

SWISSTOPO

ANALYSE GEOINFORMATIONSMARKT SCHWEIZ

Zusammenfassung

Bern, 13. August 2008

Roman Frick

David Finger

B7039L_ANALYSEGEINFORMATIONSMARKT_SB_080813.DOC



inFRAS

INFRAS

MÜHLEMATTSTRASSE 45
CH-3007 BERN
t +41 31 370 19 19
f +41 31 370 19 10
BERN@INFRAS.CH

BINZSTRASSE 23
CH-8045 ZÜRICH

WWW.INFRAS.CH

ZUSAMMENFASSUNG

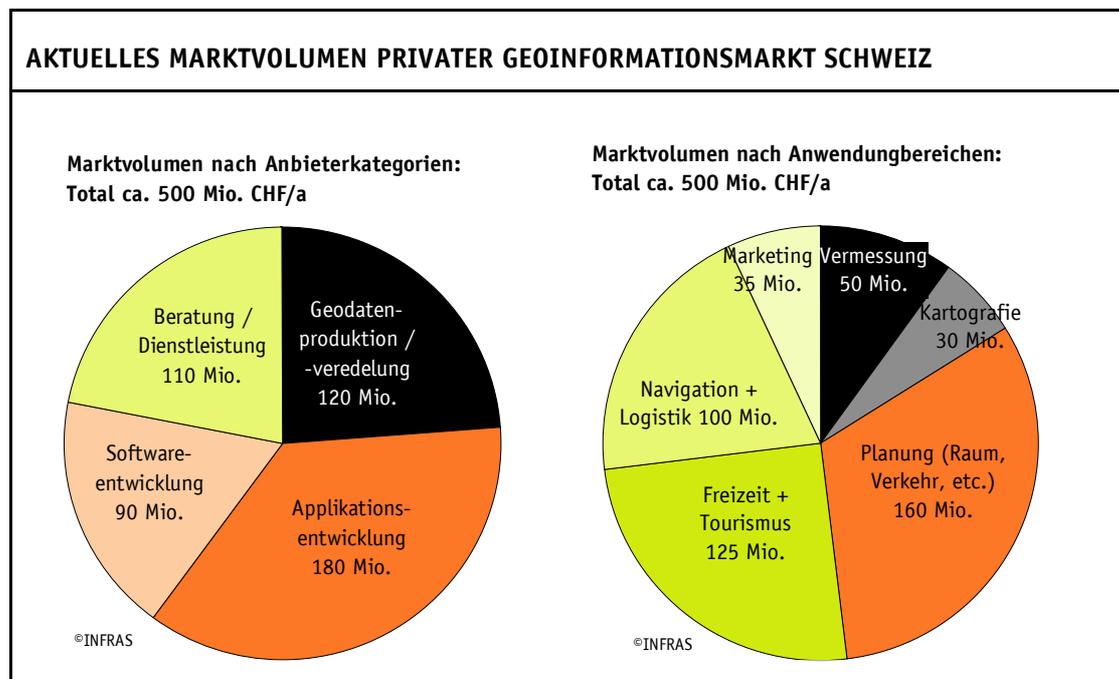
In den meisten Industriestaaten sind Geoinformationen in den letzten Jahrzehnten zu einem wichtigen Bestandteil der Volkswirtschaft geworden. Anhand von Geoinformationen werden in der Wirtschaft, der Verwaltung und im Alltag Mehrwerte geschaffen. Vor allem aus diesem Grund hat der Bund schon vor einiger Zeit eine Geoinformationsstrategie erarbeitet. Zudem tritt per 1. Juli 2008 das neue Geoinformationsgesetz (GeoIG) und deren Verordnungen in Kraft. Neben den staatlichen Einflüssen war der Geoinformationsmarkt in den letzten Jahren auch von einer weltweiten Marktdynamik geprägt. Namentlich die liberale Strategie von Google Inc. hat den internationalen Geoinformationsmarkt in jüngster Zeit stark geprägt. Durch deren Produkte wurden Geoinformationen auf einen Schlag für jedermann verfügbar und konnten kostenlos bezogen werden. In Anbetracht solcher Einflussfaktoren hat swisstopo die vorliegende Aktualisierung der Marktanalyse aus dem Jahr 2002 in Auftrag gegeben. Die vorliegende Marktanalyse verfolgt vier Ziele:

- › Überprüfung der Strukturierung des Geoinformationsmarktes
- › Überprüfung des Marktvolumens insgesamt und in den einzelnen Teilmärkten
- › Analyse der Marktdynamik der letzten 5 -6 Jahre
- › Prognose für die zukünftige Marktdynamik

Die Marktanalyse beruht empirisch auf einer schriftlichen Umfrage bei etwa 370 Schweizer Geoinformationsfirmen und persönlichen Interviews mit ausgewählten Marktteilnehmern. Zudem wurde eine Literaturrecherche durchgeführt, um den Schweizer Markt mit ausländischen Märkten zu vergleichen. Die Marktanalyse konzentriert sich auf den **privaten** Geoinformationsmarkt. Unter Marktvolumen verstehen wir das Total der Umsätze mit Geodaten, darauf aufbauenden digitalen Geoinformationsprodukten, Software und Dienstleistungen. Bezugsgrösse ist der Unternehmensstandort Schweiz (inkl. Export von Schweizer Firmen). Verkaufserlöse von Printprodukten sind nicht enthalten. Demgegenüber wurden die Produktionskosten **öffentlicher** Geobasisdaten nicht neu geschätzt. Diese Angaben werden aus der Analyse des Jahres 2002 übernommen und separat ausgewiesen.

Das aktuelle **Marktvolumen** des privaten Geoinformationsmarktes schätzen wir auf rund 500 Mio. Franken pro Jahr (Figur 1). Im Vergleich mit der Marktanalyse 2002 entspricht dies einer Zunahme von rund 300 Mio. Franken: Neben einer Unterschätzung des Marktes 2002 um rund 100 Mio. Franken, dürften rund 70 Mio. auf das Wachstum von bestehenden Firmen zurückzuführen sein, was einem mittleren jährlichen Umsatzwachstum

von rund 5% entspricht. Die restlichen 130 Mio. Franken sind auf Gründungen neuer Firmen zurückzuführen.



Figur 1 Heutiges Marktvolumen nach Anbieterkategorien (links) sowie nach Anwendungsbereichen (rechts).

Der Schweizer Geoinformationmarkt lässt sich nach Anbieterkategorien und nach Anwendungsbereichen gliedern. Innerhalb der **Anbieterkategorien** ist die *Applikationsentwicklung* mit rund 35% des Gesamtvolumens der grösste Teilmarkt. Firmen, welche in der Applikations- und/oder Softwareentwicklung tätig sind, verzeichneten in den letzten 5 Jahren am häufigsten Umsatzsteigerungen von über 10% pro Jahr und diese Firmen prognostizieren auch für die Zukunft die höchsten Zuwachsraten. Ebenfalls deutlich an Bedeutung zugelegt haben Beratung und individuelle Dienstleistungen.

Nach **Anwendungsbereichen** haben gegenüber 2002 vor allem die Bereiche *Navigation / Logistik* und *Freizeit / Tourismus* am stärksten zugelegt. In diesen zwei Bereichen werden auch in Zukunft die grössten Wachstumschancen gesehen. Der Bereich Planung (Raum, Verkehr, etc.) ist zwar immer noch der grösste Teilmarkt hat jedoch gegenüber 2002 an Bedeutung eingebüsst. Eher stagnierende Umsatzzahlen werden von Firmen in den Bereichen Kartografie und Vermessung angegeben. Hier scheint der Markt stark gesättigt zu sein.

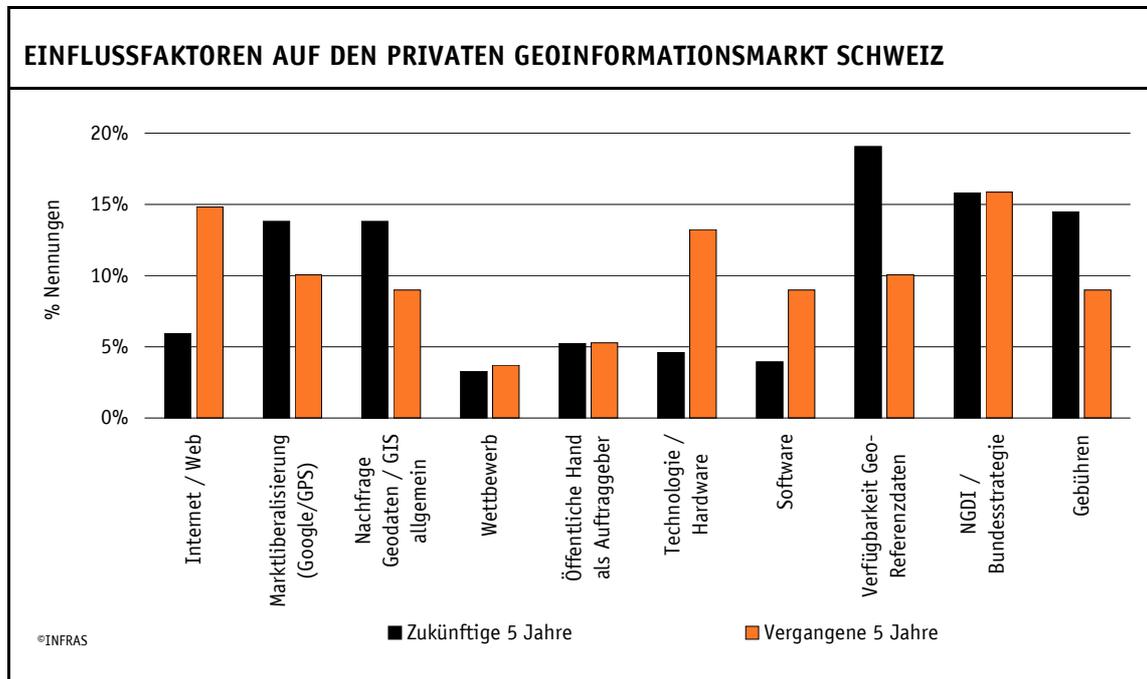
Im Vergleich zum Marktvolumen der Privatwirtschaft haben sich die öffentlichen **Produktionskosten** für Geobasisdaten gegenüber 2002 kaum verändert. Bund und Kantone

geben jährlich zwischen 200 und 240 Mio. Franken für Produktion und Bereitstellung der Geodaten aus. Die Gebührensenkungen von swisstopo der letzten Jahre bewirkten insgesamt nur geringe Zuwächse im Datenverkauf. Wie das Beispiel der Farborthophotos zeigt (SWIS-SIMAGE), können bei genügend markanten Gebührenreduktionen aber deutlich grössere Marktreaktionen erzielt werden.

Im **internationalen Vergleich** kann der Schweizer Geoinformationsmarkt (mit ca. 0.11% des BIP) durchaus mit den Europäischen Märkten, wie z.B. Deutschland, verglichen werden. In den USA und Japan ist der Anteil des Geoinformationsmarktes mit 0.18% des BIPs aber nach wie vor grösser. Diese Länder sind bekannt für sehr liberale Praktiken im Zusammenhang mit der Herausgabe und Tarifierung von Geoinformationen.

Die wichtigsten **Einflussfaktoren** auf den privaten Geoinformationsmarkt in den letzten Jahren waren die Bundesstrategie, das Internet, die Entwicklung der Technologien und die Marktliberalisierung (Figur 2). Die öffentliche Hand ist nach wie vor für die Mehrheit der Firmen der wichtigste Kunde. Bund, Kantone und vor allem Gemeinden dürften gemäss Interviewaussagen auch in Zukunft wichtige Marktstützen bleiben. Mehr Potenzial wird indes längerfristig bei privaten Firmenkunden gesehen.

Auch für die kommenden 5 Jahre sind die grosse Mehrheit der Firmen weiterhin optimistisch, wenn auch mit leicht vorsichtigeren Einschätzungen als in den (sehr guten) letzten 5 Jahre. Im Durchschnitt werden Wachstumsraten von rund 3-4% pro Jahr vorausgesagt. Eine Zunahme des Einflusses sagen die meisten der Marktliberalisierung und der damit verbundenen Nachfrage nach Geoinformationen voraus. Die Aktivitäten rund um die Bundesstrategie (v.a. Verfügbarkeit von Referenzdaten, Gebühren, Harmonisierungen) werden parallel zur Marktliberalisierung ebenfalls weiter an Bedeutung gewinnen. Mehr als die Hälfte der befragten Firmen empfinden den Einfluss der bisherigen Anstrengungen seitens des Bundes jedoch als gering. Insbesondere wird das föderale System der Schweiz beim Aufbau einer Nationalen Geodaten-Infrastruktur (NGDI) als Hemmnis empfunden. Die generelle Stossrichtung des Bundes wird zwar begrüsst, jedoch als zu langsam für die Dynamik des Geoinformationsmarktes eingestuft.



Figur 2 „Welche zwei Faktoren werden den Schweizer Geoinformationsmarkt der vergangenen/nächsten 5 Jahre am stärksten prägen?“ (Jede Firma konnte zwei Faktoren nennen; N = 110 Firmen; 150 bzw. 190 Nennungen)