**Moderne digitale Geomedien als Plattformen – Mehr als nur digitale Karten**

Digitale Geomedien haben sich weit über die klassische Vorstellung analoger Karten hinausentwickelt. Während analoge Karten primär statische, gedruckte Informationsspeicher waren, sind moderne digitale Geomedien dynamische, interaktive Plattformen, die es Nutzer:innen ermöglichen, Geoinformationen nicht nur zu konsumieren, sondern auch aktiv zu bearbeiten und zu teilen. Diese Transformation zeigt sich besonders deutlich in der Verknüpfung von Geodaten mit interaktiven Technologien, der Einbindung in soziale und partizipative Prozesse sowie der Nutzung als Schnittstellen für komplexe Analysen und Entscheidungsprozesse.

Traun et al. (2013) betonen diesen Wandel, indem sie darauf hinweisen, dass „die Karte nicht das Endprodukt des Denkprozesses ist, sondern sein Ausgangspunkt“ (S. 9). Dies bedeutet, dass digitale Geomedien nicht nur räumliche Informationen vermitteln, sondern Werkzeuge zur Datenexploration, Hypothesenbildung und Analyse bereitstellen. In diesem Sinne sind sie nicht mehr lediglich Darstellungen der Wirklichkeit, sondern Plattformen, die Nutzer:innen aktiv in den Prozess der Informationsgewinnung und -nutzung einbinden.

Auch Strobl (2009) hebt hervor, dass sich Karten von reinen Darstellungen hin zu interaktiven Benutzerschnittstellen gewandelt haben: „Karten und die Mehrzahl der kartenverwandten Ausdrucksformen haben heute nicht mehr die zentrale Aufgabe des Informationsspeichers, sondern fokussieren auf die Kommunikation räumlicher Information“ (S. 204). Dieser Perspektivwechsel zeigt sich insbesondere in Anwendungen wie Navigationssystemen, Online-Kartendiensten und Geoinformationssystemen (GIS), die es ermöglichen, Geodaten nicht nur abzurufen, sondern sie je nach individuellem Bedarf zu modifizieren und zu analysieren.

Ein wesentlicher Aspekt digitaler Geomedien ist ihre Partizipationsmöglichkeit. Strobl (2009) beschreibt, dass die interaktive Nutzung von Karten im Sinne des Geoweb 2.0 zu einem Rollenwechsel vom Konsumenten zum „Prosumer“ führt, also zu einer Person, die Geodaten sowohl konsumiert als auch produziert (S. 207). Projekte wie OpenStreetMap oder Citizen-Science-Plattformen zeigen, dass digitale Geomedien nicht mehr nur Werkzeuge für Expert:innen sind, sondern jeder Mensch dazu beitragen kann, Karteninhalte zu erstellen und zu aktualisieren.

Zusammenfassend sind digitale Geomedien nicht einfach eine digitale Variante klassischer Karten, sondern Plattformen, die Vernetzung, Interaktivität und Partizipation ermöglichen. Sie dienen nicht mehr nur der reinen Wissensvermittlung, sondern unterstützen Entscheidungsprozesse, wissenschaftliche Analysen und gesellschaftliche Teilhabe. Damit haben sie das Potenzial, Bildung und Forschung grundlegend zu verändern und eine neue Form des räumlichen Denkens und Handelns zu etablieren.