Nouvelles des firmes = Firmenberichte

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Geomatik Schweiz : Geoinformation und Landmanagement = Géomatique Suisse : géoinformation et gestion du territoire = Geomatica Svizzera : geoinformazione e gestione del territorio**

Band (Jahr): **118 (2020)**

Heft 4

PDF erstellt am: **02.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

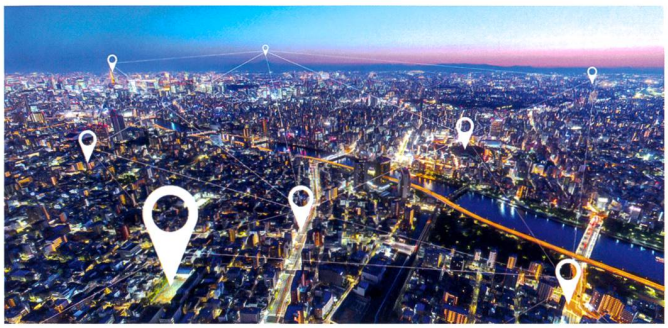
Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

«Unternehmen dürfen den Anschluss nicht verlieren» – Location Intelligence Experte Philipp Marty im Interview



Wie schaffen es Unternehmen, den rasanten Marktentwicklungen gerecht zu werden? Wie finden sie neue Märkte, bevor es die Konkurrenz tut? Und wie nutzen sie vorhandene Potenziale? Im Interview verrät Esri Experte Philipp Marty, warum immer mehr erfolgreiche Unternehmen auf Mapping-Technologien setzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Märkte sind komplex, die Konkurrenz wird immer grösser. Wie schaffen es Unternehmen, wettbewerbsfähig zu bleiben?
Wer heute wettbewerbsfähig sein möchte, ist auf die effiziente Nutzung von Daten angewiesen. Die Unternehmen, die es schaffen, aus grossen Datenmengen verwertbare Informationen abzuleiten, haben die Nase vorne. Das Interessante dabei ist, dass die Muster und Zusammenhänge hinter den Daten dann zum Vorschein kommen, wenn sie in ihren räumlichen Kontext gesetzt werden. Deshalb setzen viele erfolgreiche Unternehmen heute auf Location Technologien, um das volle Potenzial gewonnener Daten auszuschöpfen.

Können Sie ein Beispiel nennen: Welche Bereiche profitieren von raumbezogenen Datenanalysen?
Ein anschauliches Beispiel ist sicherlich die Expansionsplanung im Einzelhandel: in vielen Fällen bislang eine Domäne des Bauchgefühls des Expansionsleiters oder eine kostspielige Auslagerung an Beratungsunternehmen. Viele Unternehmen bauen bei der Expansionsplanung heute auf Geoinformationssysteme, kurz GIS. Sie verarbeiten und analysieren Daten aus unterschiedlichen Quellen und visualisieren sie auf digitalen Karten.
Mit den kartenbasierten Analysen lassen sich zum Beispiel Einzugsgebiete von Filialen nach Fahr- oder Gehzeit realitätsnah modellieren, Potenziale und deren Ausschöpfung mit standardisierten Kennzahlen zur Soziodemografie ermitteln, Kannibalisierungs-Effekte erkennen und auch Einflüsse der Mitbewerber abschätzen. Das macht Standortauswahlen, die in der Regel mit hohen Investitionssummen verbunden sind, sicherer. Das Risiko für Verluste wird minimiert.

Das heisst: Digitale Karten als Entscheidungsgrundlage?
Genau. Unternehmen dürfen den Anschluss nicht verlieren. Das schaffen sie, indem sie Datenanalysen zur Grundlage strategischer Entscheidungen machen. Die Analysen beeinflussen die künftige Marktpositionierung, unterstützen das operative Tagesgeschäft und erlauben dessen Monitoring. Davon profitieren unterschiedliche Bereiche wie der Vertrieb, die Immobilienplanung oder das Marketing.

Welche Unternehmen setzen bereits auf Geoinformationssysteme?
Die Migros, das grösste Detailhandelsunternehmen der Schweiz, ist sicherlich eine Vorreiterin, wenn es um den Einsatz von Location Intelligence geht. Sie verfügt über verschiedene Brands, die sie mithilfe von Geoinformationssystemen auf den Zielmärkten positioniert. Spannend ist, dass bei der Migros auch diverse Fragestellungen ausserhalb der Expansionsplanung mit GIS beantwortet werden, beispielsweise im Bereich der Supply Chain. Hier lassen sich die Datenanalysen nutzen, um CO_2 einzusparen oder die Risikopotenziale entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren.

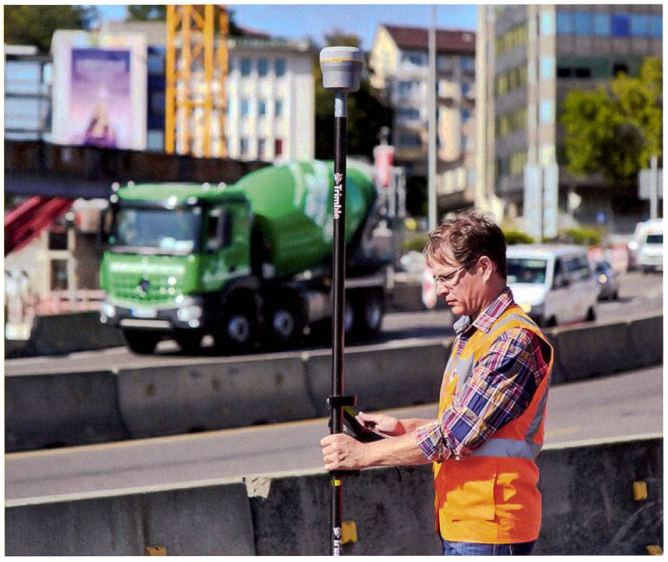
Expansionsplanung, Supply Chain Management, Risikominimierung – wo lohnt sich der Einsatz von Geoinformationssystemen im Handel sonst noch?
Die raumbezogene Analyse und Visualisierung kundenbezogener Daten hilft zudem, die richtige Balance zwischen den verschiedenen Vertriebskanälen zu finden: Points of Sale, Online, Mobile. Kundenbefragungen und deren Geo-Analyse ermöglichen Rückschlüsse auf das tatsächliche Einzugsgebiet, Kundensegmente und die optimale Sortimentsgestaltung der Filialen. Auch der Werbemitteleinsatz lässt sich auf dieser Basis zielgenauer und damit kostensparend planen.
Die Planung von Vertriebsgebieten auf der Basis von Wegstrecken der Mitarbeiter*innen und den Gebietspotenzialen schafft ausserdem mehr Effizienz im Personaleinsatz sowie eine bessere Vergleichbarkeit der Gebiete.

Werden Standort- und Marktentscheidungen auch in anderen Branchen mit GIS gelöst?
Ja. Neben dem Handel finden location-basierte Analysen auch bei Immobilien-Dienstleistern, Banken, Versicherungen, Telekommunikationsunternehmen und bei zahllosen weiteren Dienstleistern statt. Es ist keine Neuigkeit, dass in all diesen Branchen-Organisationen zunehmend mit Konkurrenz-, Optimierungs- und Innovationsdruck konfrontiert sind. Was zunimmt, ist die Erkenntnis, dass aus der Analyse von raumbezogenen Daten wertvolle Informationen für schnelle und belastbare datengestützte Entscheidungen gewonnen werden können. Eine Location Strategy hilft Unternehmen, den Wettbewerbern voraus zu sein.
Das Interview führte: Denis Heuring

Treffen Sie uns persönlich auf der GEOSummit 2020 in Bern.

Kontakt:
Philipp Marty
Head of Digital Business
Germany and Switzerland
Esri Schweiz AG
Josefstrasse 218
CH-8005 Zürich
Telefon 41 58 267 19 28
p.marty@esri.ch
www.esri.ch

Neuer GNSS-Empfänger Trimble R12 – starke Leistung auch unter schwierigen Bedingungen



Mit dem Trimble R12 stellt die ALLNAV ein High-Performance GNSS-System vor, das für eine verbesserte Leistung auch unter schwierigen GNSS-Bedingungen entwickelt wurde. Das wegweisende Signalmanagement und eine hohe Strapazierfähigkeit machen den Trimble R12 GNSS zum idealen Werkzeug für den Einsatz in dicht bewachsenem Gelände und stark bebauten Gebieten.

Leistungsstarke Technologien wie Trimble ProPoint, Trimble SurePoint, Trimble RTX-Korrekturdienst, Trimble 360 und Trimble xFill bieten mehr als umfassende GNSS-Unterstützung und sorgen dafür, dass Vermesser umfangreichere Datenmengen unabhängig vom Arbeitsauftrag oder Einsatzgebiet mit höherer Genauigkeit schneller und bequemer als bisher erfassen können.

Der R12 GNSS ist perfekt in die Trimble-Systemwelt integriert und kann mit den bestehenden Trimble Instrumenten, Feldrechnern und Softwareanwendungen kombiniert werden.

Eigenschaften:

- Höhere Genauigkeit unter schwierigen Umgebungsbedingungen dank neuester Trimble ProPoint Technologie
- Hochgenaue Positionsmessung und Neigungskompensation mit der Trimble SurePoint-Technologie
- Trimble xFill-Technologie für fortgesetzte RTK-Abdeckung bei Verbindungsunterbrechung
- Unterstützt Trimble CenterPoint RTX-Korrekturtechnologie mit RTK-Präzision
- Hochmoderne Satellitenverfolgung mit Trimble 360-Empfängertechnologie
- Ergonomisches und robustes Design mit IP67-Schutzstatus
- Datenverbindung über Mobilfunkmodem, Bluetooth® und Wi-Fi
- Akku mit eingebauter Statusanzeige und langer Betriebsdauer

allnav ag
Ahornweg 5a
CH-5504 Othmarsingen
Telefon 043 255 20 20
allnav@allnav.com
www.allnav.com

Wer abonniert, ist immer informiert!

Geomatik Schweiz vermittelt Fachwissen – aus der Praxis, für die Praxis

Jetzt bestellen!

Bestelltalon

Ja, ich **profitiere** von diesem Angebot und bestelle Geomatik Schweiz für:
☐ 1-Jahres-Abonnement Fr. 96.– Inland (10 Ausgaben)
☐ 1-Jahres-Abonnement Fr. 120.– Ausland (10 Ausgaben)

Name _____ Vorname _____
Firma/Betrieb _____
Strasse/Nr. _____ PLZ/Ort _____
Telefon _____ Fax _____
Unterschrift _____ E-Mail _____

Bestelltalon einsenden/faxen an: SIGImedia AG, alte Bahnhofstrasse 9a, CH-5610 Wohlen
Telefon 056 619 52 52, Fax 056 619 52 50, verlag@geomatik.ch