

## Pressemitteilung

Datum  
11. November 2009

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

# Aktuellste Planungsgrundlagen: GfK Karten-Edition Europa 2009/2010

**GfK GeoMarketing hat die GfK Karten-Edition Europa 2009/2010 mit mehreren Tausend Neuerungen veröffentlicht. Mit insgesamt rund 1.000 digitalen Einzelkarten für 42 Länder stellt das Kartenpaket die Grundlage für alle feinräumigen regionalen Planungen bei GeoMarketing-Anwendungen in Unternehmen dar.**

GfK GeoMarketing GmbH

[www.gfk-geomarketing.de](http://www.gfk-geomarketing.de)  
[info@gfk-geomarketing.com](mailto: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-90419 Nürnberg  
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509  
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:  
Olaf Petersen  
Wolfram Scholz  
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

In ganz Europa gab seit dem vergangenen Jahr mehrere Tausend Änderungen von administrativen Gebietseinheiten wie Gemeindegrenzen und Postleitzahlen. Besonders in Zentral- und Osteuropa reformierten mehrere Länder ihre regionalen administrativen und postalischen Verwaltungsstrukturen. So gab es beispielsweise in Litauen bei den Postleitzahlen 1.370 Namens- und Grenzänderungen und insgesamt rund 400 komplett neue Postleitzahlgebiete. In Polen kamen 49 Postleitzahlen neu dazu und 77 bisherige fielen weg. Auch Italien reformierte im vergangenen Jahr sein Postsystem weiter: 14 Großstädte Italiens, die bisher jeweils nur eine einzelne Postleitzahl hatten, wurden in feinere Einheiten unterteilt, wodurch sich umfangreiche Gebiets- und Namensänderungen ergaben. Alle diese Gebietsreformen und -veränderungen sind in der Karten-Edition Europa abgebildet. Erstmals erstellt wurde im Rahmen der Aktualisierung 2009 auch die in Albanien neu eingeführten zwei- und vierstelligen Postleitzahlgebiete.

Klaus Dittmann, Leiter der Kartografie von GfK GeoMarketing, unterstreicht die hohen Anforderungen, die an die Qualität der europaweiten Karten gestellt werden: „Der Recherche- und Arbeitsaufwand ist immens, denn die Gegebenheiten sind in jedem Land verschieden. Eine aktuelle Kartengrundlage ist im GeoMarketing aber entscheidend, da sonst etwa Adressinformationen von Standorten oder Kunden nicht korrekt in die Karten eingelesen werden können. GfK GeoMarketing aktualisiert daher seine europaweiten Karten jährlich. Mit der neuen Europa-Edition liegen ab sofort zuverlässige und hochaktuelle Kartengrundlagen für alle Planungsaufgaben mit Ortsbezug in Europa vor. Die Karten sind zudem passgenau zur neuen GfK Kaufkraftstudie für Europa.“

### **Regelmäßige Überarbeitung und Ergänzung vorhandener Karten**

Die Europa-Edition wurde im Zuge der Aktualisierung auch um völlig neue Karten und Details ergänzt sowie weiter verfeinert. Bei allen Küstenstaaten Europas wurde die Küstenlinie neu digitalisiert und verfeinert. Die Küste entspricht jetzt Papierkarten im Maßstab 1:100.000 oder feiner. Albanien, Estland, Ungarn und Portugal wurden komplett neu digitalisiert und enthalten jetzt u. a. wesentlich detailliertere Postleitzahl-Karten und Städtelayer. Die europaweit vollständige Flächendeckung, nahtlos passende Grenzen ohne Überlappungen, vollständige Attributierung mit nationalen und lokalen Bezeichnungen oder stufenlose Zoombarkeit garantieren die durchgängig hohe Qualität der Landkarten.

### **Vielfältige Einsatzmöglichkeiten**

Digitale Landkarten dienen etwa in der länderübergreifenden Expansions- oder Vertriebsgebietsplanung als Arbeitsgrundlage in GeoMarketing-Software oder geografischen Informationssystemen (GIS). In der Software wird auf den digitalen Landkarten die räumliche Verteilung von Unternehmensdaten und Marktpotenzialen analysiert.

Wie alle digitalen Landkarten von GfK GeoMarketing ist auch die neue GfK Karten-Edition Europa in allen gängigen Landkartenformaten wie .shp (ESRI), .mid/mif (MapInfo), .gdb (Geodatabase) und .lay (GfK GeoMarketing) erhältlich. Im .lay-Format (RegioGraph) enthält die GfK Karten-Edition jetzt neue Hintergrundkarten mit dem vollständigen Tele Atlas Straßennetz. Das Straßennetz ermöglicht die Analyse von Kunden und Gebieten bis auf Straßenabschnittsebene in der Gebietsplanungssoftware RegioGraph von GfK GeoMarketing. Die Europa-Edition ist daher besonders im .lay-Format für europaweite Gebietsplanungen unverzichtbar, da durch die enthaltenen Infrastrukturdaten und Hintergrundkarten natürliche Barrieren wie Flüsse oder Berge sowie die Verkehrsführung und Erreichbarkeiten von Kunden automatisch mitberücksichtigt werden.

Die neuen digitalen Landkarten für 42 europäische Länder sind länderweise sowie in West-, Ost- und Gesamt-Europa-Paketen bei GfK GeoMarketing erhältlich. Dazu passende GfK Kaufkraftdaten sind ebenfalls auf neuestem Stand europaweit verfügbar. Die Karten der Europa-Edition gehören zur 240 Länder umfassenden, weltweit größten Sammlung digitaler administrativer und postalischer Karten von GfK GeoMarketing.





**Weitere Informationen** zu der GfK Karten-Edition Europa erhalten Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/europa](http://www.gfk-geomarketing.de/europa)

**Bildmaterial** in Druckauflösung können Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/karten\\_europa2009](http://www.gfk-geomarketing.de/karten_europa2009) herunterladen.

**Vertriebskontakt:** Thorsten Lauszus, Tel. +49 (0)7251/ 9295 -145,  
[t.lauszus@gfk-geomarketing.com](mailto:t.lauszus@gfk-geomarketing.com)

### 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 und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph

Das Unternehmen ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.