammenführung von Wissen aus unterschiedlichen Kontexten und/oder dessen Weiterverwendung. Wissenschaftskommunikation wird zudem meist nur in eine Richtung kommuniziert. Das GeoPortal könnte ein Wissenschaftskommunikationstool werden, das für diese Herausforderungen eine Lösung anbietet und wissenschaftliche Projekte, Studien, Berichte sowie studentische Arbeiten und Projekte in der Lehre zusammenführt. Zielsetzung wäre es, Wissen im urbanen Raum zusammenzuführen und die disziplinübergreifende Vernetzung zu fördern. In diesem Kontext wurden erste Überlegungen zu einer Errichtung eines virtuellen Science-Shops für Wuppertal angestellt, für das das GeoPortal des Guten Lebens als Wissenschaftskommunikationstool dienen könnte. Diese Möglichkeit kann weiterhin verfolgt werden, es fehlt jedoch an einer entsprechenden Finanzierung zur Realisierung des Vorhabens.

3. Das GeoPortal als Dienstleistungsangebot für Unternehmen

Verschiedene Dienstleistungen für Unternehmen, die mit dem GeoPortal angeboten werden könnten, wurden in der Projektlaufzeit diskutiert. Möglich wäre etwa die Erarbeitung eines White-Label-Tools, mit dem themenspezifische Plattformansichten realisiert werden. Das Sponsoring einer solchen Karte durch ein Unternehmen bzw. eine entsprechende Beauftragung zur Erstellung kann zu Marketingzwecken des Unternehmens genutzt werden. Denkbar wäre bspw. die Beauftragung einer Themenkarte zu Outdoor-Sportstätten im GeoPortal im Rahmen einer Kampagne einer Krankenversicherung. Das Konsortium hat sich jedoch auf einen, zumindest zunächst, rein gemeinnützigen und nicht-kommerziellen Ansatz geeinigt, weshalb dieser Ansatz zurückgestellt wurde. Dienstleistungen dieser und ähnlicher Art sollen daher zunächst nur zur Einbettung von wissenschaftlichen Forschungsdaten angeboten werden.

4. Bürgerwissenschaftliches Tool

Die Nutzung der Plattform als bürgerwissenschaftliches Tool wird angestrebt. Wichtig hier sind jedoch die Qualitätssicherung (z. B. keine Änderungen bei wissenschaftlichen Datensätzen), die Autorenschaft auch für eine bessere Nachvollziehbarkeit sowie die Einhaltung wissenschaftlicher Standards. Diese Aspekte wurden in Interviews mit ausgewählten WissenschaftlerInnen der BUW identifiziert (siehe II.1 Arbeitspaket 1). Wichtig für diesen Ansatz ist die weitere Sensibilisierung für Citizen Science an der Universität, etwa durch das TransZent. Im Rahmen eines regionalen Projektes zur Urbanen Produktion sowie die Zusammenarbeit mit dem Initiativkreis Ernährungsrat in Wuppertal wird die Nutzung als bürgerwissenschaftlichen Tools eröffnet.

5. Das GeoPortal als BLI-urban-Plattform

Das GeoPortal des Guten Lebens ist anhand von 12 Dimensionen strukturiert. Diese sind an den Better-Life-Index-urban (BLI-u) angelehnt, einer im Projekt Wohlstands-Transformation Wuppertal angepassten Version des BLI der OECD. Die dem BLI-u zugeordneten Daten im GeoPortal des Guten Lebens erlauben einerseits, im Portal visuell Vernetzungen und Zusammenhänge zu erkennen. Andererseits sollen auch komplexe Analysen und Datenauswertungen auf verschiedenen Ebenen zukünftig durchführbar sein: So könnten dann der Index sowie die einzelnen Indikatoren im Portal berechnet werden und schließlich Vergleiche zwischen Staaten, Bundesländern, Städten oder gar Quartieren ermöglicht werden. Damit würde ein Beitrag zur Entwicklung eines alternativen Wohlstandsindizes geleistet, der AkteurInnen auf politischer und zivilgesellschaftlicher Ebene als Argumentations-, Planungs- und Handlungsgrundlage dienen könnte. Zusätzlich würden Lösungen entwickelt, die aktuell in unterschiedlichen Formaten öffentlich zugänglichen Geodaten z. B. von Kommunen zu kombinieren. Dies wäre ein wichtiger Beitrag zur Nutzung von Geodaten in der Bundesrepublik.

6. Lokale Plattform

Die Nutzung der Plattform für lokale Aktivitäten wurde im Rahmen des Projektes insbesondere durch beteiligte BürgerInnen genannt, etwa zur Kartierung von kulturellen Veranstaltungen oder Initiativen (z. B. Unverpackt-Läden). Hier wurde zuletzt ein Konzept für die Verortung von Kulturveranstaltungen und -räumen zunächst in Wuppertal beim dritten GeoHack erarbeitet, das vom Gewinnerteam auch umgesetzt wird. Dadurch gewinnt die Plattform als Portal für lokale Aktivitäten, Orte und Veranstaltungen des Guten Lebens an Bedeutung und kann später unkompliziert auch auf andere Städte erweitert werden.

Diese möglichen Ausrichtungen inklusive der Arbeitsergebnisse und relevanter Unterlagen werden der Community zur Verfügung gestellt. Ein Community-Meeting zum Ende des Projektes stellte dabei den Auftakt für die communitygestützte Weiterführung des GeoPortals des Guten Lebens dar.

Es ist geplant, die Entwicklung des GeoPortals des Guten Lebens auch weiterhin über Hackathons voranzutreiben. Dieses Veranstaltungsformat hat sich insbesondere bewährt, neue MitstreiterInnen für eine GeoPortal-Community zu gewinnen. Zudem wurden bei den Hackathons in kurzer Zeit durch höchste Arbeitsintensität herausragende Gruppenergebnisse erzielt, die wichtige Konzepte für die Weiterentwicklung beinhalten. Ein besonderer Mehrwert ist durch den letzten Hackathon entstanden. Die Möglichkeit, ein Preisgeld auch für die Umsetzung der Ideen vom Hackathon-Wochenende zu vergeben, führte zur Programmierung implementierfähiger Features. Um das Wissen dieser Art des Veranstaltungsformats langfristig nutzen zu können, wurde hierzu ein Veranstaltungs-Manual erstellt – ebenso zum Stammtischformat.

Der jeweilige Programmierstand des komplexen GeoPortals sowie dessen thematische Breite erschwerten die endgültige Festlegung auf ein spezifisches Geschäftsmodell im Rahmen der Projektlaufzeit. Die Breite der Funktionen – ein Tool zur Unterstützung bürgerwissenschaftlicher Projekte, ein Instrument für die Wissenschaftskommunikation oder „einfach nur“ eine interaktive Karte für das „Gute Leben“, erschweren die Festlegung zusätzlich. Denn damit verbunden sind nicht zuletzt unterschiedliche Zielgruppen. Statt sich für ein Geschäftsmodell zu entscheiden, wurden im Arbeitspaket 3 stattdessen die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Geschäftsmodelle untersucht und Workshops durchgeführt, um die Rahmenbedingungen wie bspw. den ethischen Rahmen festzulegen. Durch die oben genannten Ergebnisse des Arbeitspaketes (Stakeholderanalyse, Proto-Personas, Kosten- und Maßnahmenplan zur Markenentwicklung) sowie die Sicherung der Übergangphase des GeoPortals konnte so die Verstetigung des GeoPortals sichergestellt und eine Gründung vorbereitet werden.

[1]Siehe <https://bergisch.io/Blog/Folge-037-Das-Portal-des-guten-Lebens/b48>.