

Zeitschrift: Vermessung, Photogrammetrie, Kulturtechnik : VPK = Mensuration, photogrammétrie, génie rural

Herausgeber: Schweizerischer Verein für Vermessung und Kulturtechnik (SVVK) = Société suisse des mensurations et améliorations foncières (SSMAF)

Band: 99 (2001)

Heft: 5

Artikel: GeoSwiss AG, bwv IT solutions AG : Portal für graphische Informationen und Dienstleistungen

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-235775>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 25.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

GeoSwiss AG, bwv IT solutions AG:

Portal für geografische Informationen und Dienstleistungen

GeoSwiss AG – The Geoinformation Network: Die Unternehmung für geografische Informationen und Dienstleistungen kann auf ein Netzwerk von über 1600 Spezialisten der ihr angegliederten Aktionärsfirmen zurückgreifen. Durch die Konzentrierung der Daten, des Know-hows und der Ressourcen dieser Firmen entwickelt sich GeoSwiss zum wichtigsten «Geografischen Portal» und bietet als «One-Stop-Shop» ganzheitliche, systemübergreifende Lösungen und Dienstleistungen im Informationsbereich an. In Zusammenarbeit mit der GeoSwiss-Aktionärsfirma bwv IT solutions AG werden professionelle Lösungen im Bereich Geomarketing angeboten. Geomarketing verbindet Markt-, Kunden- und Unternehmensdaten auf der Basis geografischer Informationssysteme und digitaler Landkarten.

Datenangebot: Adress- und Marktdaten, Pläne in allen Massstäben

GeoSwiss ist durch die Zusammenarbeit mit den lokalen Geometern als einzige Unternehmung in der Schweiz in der Lage, Geodaten aller Massstabsebenen – vom Satellitenbild bis zum parzellenscharfen Ortsplan – im grösseren Umfang anzubieten. Dazu kommen Adress- und Marktdaten der Partnerfirmen. Damit erhält der Kunde ganzheitliche, systemübergreifende Lösungen und Dienstleistungen aus einer Hand.

Beispiele dieses umfassenden Datenangebotes sind: geokodierte Gebäudeadressen (Geo-Post), Strassenvektoren von TeleAtlas (Strassen, Bodenbede-



Abb. 1: Beispiele aus dem Datenangebot GeoSwiss.

GeoSwiss SA – The Geoinformation Network: Cette entreprise d'information géographique et de services s'appuie sur un réseau de plus de 1600 spécialistes rattachés aux firmes actionnaires. Grâce au cumul de données, à l'expérience et aux ressources de ces sociétés, l'entreprise GeoSwiss SA se développe comme le plus grand portail géographique de Suisse et offre, en tant que «one stop shop», des services et solutions systémiques et exhaustives dans le domaine de la géoinformation. En collaboration avec son entreprise actionnaire bwv IT solutions SA, des solutions professionnelles dans le domaine du géomarketing sont proposées. Le géomarketing combine des données marché, clients et entreprises sur une base de systèmes d'information géographique et de cartes nationales digitales.

GeoSwiss SA – The Geoinformation Network: Questa società di informazioni geografiche e servizi può accedere anche ad una rete più ampia, con più di 1600 specialisti che lavorano nelle ditte associate. Grazie all'accumulo di nuovi dati, alle conoscenze e alle risorse di queste ditte, la società si è talmente sviluppata da diventare il più importante riferimento per informazioni geografiche della Svizzera, offrendo inoltre come «one stop shop» soluzioni complete e servizi per ogni bisogno nell'ambito della geoinformazione. In collaborazione con la ditta azionista bwv IT solutions AG vengono offerte soluzioni professionali nell'ambito del geomarketing. Il geomarketing collega mercato, clienti e dati delle imprese sulla base di sistemi d'informazione geografici e mappe digitali.

ckung, Points of Interest), Marktdaten, Privatadressen (Personen und Haushalte) und Firmenadressen mit einer Vielzahl von Qualifikationsmerkmalen, Kümmerly+Frey-Strassenkarten, Grundbuchpläne, Ortspläne, Stadtpläne, digitale Orthofotos, hochauflösende Satellitenaufnahmen in Farbe (IKONOS, 1-Meter-Auflösung). Über die angegliederten Ingenieurbüros ist sowohl die Ersterfassung als auch die Nachführung der Geodaten mit aktuellem Know-how und moderner Infrastruktur gesichert.

GIS online: interaktive Ortspläne

Die Internet-Technologie bietet die Möglichkeit, Daten zentral zu halten, dezentral zu pflegen und Services und Dienstleistungen einem breiten Publikum anzubieten, ohne dabei auf der Kundenseite teure Infrastruktur aufbauen zu müssen. GeoSwiss bietet interessierten Kunden standardisierte Geografische Informationen auf der Internet-Plattform «GIS online» an. Damit wird die Einbindung von einfachen Standortplänen bis hin zu Verknüpfungen mit Kundendatenbanken ermöglicht.

Bereits heute sind auf den Internet-Ser-

vern von GeoSwiss über 300 standardisierte Ortspläne verfügbar, welche von Städten, Gemeinden, Firmen, Organisationen, Verbänden, Vereinen oder der Tourismusbranche genutzt werden können. Die Anwendung wird als Informations- und Werbeplattform für zeitgerechtes und weitreichendes Standortmarke-

ting oder als Dienstleistung interessierten Privatpersonen und lokalen Unternehmen zur Verfügung gestellt. Die Möglichkeit besteht, die Ortspläne zu Gemeindeformationssystemen auszubauen, welche dann – für gewisse Bereiche passwortgeschützt – über Leitungskataster, Ortsplanung, Grundeigentum etc. Auskunft geben können. Die Verwaltung profitiert von den systembedingten Vorteilen wie niedrigen Kosten, geringen Systemanforderungen und einfacher Bedienung genauso wie der interessierte Besucher der Website.

In Zusammenarbeit mit E-Commerce-Spezialisten realisiert GeoSwiss ein Projekt, welches den Verkauf von Geodaten über das Internet erlaubt. Der Kunde kann dabei die Daten sichten, auswählen, bestellen und auch gleich bezahlen. Ziel: transparentes Datenangebot, minimaler Aufwand für die Datenbestellung, kurze Lieferfristen (per Post oder via E-Mail) und optimale Kundenzufriedenheit.

Um unter den zahlreichen und unterschiedlichen Geoinformationen genau jene zu finden, welche benötigt werden, hat GeoSwiss ein Suchsystem, eine so genannte Meta-Datenbank entwickelt. Diese erlaubt die geografische und themati-

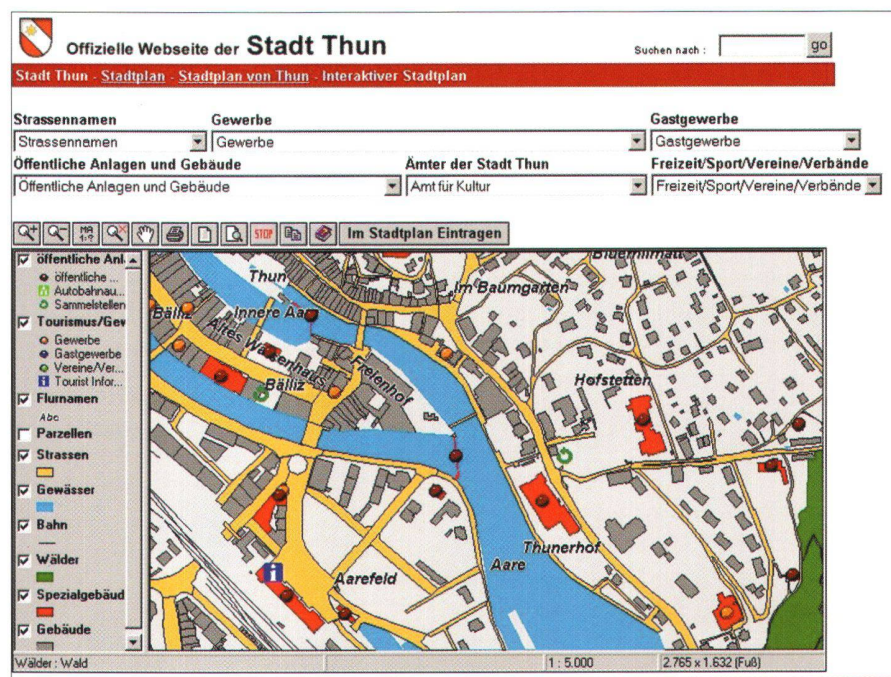


Abb. 2: Interaktiver Ortsplan Thun.

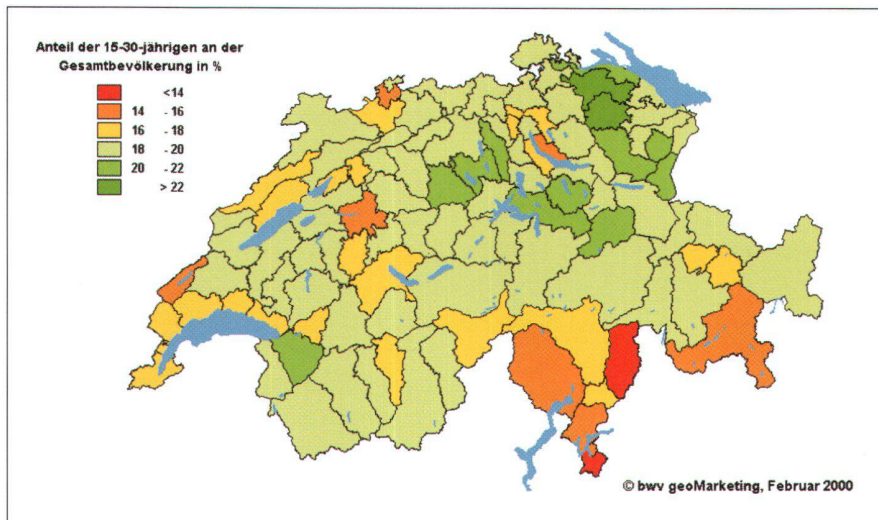


Abb. 3: Regionaler Anteil der 15–30-Jährigen im Jahre 2010.

sche Suche von Datensätzen, das Zusammenstellen beliebiger Geoinformationen über eine Region oder das Anzeigen von Kontakt- und Bestelladressen, analog einem Suchsystem in Bibliotheken. Das zugrundeliegende Datenbankmodell basiert auf internationalen Standards und wird periodisch nachgeführt und angepasst, so dass ein langjähriges Bestehen gewährleistet ist. GeoSwiss bietet dieses System als Dienstleistung an und macht es verschiedenen Nutzern zugänglich. Die Suchmaschine wird also mehrfach genutzt, der Kunde hat nur einen Bruchteil der Entwicklungskosten zu tragen.

Geomarketing: zwei starke Partner

Geomarketing verbindet Markt-, Kunden- und Unternehmensdaten auf der Basis digitaler Landkarten bzw. geografischer Informationssysteme. Dank der langjährigen Erfahrung in Geomarketing und der Partnerschaft mit GeoSwiss bietet «bwv geoMarketing» moderne und umfassende Lösungen an. Zum Beispiel die Visualisierung demographischer Daten (Infrastruktur-, Firmen-, Personen- und Haushaltszahlen) in Kombination mit Geschäftszahlen (Umsatz, Vertriebs- und Filialnetz, Absatzgebiete etc.). Der Kunde kann so seinen Nutzen maximieren, indem er seine Produkte oder Standorte auf

die unterschiedlichen räumlichen Gegebenheiten abstimmt oder seine Werbemassnahmen optimiert. So kann er geeignete Absatzgebiete und Märkte frühzeitig erkennen und erhält aussagekräftige Entscheidungsgrundlagen für seine Standortplanung.

Lösung zur Standortbeurteilung:

- Einzugsgebiet bestimmen

- Darstellung von Veränderungen der Bevölkerungsstruktur
- Bestimmung des Standortprofils (Kennzahlen, Marktanteile, Konkurrenz, Konsumausgaben...)
- Vergleich verschiedener Standorte
- Umsatzmodelle
- Rechnen von Prognosen für neue Standorte.

Weitere Applikationen:

- Streuwurfoptimierung
- Adress-Selektion für Direct-Marketing
- Visualisieren bestehender Kunden (Haushalte, Firmen)
- Customer-Relationship-Management.

Städte im CityServer

Im Auftrag der GeoSwiss AG fotografiert Tele-Info Digital Publishing AG die Schweizer Städte, Haus für Haus. Am Ende dieses ehrgeizigen partnerschaftlichen Projektes mit dem Namen CityServer® entsteht eine digitale Bilddatenbank. Zahlreiche Suchfunktionen ermöglichen auf-

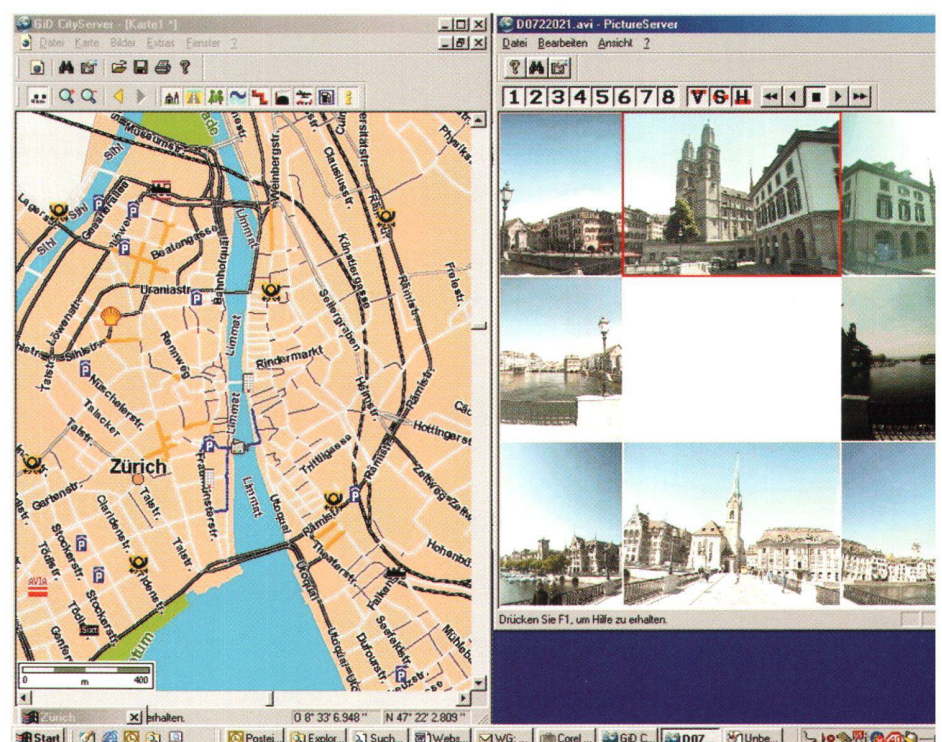


Abb. 4: Zürich im CityServer.

gabenspezifische Lösungen für Kunden in Behörden, Dienstleistung und Wirtschaft. CityServer verbessert die Planung, Dokumentation und Analysemethoden in Ämtern, Hilfs- und Rettungsdiensten, Ordnungsbehörden und bei der Gebäudebewertung. Kurz: überall dort, wo schneller Einblick in örtliche Gegebenheiten zu sachgerechteren Entscheidungen führen und manchmal sogar Leben retten können.

Das mobile Aufnahmesystem als Basis für den CityServer ist patentiert und hat seine Feuertaufe auch international längst hinter sich. Die Systemkomponenten sind in einem Minibus installiert und beinhalten modernste digitale Kamera- und Computertechnologie. So können täglich Millionen präzise geokodierte, hochaufgelöste Farb-Aufnahmen geliefert werden: Gebäude, Bepflanzung, Verkehrsordnungssysteme, Baulücken, lokale Werbeflächen und vieles mehr. CityServer gewährleistet einen quasi Rundumblick am Computerbildschirm in direkter Darstellung mit der dazugehörigen digitalen Stadtkarte und Geo-Informationssystemen.

mit seinem Laptop seinen Kunden besuchen und ihm am Bildschirm auf einem Übersichtsplan vor Augen führen, wie dicht ein Plakatnetz gewoben ist, wie die einzelnen Plakatstellen über das Gebiet verteilt sind, wie die Standorte aussehen oder welche Plakatflächen in welcher Qualität wo zur Verfügung stehen. In einem ersten Schritt holt der Kundenbetreuer einen Übersichtsplan einer Zielgemeinde auf den Bildschirm. Zusammen mit dem Kunden wählt er nach dessen Bedürfnissen auf einem Selektionsfenster die Plakatprodukte aus, die visualisiert werden sollen. Prompt erscheinen auf dem Übersichtsplan beispielsweise alle B200-Flächen mit grünen und alle B12-Flächen mit roten Symbolen. Ein kleiner Pfeil im Symbol markiert die Blickrichtung des einzelnen Plakatträgers. Der Kartenausschnitt mit den Standortssymbolen kann nach Belieben mit einem Zoom vergrößert oder verkleinert werden, um den exakten Standort auszumachen. Für grosse Bauobjekte wie Bahnhöfe oder Einkaufszentren hat die APG spezielle Objektpläne erstellt, in denen die einzelnen Plakatstellen auf jedem Stockwerk einge-

tragen wurden. Zu jedem einzelnen Plakatstandort wurde das dazu gehörende Foto der Plakatfläche hinterlegt: Der Kunde soll sich selber ein Bild machen können von den Qualitäten und dem Umfeld der einzelnen Plakatstelle. Ebenso übersichtlich werden ihm in einem weiteren Fenster auch die dazu gehörenden Flächendaten aufgelistet, beispielsweise die genaue Adresse, die Koordinaten, der Blickwinkel und allfällige Aushang-Restriktionen.

Im internen Gebrauch dient die Visualisierung der Plakatnetze als flexibles und einfach zu handhabendes Instrument für Marketing und Produkteplanung: Auf einen Blick werden Lücken oder Unausgeglichenheit eines Plakatnetzes oder unattraktive Einzelstellen ersichtlich. Dabei sind die Spielmöglichkeiten von APGVis noch lange nicht ausgereizt. Mit dem System können beispielsweise auch einzelne Klebetouren am Bildschirm simuliert und optimiert werden. Der Mitarbeiter, der im Flächendienst für die Betreuung und Bearbeitung der Plakatstellen zuständig ist, kann sich rasch seine eigenen Filter zusammensetzen: Zum Beispiel, ob eine Pla-

Plakatstellen auf einen Blick

Die Allgemeine Plakatgesellschaft APG, Schweizer Marktleader, setzt GIS für ihre Plakatplanung und den Plakatflächenverkauf ein. Sie hat zusammen mit GeoSwiss das weltweit einzigartige Visualisierungsinstrument APGVis® geschaffen. In Zug, einer überschaubaren Schweizer Musterregion mit einer für Testmarketing ideal geeigneten Bevölkerungsmischung von Stadt, Agglomeration und Landschaft, lief im letzten Jahr das Pilotprojekt, in dem das neue Verkaufs- und Planungstool entwickelt, getestet und zur Einsatzreife gebracht wurde. Das System basiert auf dem digitalisierten Kartenwerk des Bundesamtes für Landestopographie im Massstab 1:25 000 und erlaubt die metergenaue Darstellung jeder einzelnen Aushangfläche.

Der APG-Aussendienstmitarbeiter kann



Abb. 5: Plakatnetze im Überblick: Visualisierung von B200-Flächen (grün) und B12-Flächen (rot) an Hand der individuell wählbaren Selektionsliste.

katstelle auf öffentlichem oder privatem Grund steht oder welches Trägermaterial wo zur Anwendung gelangt. Er kann das Angebot auch nach verschiedenen Formaten durchforsten oder nach den verschiedenen Sichtwinkeln, wie die Plakate zum Passantenstrom stehen.

Hinter APGVis steckt ein enormer Aufwand: Allein für die Region Zug mussten rund 1000 Plakatflächen digital fotogra-

fiziert und mit den entsprechenden Adressen in das System eingespeist werden. Zudem wurde jedes einzelne Foto mit 15 Merkmalen qualifiziert. Nach dem erfolgreich beendeten Pilotversuch in Zug werden bis Mitte 2001 alle Agglomerationen der Schweiz von APGVis abgedeckt: ein digitaler Bilderberg von rund 100 000 Fotografien. Ab Herbst 2001 wird APGVis flächendeckend für alle Agglomerationen

der Schweiz zur Verfügung stehen. Dann können Kunden ihre Kampagnen für das Jahr 2002 disponieren. Natürlich könnte das neue System in einer späteren zweiten Phase auch ins Internet gestellt werden – vorausgesetzt, die Kommunikationsverbindungen ins Netz werden so schnell, dass sie die anfallenden grossen Datenmengen in nützlicher Zeit schlucken können.

GeoSwiss AG

Hinter der Firma GeoSwiss AG steht seit 1997 – getreu dem Leitspruch «The Geoinformation Network» – ein schweizweites Netz von lokal verwurzelten Fachleuten wie Geometern, Ingenieuren, Informatikern, Geografen, Kartografen, Planern und Ökonomen.

Mit der ständig wachsenden Anzahl Partnern und deren geografischer Verteilung nimmt GeoSwiss eine führende Stellung im Geoinformationsmarkt der Schweiz ein. So kann bereits heute zur Erledigung von Kundenaufträgen auf einen Pool von über 1600 Mitarbeiter zurückgegriffen werden. Neben Fachwissen werden auch jegliche Art von Daten, Dienstleistungen und Beratungen im Geoinformationsbereich offeriert. Durch den Einsatz aller gängigen Informatiksysteme besitzt GeoSwiss fundierte Kenntnisse, was die Unternehmung zum Kompetenzzentrum macht. Als «One-Stop-Shop» werden ganzheitliche, kundenspezifische und systemunabhängige GIS-Lösungen angeboten, von der Projektorganisation über die Daten-, Hard- und Softwarebeschaffung bis hin zur Systemintegration, Analyse und Nachführung.



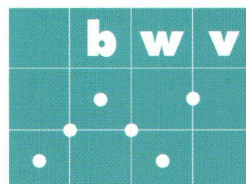
GeoSwiss AG
Hertensteinstrasse 28
CH-6004 Luzern
Telefon 041 / 419 30 50
Telefax 041 / 419 30 55
info@geoswiss.com
www.geoswiss.com

bwv IT solutions AG

Seit über zehn Jahre steht der Name bwv für professionelle Lösungen im Bereich Geomarketing. Bekannt geworden für die umfangreichste Merkmalsdatenbank der Schweiz, sind bwv eigene Geomarketing-Tools bei vielen Unternehmen im Einsatz.

Die fünf Ebenen der bwv Qualifikationsmerkmale umfassen über 5000 Merkmale:

- Gemeinden: Altersklassen, Bevölkerungsentwicklung bis 2010, Einkommen, Kaufverhalten, branchenspezifische Daten (Motorfahrzeuge, Banken, Versicherungen u.a.), Arbeitsstätten usw.
- Zellen (Quartiere): Wohnstruktur, Gebäudealter, Sozialstruktur, Vermögensverteilung usw.
- Liegenschaften: Gebäudeart, Anzahl Haushalte, Haushaltsstruktur
- Haushalte: aktuelle Adresse, Telefonnummer, Anzahl Fahrzeuge usw.
- Personen: Alter, Beruf, Einkommen, Vermögen usw.



bwv IT solutions AG
Bionstrasse 7
CH-9015 St. Gallen
Telefon 071 / 313 27 27
Telefax 071 / 313 27 28
www.bwv.ch