



Geomarketing Atlas - Konzept und prototypische Umsetzung zur unternehmensgerechten Visualisierung von Marktdaten

Bachelorarbeit von Maria Beyer

Im Bereich des Vertriebs und des Marketings sind Analysen von räumlichen Zusammenhängen schon immer sehr wichtig. Hinzu kommt, dass diese Analysen durch die rasante technologische Entwicklung von geographischen Informationssystemen zunehmend einfacher werden und Unternehmen somit in der Lage sind, individuell optimale Entscheidungen für das Unternehmen zu treffen. So kann beispielsweise unter Berücksichtigung der Zielgruppe der perfekte Standort einer weiteren Filiale ermittelt werden.

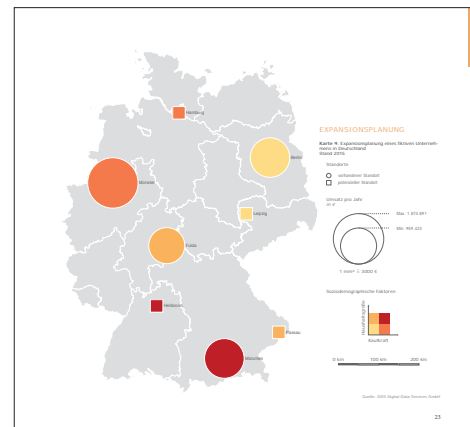


Cover des Geomarketing Atlas

Diese Analyse und Beschreibung räumlicher Zusammenhänge wird als Geomarketing bezeichnet. Optimal eingesetzt stellt es ein enorm wichtiges Instrument für die Unternehmensführung und somit für die erfolgreiche Zukunft eines Unternehmens dar. Zum heutigen Zeitpunkt ist allerdings Geomarketing in Unternehmen noch nicht flächendeckend vertreten.

Das Ziel dieser Arbeit ist daher die Entwicklung eines Konzeptes für einen Geomarketing-Atlas, der vor allem Interessierten aus Unternehmen einen schnellen, übersichtlichen und umfangreichen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten des Geomarketings verschaffen soll. Um dieses Ziel zu erreichen, werden verschiedene Anforderungen an den Atlas gestellt.

Auf Basis dieser Anforderungen wird schrittweise ein Konzept erstellt. Zunächst wird das Format und die Erscheinungsform festgelegt. Die Definition und Gliederung der Inhalte erfolgt so, dass alle relevanten Themen des Geomarketings abgedeckt sind und für den Leser eine logische Reihenfolge ergeben. Nachdem die Inhalte aller Karten definiert sind, werden die passenden Grundlagendaten beschafft. Ein Großteil hiervon wird von der Firma DDS Digital Data Services GmbH bereitgestellt. Im nächsten Schritt werden alle kartographisch-gestalterischen Elemente in einem Darstellungskonzept definiert, bevor abschließend das Layout des gesamten Atlas festgelegt wird. Das gesamte Konzept wird in einem Prototyp praktisch realisiert.



Beispielseite des Atlas

Zur endgültigen Realisierung des Atlas sind noch einige weitere Schritte notwendig. Zunächst müssen die fehlenden Inhalte genau definiert, die entsprechenden Daten beschafft und die Karten erstellt werden, bevor fertigungstechnische Fragen, wie die Papierart, Bindung, Auflage etc., in Zusammenarbeit mit einem Verlag geklärt werden können. Im Anschluss daran kann die Herstellung durchgeführt und der Vertrieb gestartet werden.