

## Pressemitteilung

# Neue Postleitzahlenkarten für Australien und Neuseeland

Datum  
15. Februar 2008

Pressekontakt:  
Cornelia Lichtner

Durchwahl  
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270  
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

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

**Die neuen digitalen Landkarten für Australien und Neuseeland bieten Unternehmen wichtige Anhaltspunkte für die Vertriebs- und Expansionsplanung. Die Karten sind das neueste Update der mehr als 240 Länder starken Sammlung von GfK GeoMarketing, dem weltweit größten Produzenten von digitalen Landkarten zu Postleitzahlen und Gemeindegebieten.**

GfK GeoMarketing GmbH

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

Geschäftssitz Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100  
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:  
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53  
D-22085 Hamburg  
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0  
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

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

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

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

GfK GeoMarketing hat vor kurzem die Aktualisierung der digitalen Landkarten für Australien und Neuseeland abgeschlossen. Diese sind ab sofort in Ländereditionen mit insgesamt jeweils rund 30 Karten – von Postleitzahlen über Gemeinden bis Regionen, Städtepunkte, Gewässer oder Verkehrsinfrastrukturkarten - auf neuestem Stand verfügbar. Die Landkarten liegen in allen gängigen Datenformaten für digitale Landkarten vor.

Digitale Postleitzahlenkarten bilden in modernen Unternehmen die Grundlage der Vertriebsgebiets- und Expansionsplanung und werden in speziellen Landkartensoftwareprogrammen eingesetzt. Über eine Postleitzahl ist weltweit eine genaue regionale Zuordnung von Kundenadressen, Standortumsätzen oder Marktpotenzialen möglich. Denn jede Adresse enthält eine Postleitzahl und kann über diese sofort auf der Karte abgebildet werden.

Wichtig ist dabei die lückenlose Erfassung aller Postleitzahlen eines Landes und die Genauigkeit und Aktualität der Landkarte. Denn Postleitzahlensysteme und -gebiete sind immer wieder Reformen und Veränderungen unterworfen.

So etwa in Neuseeland: Hier ändern sich zum 1. Juli 2008 durch eine umfassende Postreform alle Postleitzahlen, bisherige werden zu dem Stichtag ungültig. GfK GeoMarketing hat diese neuen Postleitzahlen bereits digitalisiert, so dass Unternehmen weiterhin sicher sein können, dass ihre Kundenlokalisierung, Gebietsplanung sowie die entsprechenden Umsatzbewertungen aktuell sind.

Ebenso wurden auch die Karten der Städte rundum erneuert und erweitert: Die Karten mit beispielsweise in Neuseeland mehr als 200 Städtepunkten, gegliedert nach Einwohnerzahlen, bilden eine wichtige Orientierungshilfe. Ganz neu dabei sind in der aktuellen Edition von Neuseeland Karten der Eisenbahnen, Stadtflächen, Höhengschichten sowie der Flughäfen.

Auch in der Australien-Edition hat sich einiges getan. Die Karten der mehr als 2.600 vierstelligen Postleitzahlen wurden ganz neu und noch genauer digitalisiert. Ebenso erhielten auch alle administrativen Karten – von den neun „States /Territories“ bis zu den gut 1.400 „Local Statistical Areas“ – eine vollständige Überarbeitung und Aktualisierung. Ganz neu dabei sind auch in Australien Landkarten der Stadtflächen und Eisenbahnen, die weitere topografische Anhaltspunkte liefern.

Entscheidend bei beiden Landkartensets, Australien und Neuseeland, ist jedoch der deutlich gesteigerte Detaillierungsgrad: Alle digitalen Karten von GfK GeoMarketing sind vektorbasiert, das heißt unbegrenzt zoombar. Die Genauigkeit der Karten entspricht damit vielerorts einer Auflösung, die mit der einer traditionellen Wandkarte von 1:50.000 vergleichbar ist. Diese hohe Qualität ist Voraussetzung für den Einsatz der Karten in anderen digitalen Anwendungen.

Klaus Dittmann, Leiter der Kartografieabteilung von GfK GeoMarketing, erläutert: „Als Grundlage aller neuen Karten dienen unter anderem Satelliten-Bilder, die eine optimale Detailgenauigkeit ermöglichen. So sind beispielsweise die Küstenlinien genauer als je zuvor. Bei vielen unserer Kunden kommt es sehr auf Genauigkeit an – etwa in der Rückversicherungsbranche, die unsere Karten weltweit nutzt, um Regionen nach ihrem Risiko bei Naturkatastrophen wie Erdbeben oder Stürmen zu bewerten.“

Wolfram Scholz, Geschäftsführer von GfK GeoMarketing, ergänzt: „Digitale Landkarten mit Postleitzahlen oder Verwaltungsgrenzen bilden zusammen mit Landkartensoftware eines der wichtigsten Planungs- und Kontrollwerkzeuge in der Expansionsplanung und im internationalen Vertrieb. Denn nur mit genauen, aktuellen und qualitativ hochwertigen Karten sowie einer leistungsstarken Software lassen sich Vertriebsgebiete weltweit auf Knopfdruck visualisieren, planen oder optimieren. Die neuen digitalen Landkarten für Australien und Neuseeland sind in Unternehmen auch eine zuverlässige Grundlage, um weltweit die Kunden und Umsatzverteilung regional genau abzubilden und vergleichen zu können. Mit unseren neuen Landkarten für „Down under“ haben unsere Kunden auch in diesen Märkten zuverlässig den Überblick auf dem neuesten Stand.“

**Weitere Informationen** zu den digitalen Australien- und Neuseelandkarten erhalten Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/australien](http://www.gfk-geomarketing.de/australien) und [www.gfk-geomarketing.de/neuseeland](http://www.gfk-geomarketing.de/neuseeland).

**Pressekontakt:** Cornelia Lichtner, Tel. +49 (0)7251/ 9295 -270 oder [c.lichtner@gfk-geomarketing.com](mailto:c.lichtner@gfk-geomarketing.com).

**Vertriebskontakt:** Friedlind Dürr, Tel. +49 (0)7251/ 9295 -230,  
[f.duerr@gfk-geomarketing.com](mailto:f.duerr@gfk-geomarketing.com).

#### **Download von Grafiken**

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter  
[www.gfk-geomarketing.de/karten\\_australien](http://www.gfk-geomarketing.de/karten_australien)

#### **Über GfK GeoMarketing**

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Anwender und Kunden 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 90 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 9.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 5 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.