

Pressemitteilung

Datum
17. Februar 2010

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

Aktuelle Kartengrundlagen zu Mittelamerika: GfK GeoMarketing veröffentlicht den ersten Teil der Amerika Edition 2010

GfK GeoMarketing hat neue GfK Karten-Editionen für die Länder Mittelamerikas fertig gestellt. Insgesamt rund 300 digitale Einzelkarten bieten eine zuverlässige Grundlage für alle feineräumigen regionalen Planungen und Analysen in dieser Region.

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

Im Zuge der Aktualisierung aller Landkarten der südamerikanischen Länder hat GfK GeoMarketing die Aktualisierung der 35 Länder Mittelamerikas bereits abgeschlossen. Alle Länder wurden komplett anhand der neuesten Grundlagen digitalisiert und verfeinert. Die Genauigkeit entspricht nun durchgängig mindestens dem Maßstab 1:100.000, verglichen mit dem Maßstab der von Papierkarten.

Für alle Länder Mittelamerikas mit einem Postsystem liegen mindestens 2-stellige Karten der Postleitzahlenebenen vor. Die administrativen Ebenen sind für fast alle Staaten bis zum feinsten Level erhältlich. Insgesamt umfassen die neuen Mittelamerika-Karten von GfK GeoMarketing über 300 Landkarten-Layer – in der Vorgängerversion waren es nur 95. Auch die Anzahl der digitalisierten Objekte in der Region Mittelamerika verdoppelte sich auf nun ca. 26.000. Besonders bei der Digitalisierung der Städte hat sich viel getan – beispielsweise in den Karten von Kuba sind nun gut 2.300 Städte enthalten, geordnet in 5 Städtegrößenklassen.

Große Inselstaaten und die Staaten auf dem Festland sind in den neuen Kartenversionen jetzt immer mit durchgängig klassifizierten Straßen und Städten bezeichnet und passen damit zum weltweiten Bezeichnungsschema der Karten von GfK GeoMarketing. Auch für alle kleinen karibischen Inselstaaten sind die wichtigsten Straßen sowie vielerorts auch Gewässer enthalten – damit ergibt sich ein wesentlich differenziertes Bild für alle möglichen Einsatzbereiche der Karten. Die Layer der karibischen Inselstaaten sind alle in einem Ordner zusammengefasst. Denn es gibt darunter Gebiete und Inseln wie Saint Barthélemy mit nur einer Gemeinde.

Die Einsatzbereiche reichen von Businessanwendungen wie GeoMarketing über die Planung der Katastrophenhilfe durch NGOs bis hin zu Schadenswahrscheinlichkeiten, die von Rückversicherern auf Basis der Karten definiert werden.

Klaus Dittmann, Leiter der Kartografie von GfK GeoMarketing, kommentiert: „Südamerika komplett zu digitalisieren ist ein Riesenprojekt. Da die Region interessante Märkte hat und die Karten auch wichtige Grundlagen für die Versicherungswirtschaft sind, ist es unser Ziel, bis zur Jahresmitte 2010 flächendeckende und komplett überarbeitete und verfeinerte Karten der postalischen und administrativen Gebiete samt umfangreichen topografischen Informationen bereitzustellen. Schwierig in Südamerika ist, dass in einigen Ländern nur schwer kartografische Grundlagen zu finden sind: Teilweise liegt die amtliche Kartographie noch in Händen des Militärs und ist Geheimsache. In anderen Ländern gibt es nur sehr grobe, nicht den höchsten kartografischen Standards entsprechende, teilweise auch veraltete Karten. Gerade in den ärmeren Ländern sind oft nur NGOs oder Hilfsorganisationen die einzige Quelle. Mit unseren neuen Karten für Mittelamerika liegen aber ab sofort zuverlässige und hochaktuelle Kartengrundlagen für diese 35 Länder vor.“





Die vollständige Flächendeckung, nahtlos passende Grenzen ohne Überlappungen, vollständige Attributierung mit nationalen und lokalen Bezeichnungen oder stufenlose Zoombarkeit garantieren die durchgängig hohe Qualität der Landkarten. Wie alle digitalen Landkarten von GfK GeoMarketing sind auch die neue Karten-Editionen der mittelamerikanischen Länder in allen gängigen Landkartenformaten wie .shp (ESRI), .mid/mif (MapInfo), .gdb (Geodatabase) und .lay (GfK GeoMarketing) erhältlich. Bis Juni 2010 folgen die aktuellen Karten für Gesamt-Südamerika. Die Karten gehören zur 240 Länder umfassenden, weltweit größten Sammlung digitaler administrativer und postalischer Karten von GfK GeoMarketing.

Weitere Informationen zu den GfK Karten für Mittelamerika erhalten Sie bei Thorsten Lauszus unter Tel. +49 (0)7251 9295 145 oder per Email an t.lauszus@gfk-geomarketing.com.

Bildmaterial in Druckauflösung können Sie unter www.gfk-geomarketing.de/karten_mittelamerika-2010 herunterladen.

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.