

17.06.2009 - EU-Projekt Bridge2Geo stand Pate: Infas Geodaten und BGIS kooperieren



Fachgespräch am Rande der Veranstaltung: Jochen Siegfried Wetzel (infas GEOdaten), Thomas Beissel (infas GEOdaten), Mag. Karin Pichler (Bausparkasse Wüstenrot), Jakob Eder (BGIS) Die Unternehmen infas GEOdaten aus Bonn und BGIS aus Salzburg haben eine strategische Kooperation beschlossen, die Ende Mai bereits zum ersten Kompetenztag Geomarketing in Österreich geführt hat. Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit der beiden Unternehmen ist auch eines der Ergebnisse des EU-Projektes Bridge2Geo. Im Rahmen des Förderprogramms "Regions of Knowledge ? Wissensregionen" unterstützt Bridge2Geo die Vernetzung von Geoinformatikexperten aus den Regionen Bonn und Salzburg. Ziel des Vorhabens ist es, den Wissenstransfer wie auch die wirtschaftliche Nutzung von Geoinformationen zu fördern. Bridge2Geo versteht sich als Expertenpool, der potenzielle Anwender aus ausgewählten Zielbranchen ansprechen will.

Auf dem Kompetenztag stellten Infas und BGIS zusammen mit der Schober Group vor rund 100 Fachbesuchern im Museumsquartier in Wien ihr jeweiliges Know-how vor. Neben Basisvorträgen zu den Themen "Die Vier Säulen des Geomarketing" sowie "Gebietsanalysen" oder "Mikrogeographie" steuerten Vorwerk Austria und BMW Austria Praxisberichte zu Absatzplanung und Vertriebssteuerung bei. Nach Angaben von Paul Schreilechner von BGIS traf man dabei auf ein interessiertes und konzentriertes Publikum mit entsprechend intensiven Diskussionen im Anschluss an die Vorträge. Er wertete diesen ersten größeren "Geomarketing-Event" in Wien als "vollen Erfolg". Für Michael Herter, Geschäftsführer der Bonner infas GEOdaten GmbH, hat die neue deutsch-österreichische Allianz der Firmen BGIS und infas GEOdaten an diesem Tag den Grundstein für eine erfolgreiche Businesspartnerschaft gelegt.

Geomarketing als Oberbegriff bezeichnet zahlreiche Analysemöglichkeiten von Markt- und Unternehmensdaten, denen die Berücksichtigung geographischer Zusammenhänge gemein ist. Typische Fragen, die sich mit Mitteln des Geomarketings beantworten lassen lauten: Wo treffe ich auf geeignete Zielgruppen für mein Produkt? Wo liegt ein idealer Standort für eine Filiale? Wo kann

welcher Preis erzielt werden? Wo erreicht Werbung welche Zielgruppe?

Machen Sie diesen Beitrag bekannt:



Hide Sites