

Pressemitteilung

Datum
23. März 2007

Pressekontakt
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0)7254 / 983-270
Fax +49 (0)7254 / 983-290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Waghäusel:
Gustav-Struve-Allee 1
D-68753 Waghäusel
Tel + 49 (0) 72 54 / 9 83 - 0
Fax + 49 (0) 72 54 / 9 83 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 - 1120
Fax + 49 (0) 40 / 227 - 7282

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:
Murat Ayranci
Raimund Ellrott
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Wirtschaftsraum Europa in einem Landkartenset

Die neue Europa-Edition bietet Unternehmen eine aktuelle und detaillierte Grundlage zur grenzüberschreitenden Planung. Die in Umfang und Qualität einzigartige Landkartensammlung enthält die mehr als 1.500 Gebietsänderungen seit letztem Jahr in Europa.

Gesamtumfang von mehr als 1.000 Landkarten

Die Europa-Edition ist die weltweit umfangreichste Sammlung von digitalen Landkarten zu Postleitzahlen und Gemeinden in Europa. Sie enthält flächendeckend alle postalischen und administrativen Einheiten von 39 west- und osteuropäischen Ländern und der Türkei. Auch umfangreiche topografische Landkarten wie Höhenschichten, Städtepunkte, Straßen und Gewässer sind dabei.

Die Landkarten sind europaweit vollständig mit Namen und offiziellen Bezeichnungen attributiert – mit internationalen Namen und in vielen Fällen auch in Landessprache samt Sonderschriftzeichen. Dadurch schaffen sie eine einheitliche Planungsgrundlage in einem europaweit agierenden Unternehmen. Lokale Namen und Schreibweisen sind besonders in neuen Märkten und Ländern, die Expansionsziel sind oder gemeinsam mit Partnern vor Ort bearbeitet werden, äußerst wichtig. Durch eindeutige Namen werden Missverständnisse vermieden und die Kommunikation auch über Sprachgrenzen hinweg erleichtert.

Klaus Dittmann, Leiter der Abteilung Kartografie von GfK GeoMarketing, erläutert: „Mit der vollständigen Abdeckung ganz Europas durch einheitliche, hoch auflösende und überlappungsfreie Gebietskarten entspricht GfK GeoMarketing den Bedürfnissen in den Vertriebs-, Controlling- und Marketingabteilungen von Unternehmen: Da zunehmend in der strategischen Ausrichtung oder in der Vertriebsgebietsplanung grenzüberschreitend geplant wird, können beispielsweise die in der Europa-Edition standardmäßig

enthaltenen Postleitzahlenkarten von Österreich, der Slowakei, Tschechien und Ungarn nahtlos zu einer großen Vertriebskarte zusammengefügt werden.“

Mehr als 5.000 Änderungen seit 2003

Beispiele von Ländern mit besonders vielen Änderungen seit 2005:		
Land	Anzahl Änderungen	Wo gab es Änderungen?
Spanien	67	Vor allem bei den Postleitzahlgebieten
Österreich	51	Vor allem bei den Postleitzahlgebieten
Schweiz	92	Viele Gemeindeänderungen
Deutschland	600	Viele Änderungen durch Ortsumlegungen bei PLZ
Italien	128	Vor allem neue Gemeinde-Kennziffern
Lettland	172	Vor allem bei den Postleitzahlgebieten
Kroatien	80	Vor allem bei den Postleitzahlgebieten
Estland	195	Vor allem bei den Postleitzahlgebieten und Gemeinden

Europaweit ändern sich jedes Jahr mehrere Tausend Gemeindegrenzen oder Postleitzahleinteilungen. Alleine im Jahr 2005 gab es europaweit mehr als 1.500 Änderungen bei

Gemeinden und Postleitzahlen. Seit 2003 sind es schon mehr als 5.000. Dies geschieht etwa im Rahmen von Gemeindereformen wie derzeit in vielen Ländern Mittel- und Osteuropas, um mehr Effizienz bei der Verwaltung zu schaffen. Auch die Postorganisationen passen jedes Jahr ihre Einteilung an aktuelle Brieftransportvolumina innerhalb einer Region an. Unternehmen sind auf die Aktualität der Karten angewiesen, denn als Planungsgrundlage für Außendienst-Vertriebseinheiten oder neue Standorte, aber auch im Controlling, etwa bei der Bewertung von Umsätzen je Region, müssen die Karten auf dem neuesten Stand sein, um die Ergebnisse nicht zu verfälschen.

Europa-Edition 2006 mit erweitertem Inhalt und noch detaillierteren Landkarten

Neu in der Edition enthalten:	Art der Erweiterung:
Norwegen	3.065 vierstellige Postleitzahlgebiete; Topografie neu und detaillierter
Schweden	ca. 9.000 fünfstelligen Postleitzahlgebiete, neue Topografie
Finnland	3.034 fünfstelligen Postleitzahlen, neue Küstenlinie und Gewässer
Moldawien	ca. 1.250 vierstellige Postleitzahlgebiete, 966 Gemeinden, neue Städtepunkte
Serbien-Montenegro	Jetzt in 2 Staaten unterteilt
Litauen	ca. 15.500 fünfstelligen Postleitzahlen, Topografie neu und detaillierter
Weißrussland	ca. 3.900 sechstellige Postleitzahlen, neue Topografie

GfK GeoMarketing erweitert die Europa-Edition mit jedem jährlichen Update um neue, zusätzliche Landkarten. Im letzten Jahr lag der Fokus etwa auf der vollständigen postalischen Abdeckung Skandinaviens. Neu im Lieferumfang sind die vollständigen Postleitzahlenkarten für Finnland, Schweden, Norwegen und Weißrussland.

Damit ist jetzt eine sehr kleinräumige Differenzierung von Unternehmensdaten auch in diesen Ländern möglich. Viele topografische Karten wurden auch ganz neu und noch genauer digitalisiert. In vielen Ländern Europas entspricht die Genauigkeit der Karten in Städten nun der von Papierkarten mit einem Maßstab von 1:10.000.

Ein Beispiel: Bei Finnland, einer der umfangreichsten Aktualisierungen des letzten Jahres, sind nun rund 15.000 Seen im Landesinneren sowie die durch zahlreiche Schäreninseln besonders feingliedrige Küstenlinie genau abgebildet. Eine solche Präzision gewährleistet, dass Unternehmen Standorte und Vertriebsgebiete besser planen können.

Kontinent-Edition statt einzelner Länder-Editionen

Die Kontinent-Edition für Europa bietet neben dem einheitlichen aktuellen Datenstand, europaweiter passgenauer Abdeckung und höchster kartografischer Qualität auch Europastraßen. Dazu ist eine exakte Übereinstimmung mit den bei GfK GeoMarketing ebenfalls verfügbaren Marktdaten garantiert. Unternehmen, die in mehreren europäischen Ländern tätig sind, erhalten mit der Europa-Edition auch erhebliche Preisvorteile gegenüber dem Einzelkauf von Länder-Editionen: Die Europa-Edition lohnt sich ab dem vierten Land.

Weitere Informationen zur Europa-Edition erhalten Sie von Frau Friedlind Dürr, Tel. +49 (0)7254/ 983 -230, f.duerr@gfk-geomarketing.com.

Download von Grafiken

Eine Grafik in hoher Auflösung finden Sie unter

<http://www.gfk-geomarketing.de/presse/zip/europa06.zip>

Über GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Kunden und Anwender aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

- Beratung
- Marktdaten
- Digitale Landkarten
- GeoMarketing-Software

Das Unternehmen wurde 2006 aus GfK MACON, GfK PRISMA und GfK Regionalforschung gegründet und ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe.

Die GfK ist in derzeit 70 Ländern mit über 130 Tochterunternehmen und rund 7.800 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.