

SUCHEN

UNSERE PARTNER

LINKS KATEGORIEN 

BONNER WIRTSCHAFTSBLOG

-  [Das Blog für Bonn](#)
-  [Partner](#)
-  [Kommentator](#)
-  [Redakteur](#)
-  [Newsletter](#)
-  [Kontakt](#)
-  [RSS abonnieren](#)

APRIL, 2008

| M | D | M | D | F | S | S |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | | | | |

[« Bonn: 540 Teilnehmer auf...](#)
[TTI-Systemetikett von Bizerba erhält... »](#)

Bonn: Kooperation von infoware und infas GEOdaten

 Geschrieben am [Donnerstag 17 April 2008](#)

Bonn - infoware GmbH und infas GEOdaten GmbH, eines der marktführenden Unternehmen im Bereich Geomarketing, wollen ihre Technologiepartnerschaft sukzessiv weiter ausbauen. Nach mehrjähriger erfolgreicher Zusammenarbeit soll infoware-Technologie nun in noch größerem Umfang Bestandteil wichtiger Standardprodukte von infas GEOdaten werden. Mit dieser Entscheidung tragen die beiden Bonner Unternehmen der Tatsache Rechnung, dass die Qualität der zugrundeliegenden Kartentechnologie auch bei der Analyse und Darstellung von Markt-, Kunden- und Unternehmensdaten zunehmend zum Entscheidungskriterium für die Kunden wird.

Wo befinden sich interessante Kunden? Wo verkaufen sich unsere Produkte besonders gut? Dies sind typische Fragestellungen im Geomarketing, einem stark wachsenden IT-Segment, das aktuelle wie potenzielle Märkte nach räumlichen Strukturen analysiert, um den Absatz von Produkten effektiver planen und messbar steuern zu können. Die infas GEOdaten GmbH nutzt erfolgreich seit über 5 Jahren die Technologie von infoware, um hochkomplexe Unternehmens- und Marktdaten ihrer Kunden räumlich zu verorten und nach unterschiedlichen Kriterien auf Karten zu visualisieren.

In der Kooperation konnten bisher zahlreiche erfolgreiche Projekte realisiert werden, so etwa eine Lösung zum weiteren Ausbau und zur Optimierung bestehender "T-Punkte". Auftraggeber war die T-Punkt Vertriebsgesellschaft mbH, ein Tochterunternehmen der Deutschen Telekom. Technische Basis der Applikation ist die Mappingkomponente mapsuite von infoware, deren Funktionsbausteine und Server exakt auf die Anforderungen der T-Punkt Vertriebsgesellschaft zugeschnitten wurden. Ebenfalls integriert ist die Enterprise-Version des JCoder von infas GEOdaten, die derzeit leistungsfähigste Geocodierungssoftware am Markt. Auch diese enthält infoware-Technologie. Auch für andere Großkunden realisierten die Partner unternehmensweite Auskunft- und Planungslösungen.

Dazu ist intelligente Kartentechnologie erforderlich, die sich nahtlos in vielfältige unternehmensinterne Prozesse integriert, dort auf die erforderlichen Daten zugreift und diese unter der jeweils gewünschten Aufgabenstellung präsentiert. Unter dieser Maßgabe ist die Ausweitung der Zusammenarbeit zwischen infas GEOdaten und infoware ein naheliegender strategischer Schritt: Schon bald soll der MarktAnalyst®, die Geomarketing-Komplettlösung von infasGEOdaten für europäische Länder, mit weiteren kartenbasierten Features angereichert werden. Die nächste Version 2.1 wird standardmäßig nun auch die Routing-Funktionen der mapsuite-Technologie von infoware enthalten und somit z.B. die Planung von Außendienst-Routen unterstützen. Martin Langhoff, Geschäftsführer bei infoware und zuständig für Entwicklung und Projekte im Bereich Mapping und Routing, sieht hier den Anfang eines sehr positiven Trends: „Kunden und Kooperationspartner erkennen heute, dass Karten-technologie in vielen strategischen Unternehmensprozessen an Bedeutung gewinnt – von der Planung über die Analyse bis hin zum Direktmarketing. Für diese Anforderungen sind die Standardkarten aus dem Internet nicht gerüstet – und das ist unser Vorteil.“

PRESSEKONTAKT:

infas GEOdaten GmbH
Eckhard Georgi
Leiter Marketing
Villa Marienforst
Marienforster Straße 52
D-53177 Bonn
Phone +49 (0) 228-8496-270, Fax +49 (0) 228-8496-130
e.georgi@infas-geodaten.de
www.infas-geodaten.de

ZUM THEMA GEOMARKETING IN KÜRZE:

Jeder Kontakt zwischen (potenziellem) Kunden und Unternehmen hat einen räumlichen Aspekt. Geomarketing ergänzt die kompletten klassischen Marketinginstrumente Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik um die geographische Komponente. Geomarketing beantwortet mikrogeographisch genau (also hausgenau) die Frage nach dem „Wo“, also etwa:

Wo hat welches Produkt welche Absatzchancen?

Wo ist welcher Preis erzielbar?

Wo befinden sich geeignete Standorte bzw. Vertriebsgebiete?

Wo leben Kunden und Zielgruppen und wo macht folglich Werbung Sinn?

www.infas-geodaten.de

Wo sind gute/schlechte Standorte/Vertriebsgebiete und warum?

Durch die Beantwortung dieser Fragen optimiert Geomarketing das komplette Bestandsgeschäft und lokalisiert präzise die Potenziale für Up-Selling, Cross-Selling oder New Business. Dadurch hat es sich in Europa zu einem unverzichtbaren strategischen Management-Instrument für viele Unternehmensbereiche entwickelt wie etwa Geschäftsführung, Vertrieb, Marketing, Controlling, Expansionsplanung, Produktentwicklung, Versorgungsplanung und Logistik, u.v.m.

ZU infas GEOdaten:

infas GEOdaten ist als Full Service-Anbieter einer der Marktführer für Geomarketing. Einzigartig ist das Modell der 4 Säulen, das Geomarketing klar definiert und gleichzeitig die Basis der Produkt- und Leistungskonstellation für ganz Europa bildet:

Marktinformationen: Marktdaten mit mehr als 500 Merkmalen (z.B. Kaufkraft nach Produkten, Soziodemographie, Potenzialkennziffern, etc.), hausgenaue Mikrogeographie mit mehr als 50 Variablen, exakte Hausbewertung, Consumer-, Business- und Lifestyle-Adressen.

Geodaten: Hauskoordinaten, Grenzen, mikrogeographische Raster, digitale Straßenkarten (GEOstreet+), feinsträumige Analyseraster, usw.

Analysen: Markt- und Potenzialanalysen, Vertriebsgebiets- und Kundenstruktur, Milieu- und Zielgruppensegmentierung, Standortanalysen, usw.

Systeme: Der JCoder ist eine der leistungsfähigsten Geocodierungssoftwares. All-in-One: Der MarktAnalyst ist die Geomarketing-Komplett-Lösung für Europa.

infas GEOdaten ist eine 100% Tochter der Schober Information Group und mit den Standorten Bonn und München in Deutschland vertreten. Die Schober Information Group ist mit 400 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 142 Millionen Euro einer der führenden Informationsprovider für Hersteller, Handel und Dienstleistungsunternehmen in Europa.