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: 97 (1999)

Heft: 3

Rubrik: Forum = Tribune

Autor: [s.n.]

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: 12.07.2025

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

Neue GIS-Anwendungen im Vormarsch

Was SOGI- und GISWISS-Mitglieder schon lange wissen: Geoengineering, Geomarketing, Geobanking – neue Schlagworte entscheiden über zukünftige Marktanteile. Was dahintersteckt – raumbezogene Informationstechnologie und Geoinformatik – und welche Anwender und Anbieter auf dem Markt sind, zeigt die GEObit – Internationale Fachmesse für raumbezogene Informationstechnologie und Geoinformatik – vom 4. bis 7. Mai 1999 in Leipzig. Als weltweit erste Anwendermesse für Geoinformatik richtet sich die GEObit über die klassischen Zielgruppen hinaus an neue Anwender wie die Finanzwirtschaft, Immobilienbranche, Ver- und Entsorgung, Gemeinden, Tourismusbranche, Verkehr, Handel und Logistik. Die erste GEObit 1998 war auf grosse Resonanz gestossen: 6000 Fachbesucher hatten sich über das Angebot der 237 Aussteller aus 13 Ländern informiert. Das Messeangebot umfasst vier Bereiche: Software, Hardware für spezielle Geoanwendungen, geografische Basisdaten und aufbereitete Datenangebote sowie eine breite Palette von Dienstleistungen und Beratung.

Neue GIS-Anwendungen

Die traditionellen GIS-Anbieter und GIS-Anwender haben sich in zahlreichen Ländern organisiert. So entstand in der Schweiz die SOGI und in Deutschland die DDGI. Die Geoinformatik setzt sich nun zunehmend in weiteren Wirtschaftszweigen durch. Dies zeigt sich auch in der GIS-Einbindung in andere Anwendungen: SAP widmet sich dem GIS-Thema und bindet die GIS-Komponente in ihr Business-Warehouse ein. Microsoft entwickelt ein eigenständiges Produkt, das Geoinformatikanwendungen an jedem Rechner ermöglicht.
Michael Sittard, Geschäftsführer der ESRI GmbH Deutschland und Mitglied des GEObit-Messebeirates: «Durch die zunehmende Planungstätigkeit in allen Wirtschaftszweigen kommen neue Marktsegmente hinzu, z.B. beim Geomarketing und in der Telekommunikation wächst die Bedeutung der GIS-Anwendungen. Auch das Internet trägt zur breiteren Anwendung der Geoinformatik bei: Es bietet eine Schnittstelle, wo sich die Geoinformatik in eine Massenanwendung hineinbewegt».

Überproportionales Wachstum bei den Geomarketingprojekten

Geomarketingprojekte weisen in zahlreichen Unternehmen ein überproportionales Wachstum gegenüber den traditionellen Projekten auf.
Reinhard Potzner, Division Manager für Regionalforschung bei der GfK Marktforschung GmbH: «Wir beschäftigen uns mit Bereichen wie Standortforschung und Expansionsberatung, Absatzplanung, Aussendienststeuerung und Vertriebsplanung. In allen diesen Feldern sind Teile nur mit modernen Geomarketinginstrumenten zu bearbeiten.» Ein Baustein des Geomarketing sind regionale Daten. Die GfK ist daher Partner aller relevanten GIS-Anbieter, die im Bereich Geomarketing tätig sind. Aufbauend auf deren Produkten entwickelt die GfK kunden- oder problemspezifische Lösungen.

Wachstumspotentiale noch nicht ausgeschöpft

Die Wachstumspotentiale in der Geoinformatik sind erst zu 30% bis 40% ausgeschöpft.
Heinz Leonhardt, Vorstandsmitglied der PRO DV Software GmbH und des Bundesverbandes Informationstechnologie: «Neue Anwen-

Direktmarketing und Distributionsplanung

Im Handel und im Finanzsektor gibt es vom Direktmarketing bis hin zur Distributionsplanung eine grosse Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten. Angefangen bei der Frage, wo wohnt mein Kunde, über die Bestimmung des kürzesten/schnellsten Lieferweges bis hin zur Darstellung der Ergebnisse in unterschiedlichen Vertriebsgebieten besteht ein enormer Bedarf nach der effizienten Verknüpfung von Sachinformationen mit ihrer räumlichen Lage. Speditionen schaffen eine direkte Verbindung zwischen Dispositionsarbeitsplätzen und den Fahrern, lenken ihre Fuhrparks durch die aktuelle Ortsbestimmung der Fahrzeuge unter Berücksichtigung der Strassendaten inklusive aktueller Verkehrslage sowie der aktuellen Speditionsaufträge mit einer bisher ungekannten Flexibilität.

Standortplanung

Zahlreiche Unternehmen planen neue Standorte und deren Abgrenzung mit Hilfe der Geoinformatik, indem sie auf digitalen Karten Informationen z.B. zur Bevölkerungsverteilung, der Verkehrserschliessung und der Kaufkraft analysieren.

Banken

Banken analysieren Wettbewerbssituationen von Kunden mit Hilfe der Geoinformatik, passen die diversen Dienstleistungsangebote an die soziale Struktur der Umgebung jeder Filiale an; auch das Filialnetz selbst kann unter die Lupe genommen werden.

Assekuranz

Versicherungen verknüpfen ihre Kundendateien mit soziodemographischen Auswertungen und können Tarife, aber auch die Hilfe im Schadensfalle wesentlich flexibler und kostengünstiger gestalten.

Bau und Planung

Für Planung, Projektierung und Baurealisierung sind Geodaten unerlässlich, der rasche Austausch von Geoinformationen und Plänen ist unentbehrlich.

Tourismus

Tourismusunternehmen bewirtschaften und vermarkten Angebote mit direktem Raumbezug. Der Einsatz von Geoinformatik ist die logische Folgerung.

Energieversorgung

Energieversorgungsunternehmen bis hinunter auf die Grösse von Stadtwerken, können mit Geoinformatik ihre Netzauslastung analysieren und optimieren, verbinden die Dokumentation der Netze mit den betriebswirtschaftlichen Daten und erhalten so eine optimierte Investitionssteuerung.

Gemeinden

Gemeinden effektivieren ihre Planung, die Zusammenarbeit der verschiedenen Behörden und können über das Internet zu einer völlig neuen Qualität der Beziehungen zu ihren Bürgern gelangen.

GEObit
Internationale Fachmesse
für raumbezogene Informationstechnologie und Geoinformatik
4.–7. Mai 1999 in Leipzig
www.geobit.de

Leserreise 4./5. Mai 1999
Auskünfte:
Leipziger Messe
Postfach 354
5430 Wettingen
Tel. 056 / 426 49 14
Fax 056 / 427 16 47
e-mail: schmidtravel@bluewin.ch

dungsbereiche in erheblicher Fülle und zwar in nahezu allen Zweigen der Wirtschaft werden sich auftun. In der Energieversorgung, bei Transportunternehmen, in den grossen Lebensmittelketten und in anderen Bereichen wird zunehmend mit Geoinformatik gearbeitet, um Kosten zu reduzieren.»

OpenGIS Consortium
Das OpenGIS Consortium (OGC), Wayland, USA, hat 1999 erneut die Partnerschaft für die GEObit übernommen. Als internationaler Zusammenschluss von über 100 Unternehmen (darunter alle Marktführer), Hochschulen und Behörden fördert das Consortium durch die Zertifizierung von technologischen Standards zum Datenaustausch die breitere Anwendung der Geoinformatik.

GEObit-Kongress '99
In drei parallelen Vortragsreihen werden die Zielgruppen Transport/Verkehr, Versorgungsunternehmen und Handel/Finanzen angesprochen. Inhalte sind zum Beispiel die Anpassung der erforderlichen Organisationsstrukturen, die Motivation der Mitarbeiter, die optimale Einführung von Geoinformatik in die Datenverwaltung-Umgebung der Unternehmen und Behörden sowie die zu erwartenden Kosten und Effizienzpotentiale.
Elmar Witten, Leiter der Managerakademie des Wirtschaftsverlages Carl Ueberreuter, Frankfurt: «Im nutzen- und anwenderorientierten Managementkongress präsentieren Unternehmen ihre Erfahrungen mit dem Einsatz von raum- und adressbezogenen Daten sowie mit Desktop Mapping und Geographischen Informationssystemen.»

Th. Glatthard

Kurz und bündig Anweisungen erteilen. Unmittelbar und direkt Informationen entgegennehmen. Schnell ausführen. Ohne zeitraubendes Wählen und Warten. Einfach Taste drücken und sprechen. Verbindung ist sofort hergestellt. Das ist Motorola Sprechfunk. Für jeden Anwender. Immer das passende Modell. Handlich, vielseitig und robust. Keine Gesprächsgebühren. Ideal für Service, Unterhalt, Sicherheit, Bau, Vermessung usw..

Motorola-Funkgeräte gibt's im Funkfachhandel oder bei:

Professional Radio
MOTCOM
Communication
Motcom Communication AG
Herostrasse 9, 8048 Zürich
Tel. 01-431 90 90, Fax 01-431 90 78
www.motcom-com.ch
contact@motcom-com.ch

GRATIS-FUNK-KONTAKT 997
JA, ich bin an modernem Sprechfunk interessiert.
❒ Bitte senden Sie mir das kostenlose **Funk-Info-Paket.**
❒ Senden Sie mir bitte das **Händlerverzeichnis.**
Name/Vorname
Firma
Strasse
PLZ/Ort
Telefon
Telefax
Senden an: Motcom Communication AG, Herostr. 9, 8048 Zürich