

Pressemitteilung

Datum
4. September 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

Neue digitale Japan-Karten von GfK GeoMarketing

Alle Postleitzahlgebiete und administrativen Einheiten Japans wurden von GfK GeoMarketing neu kartiert und sind als digitale Japan-Karten-Edition ab sofort erhältlich. Die 18 neuen thematischen Japankarten sind Teil der Asien-Edition von GfK GeoMarketing.

Die Japan-Edition von GfK GeoMarketing enthält Karten zu den administrativen und postalischen Einheiten Japans sowie zahlreiche topografische Karten. Gebiete und Kartenelemente sind mit internationalen Bezeichnungen sowie vielerorts sogar zusätzlich mit den offiziellen, lokalen Namen und Schreibweisen attribuiert. Alle Landkartenschichten sind exakt untereinander ausgerichtet, alle Objekte passen lückenlos aneinander.

Die Digitalisierung von Postleitzahlgebieten und administrativen Gebieten wie Gemeinden oder den japanischen Präfekturen erfordert solides Fachwissen, zuverlässige Informationsquellen und langjährige Erfahrung zur Qualitätssicherung. Klaus Dittmann, Leiter der Kartografie von GfK GeoMarketing, unterstreicht die hohe Qualität der GfK-Kartengrundlagen: „Die regelmäßig aktualisierten und mit höchsten Qualitätsstandards erstellten digitalen Karten von GfK GeoMarketing bieten Unternehmen eine zuverlässige Planungsgrundlage, die weltweit ihresgleichen sucht. Der Bedarf an verlässlichen Informationen über Japan als spannenden Markt mit vielfältigen Handelsbeziehungen ist immens hoch. Mit unseren Japankarten haben Unternehmen die ideale Grundlage zur zuverlässigen Planung von strategischen Entscheidungen und detaillierten Analysen.“

Karten bis zur kleinsten Verwaltungseinheit

Insgesamt enthält die Japan-Edition 18 nach Themen sortierte Landkarten. Die politischen Gebiete liegen bis zur kleinsten Gebietseinheit vor.

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-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

Die Karten sind mit vielen zusätzlichen Informationen angereichert, etwa einer Gliederung der Städte nach Einwohnergröße oder die mehrsprachige Beschriftung vieler Kartenobjekte in Landessprache und -schreibweise sowie mit internationalen Namen. Damit ist eine Orientierung in den sehr diversen Märkten, Verwaltungsebenen und Regionen Japans möglich. Klaus Dittmann: „Die neue Japan-Edition bildet auch die umfassenden Gebietsreformen der Gemeinden in Japan der letzten Jahre ab. Das endgültige Ergebnis der Gebietsreform, die aus den ursprünglich über 3.000 Gemeinden rund 1.000 neue Gebiete schaffen soll, wird natürlich ebenfalls von uns kartografisch erfasst werden und in einem unserer regelmäßigen Updates des Kartensets verfügbar sein. Japan ist ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig regelmäßig aktualisierte Kartengrundlagen sind, um aktuelle Geschäftszahlen korrekt abbilden zu können.“

GfK Qualität gewährleistet Aktualität und Detailgenauigkeit

Die Genauigkeit der digitalen Landkarten von GfK GeoMarketing ist sehr hoch: Insbesondere die Details bei den Küstenlinien Japans zeigen die hohe Qualität der Karten. Projektleiter Klaus Dittmann: „In manchen Branchen ist beim Einsatz von digitalen Landkarten nicht nur Aktualität, sondern auch höchste geografische Genauigkeit gefragt.“ Etwa in der Rückversicherungsbranche, die auf Grundlage der Karten von GfK GeoMarketing Risikogebiete für Naturgefahren evaluiert, in Japan etwa die regionalen Risiken durch Tsunamis, Erdbeben, Vulkanausbrüche oder Taifune.

Zudem sind die Japankarten von GfK GeoMarketing Vektorkarten, die dem Anwender einen unbegrenzten Zoom und weitere Bearbeitungsmöglichkeiten zur individuellen Kartenerstellung bieten. Alle Karten sind in den Standardformaten für digitale Landarten – ESRI (.shp), MapInfo (.tab) und RegioGraph (.lay) – verfügbar.

Einsatzmöglichkeiten

Digitale Landkarten dienen als Grundlage zur räumlichen Analyse von Daten. Sie werden in speziellen Landkarten-Softwareprogrammen eingesetzt, um regionale Märkte zu analysieren und um Vertriebsaktivitäten sowie strategische Entscheidungen zu planen. Digitale Landkarten zu Postleitzahlen und administrativen Einheiten wie Gemeinden sind für mehr als 240 Länder weltweit bei GfK GeoMarketing erhältlich.

Regelmäßig aktualisiert und erweitert bilden sie die weltweit größte Sammlung digitaler administrativer und postalischer Landkarten.

Neben den Karten bietet GfK GeoMarketing auch passende Potenzialdaten wie die europaweite GfK Kaufkraft an und die GeoMarketing-Software RegioGraph, in die Daten aus Unternehmen direkt in die weltweiten Karten integriert und ausgewertet werden können.





Weitere Informationen zu den digitalen Japan-Karten erhalten Sie unter www.gfk-geomarketing.de/landkarten_japan.

Download von Grafiken

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/presse_japan.

Zu 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

GfK GeoMarketing ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 150 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.