

Pressemitteilung

GfK GeoMarketing veröffentlicht neue CRESTA-Karten für Rückversicherer

Datum
25. März 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

GfK GeoMarketing veröffentlicht die aktualisierte und erweiterte digitale CRESTA-Welt-Kartenedition für Rückversicherer. Die Zonen wurden von der CRESTA-Organisation in den letzten Jahren stark verändert und erweitert. GfK GeoMarketing ist seit 2001 der offizielle Kartenlieferant der digitalen CRESTA-Karten.

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:
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Die CRESTA-Edition enthält die weltweiten Naturgefahren-Zonen, wie sie durch die CRESTA-Organisation (Catastrophe Risk Evaluation and Standardizing Target Accumulations) definiert sind. Die Rückversicherer Münchener Rück und Swiss Re definieren die weltweiten CRESTA-Zonen 2009 auf Basis der Landkarten von GfK GeoMarketing.

In den CRESTA-Karten werden länderspezifische Zonen zur einheitlichen und detaillierten Erfassung von Naturgefahren bestimmt. Diese sind in der internationalen Versicherungswirtschaft breit akzeptierte Standards.

Die CRESTA-Edition enthält die offiziellen Zonen- und Subzonen aller Kontinente. Alle Zonen und Subzonen sind mit den offiziellen Nummern attribuiert. Die Digitalisierung beruht auf geografischen Koordinaten (WGS 84). Alle Landkartenschichten sind konsistent und passen lückenlos an die Nachbarländer.

Die Definition der Zonen durch die CRESTA-Organisation erfolgt zunehmend auf Basis der detaillierten weltweiten Postleitzahlen- und Gemeindekarten von GfK GeoMarketing. Dadurch wurden die Zonen in den letzten Jahren stark verändert und verfeinert: Neu in den CRESTA-Karten 2009 ist daher unter anderem die sehr detaillierte CRESTA-Zonen-Karte mit mehr als 21.600 Zonen – in 2006 gab es erst 5.316 Zonen.

Neue und detailliertere CRESTA-Zonen wurden insbesondere für folgende Länder definiert, jeweils auf Basis von detaillierten Gemeinde- oder Postleitzahlkarten von GfK GeoMarketing: Australien und Neuseeland (2.635 und 1.052 Zonen), China (2.472

Zonen), Japan (1.957 Zonen), Griechenland (1.188 Zonen), Italien (4.818 Zonen), sowie Mexico (2.425 Zonen).

„Die hohe Detailgenauigkeit der CRESTA-Karten 2009 trägt der großen Nachfrage nach genauen und verlässlichen Karten- und Datengrundlagen für Rückversicherer Rechnung.“, erläutert Doris Steffen, Projektkoordinatorin für Kartenprojekte bei GfK GeoMarketing, und ergänzt: „In Zeiten des Klimawandels wächst der Bedarf an genauen Kartengrundlagen zur Abschätzung von Schadensrisiken durch Naturschäden weltweit weiter an. Unsere Karten bieten Rückversicherungs-Anbietern daher eine wichtige Basis zur Berechnung ihrer Versicherungspolice.“

Einsatzmöglichkeiten

Digitale Landkarten dienen als Grundlage zur räumlichen Analyse von Daten. Sie werden in speziellen Landkarten-Softwareprogrammen eingesetzt. Die branchenspezifischen CRESTA-Landkarten unterstützen Rückversicherer bei der detaillierten Abschätzung von regionalen Schadenshöhen durch Naturkatastrophen wie Sturm, Überschwemmung oder Erdbeben.

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.

GfK GeoMarketing legt bei der Erstellung in der hauseigenen Kartografie höchsten Wert auf grenzüberschreitende Passgenauigkeit, flächendeckende Darstellung und kartografische Qualität. Die weltweiten Karten von GfK GeoMarketing sind für viele international tätige Unternehmen die Grundlage bei der Planung von Expansionen oder der weltweiten Vertriebstätigkeit sowie im Controlling.

Datenformate

Die Karten sind in den Dateiformaten der GeoMarketing-Software RegioGraph (.lay) sowie der GIS-Software MapInfo Professional (.tab/.mid/.mif) und ESRI ArcGis (Shape (.shp); GeoDatabase (.gdb)) verfügbar. Alle digitalen Karten von GfK GeoMarketing sind vektorbasiert, das heißt unbegrenzt zoombar. Im RegioGraph-Format enthalten viele Länder-Editionen zusätzlich Tele Atlas Straßen. Diese gewährleisten bei

Gebietsplanungen mit RegioGraph, dass natürliche Grenzen wie Flüsse oder Berge mit berücksichtigt werden und ermöglichen das Berechnen von Fahrzeitzonen um Standorte. Mehr Informationen unter www.gfk-geomarketing.de/landkarte.





Weitere Informationen zu den digitalen CRESTA-Karten erhalten Sie unter www.gfk-geomarketing.de/cresta oder bei Doris Steffen, Tel. +49 (0)7251/ 9295 -180, d.steffen@gfk-geomarketing.com.

Download von Grafiken

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

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 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.