

Pressemitteilung

Datum
29. Juli 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

Neue Landkarten für Mittelamerika: Zuverlässige Basis für das Risiko- Management

GfK GeoMarketing hat neue Karten für die Länder Mittelamerikas von Mexiko bis Panama fertiggestellt. Die digitalen Landkarten zu administrativen und postalischen Gebieten bieten eine exakte Grundlage für alle regionalen Risikoanalysen in der 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-Jahn-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 Anrainerstaaten des Golf von Mexiko sind besonderen Risiken durch Naturgefahren wie Hurrikanen ausgesetzt. Für die ganze Region Mittelamerikas liegt ab sofort eine aktuelle digitale Kartengrundlage für das Risikomanagement etwa durch Versicherer und Rückversicherer vor. Für alle Länder von Mexiko bis Panama sind detaillierte und nahtlos passende Karten zu postalischen und administrativen Einheiten verfügbar. Die neuen Landkarten sind zudem passgenau zu den weltweiten, offiziellen CRESTA-Naturgefahrenzonen. GfK GeoMarketing ist der offizielle Lieferant der weltweiten CRESTA-Karten und hat neben einem weltweiten Landkartenangebot eine langjährige Erfahrung in der Erstellung von Kartengrundlagen speziell für die Versicherungsbranche.

Alle Karten Mittelamerikas wurden von GfK GeoMarketing komplett anhand der aktuellsten Grundlagen digitalisiert und verfeinert. Die Genauigkeit entspricht nun durchgängig mindestens dem Maßstab 1:100.000, verglichen mit dem Maßstab von Papierkarten, vielerorts ist die Genauigkeit noch sehr viel feiner, etwa bei den Küstenlinien.

Klaus Dittmann, Leiter der Kartografie von GfK GeoMarketing, kommentiert: „Mittelamerika ist für Versicherer und Rückversicherer eine interessante Region, in der genaue Kartengrundlagen für das Risikomanagement etwa von Naturgefahren sehr wichtig sind. Speziell Postleitzahlenkarten sind die Grundlage zur Verortung von ortsbezogenen versicherungsrelevanten Daten wie Wohngebäude, Hotel- oder Industrieanlagen, Raffinerien, etc. Auch die hochdetaillierte Digitalisierung der Küstenlinien ist ein Alleinstellungsmerkmal unserer Karten und unverzichtbar in der Risikobewertung durch Versicherungs- und Rückversicherungsunternehmen. Denn viele versicherte Objekte liegen in direkter Küstennähe und sind daher durch Naturgefahren wie Sturm oder Hochwasser besonders gefährdet. Die genaue Lokalisierung von Versicherungsobjekten ist in der Versicherungsbranche überlebenswichtig.“

Die von GfK GeoMarketing erstellten Karten sind die Brücke zwischen den eigentlichen Risiken, den software- und statistikbasierten Risikomodellen und den zu versichernden Werten. Anhand von Postleitzahlen in Adressen von Versicherungsobjekten werden regionale Kumulrisiken ermittelt und auf den digitalen Karten genau lokalisiert und ausgewertet. Ein Abgleich mit den im Computermodell entwickelten Eintrittswahrscheinlichkeiten und der möglichen Schadenshöhe ermöglicht die Kalkulation von nachhaltigen Beitragskonditionen sowohl für die Versicherer als auch für die Rückversicherer.

Insgesamt umfassen die neuen Mittelamerika-Karten von GfK GeoMarketing 100 Landkarten-Layer – in der Vorgängerversion waren es nur 70. Für einige der neuen Karten ist GfK GeoMarketing derzeit sogar der einzige Anbieter.

Zum Beispiel für Mexiko liegt nun erstmalig eine Karte der 2-stelligen Postleitzahlenebene vor. Die administrativen Ebenen wurden umfassend aktualisiert und reflektieren den neuesten Gebietsstand mit 2.456 Gemeinden und 32 Bundesstaaten. Auch bei der Digitalisierung der Städte Mexikos hat sich viel getan. Die Karten zeigen nun rund 3.500 Städte und Gemeinden – gegliedert in 5 Einwohnerklassen und bis zur Größe von unter 10.000 Einwohnern. Daneben enthalten die Mexiko-Karten 2010 die wichtigsten Straßen sowie Gewässer – damit ergibt sich ein wesentlich differenziertes Bild für alle möglichen Einsatzbereiche der Karten im Versicherungsbereich.

In gleicher Weise wurden auch die Karten für die anderen Länder Mittelamerikas – Belize, Bermuda, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua und Panama sowie sämtliche karibischen Inseln und Staaten - komplett aktualisiert und erweitert.

Alle Kartenobjekte sind mit durchgängigen Benennungsmustern in Landessprache und internationaler Bezeichnung versehen. Damit passen die neuen Karten nahtlos zum weltweiten Bezeichnungsschema der Karten von GfK GeoMarketing.


Wie alle digitalen Landkarten von GfK GeoMarketing sind sie in allen gängigen Landkartenformaten wie .shp (ESRI), .mid/mif (MapInfo), aber auch in Datenbankformaten wie .gdb (Geodatabase) oder für Oracle-Anwendungen erhältlich. Die vollständige Flächendeckung, nahtlos passende Grenzen aller Gebiete und Kartenebenen ohne Überlappungen, vollständige Attributierung mit nationalen und lokalen Bezeichnungen oder stufenlose Zoombarkeit garantieren die weltweit durchgängig hohe Qualität der Landkarten.

Weitere Informationen zu den GfK Karten für Mexiko, sowie gesamt Mittel- und Südamerika 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 http://www.gfk-geomarketing.de/karten_mexiko-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

GfK GeoMarketing ist der Anbieter der größten Sammlung digitaler administrativer und postalischer Karten, für 240 Länder weltweit.

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.