



Avoimen datan tiikerinloikka

Ilmatieteen laitos ja Maanmittauslaitos

Mitä tehty?

- Maanmittauslaitos avasi 1.5.2012 digitaaliset maastotietotuotteet, joita ovat mm.
 - maastokartat
 - maastotietokanta
 - kiintopisteet
 - laserkeilausaineistot
 - ilma- ja ortokuvat
- Ilmatieteen laitos avasi 15.5.2013:
 - sää-, meri- ja ilmastohavaintoja
 - säätutkakuvia
 - salamahavaintoja
 - kansallisen sääennuste- ja merimallien tietoja
- Tietoaineistot avattiin kansalaisten ja yritysten ilmaiseen ja vapaaseen käyttöön ([Avoin data](#))
- Vapaa käyttöoikeus tarkoittaa, että avoimia aineistoja saa maksutta:
 - kopioida, levittää ja julkaista,
 - muokata ja hyödyntää kaupallisesti ja ei-kaupallisesti,
 - yhdistellä muihin tuotteisiin
 - käyttää osana sovellusta tai palvelua
- Avoin tietoaineisto on [lisensoitu](#)

Miten tehty?

- Muutos valmisteltiin projektissa
- Tietojen avaaminen edellytti muutoksia lainsäädäntöön sekä järjestelmien ja tietoliikenteen kehittämistä

Miten vaikutti?

- Kumppanit alkoivat käyttää tietoaineistoja merkittävästi enemmän
- Yksittäiset kumppanit ennakoivat markkinahäiriöitä, mutta ne jäivät vähäisiksi
- Lisäsi muille viranomaisille painetta avata aineistojaan
- Syvensi kumppanuutta ja lisäsi yhteistyötä eri virastojen välillä
- Viestintä nousi keskeiseen rooliin: tilaisuudet, julkaisut, verkkosivut, sosiaalinen media, kilpailut, henkilökohtaiset kontaktit ja sisäinen viestintä
- Yhteistyö organisaation eri yksiköiden välillä lisääntyi (IL)

Mikä toimi?

- Myönteinen julkisuus
- Tietojen lataukset lisääntyneet räjähdysmäisesti (asiakkaat / sidosryhmät)
- Aineiston tunnettuus lisääntynyt
- Edistää yritysten innovaatioita
- Edistää datan avoimuutta valtakunnan tasolla

Mikä ei toiminut?

- Järjestelmien kehittämisessä ei ollut varauduttu latausten suureen määrään (MML)
- Käyttöohjeet eivät aluksi palvelleet kaikkia käyttäjiä parhaalla mahdollisella tavalla

Mitä opittiin?

- Tietojen hyödyntämistä voi edistää kehittämällä helposti käyttöön- otettavia ja avoimesti kuvattuja rajapinta- palveluita ja –tuotteita
- Avaamisen vaikutuksia ja hyötyjä on vaikea saada selville; keinoja tulisi miettiä jo ennakolta
- Asiakastarpeiden selvittäminen ja aineisto- palautteiden keruu kannattaa suunnitella mahdollisimman aikaisessa vaiheessa