

KAMPF DER GIGANTEN // CLASH OF THE GIANTS

Mit einer neuen Earth-Viewer-Plattform von Apple steht die Geobranche 2012 vor großen Veränderungen. Bereits 2005 hatte mit Google ein IT-Riese aus strategischen Gründen das Thema Geoinformationen auf den Schild gehoben und die Geobranche aufgemischt. Nun ist es Apple mit dem Ziel, klarer Marktführer im mobilen Web zu sein. Die Geobranche wird so zum Schauplatz eines Wettkampfs der Giganten die mit harten Bandagen um Technologien, Innovationen und Marktanteile kämpfen. Martin Soutschek beleuchtet diese Entwicklung jetzt in einer Artikelserie.

// With the new Earth Viewer from Apple the geomatics industry is facing major changes in 2012. It almost looks like 2005, when Google as the first IT giant raised the issue of geoinformation to the plate for strategic reasons and mixed up the geo industry. Now it is Apple with the goal to be the clear market leader in the mobile web. The geo industry becomes the battleground of the Giants, fighting hard for technology, innovation and market shares. Martin Soutschek examines this development now in a series of articles.





Quelle: Yarik - Fotolia.com

We think maps can be useful and fun, so we designed Google Maps to simplify how to get from point A to point B.“ Mit diesem Satz begann die Nachricht, die Google am 8. Februar 2005 auf seinem offiziellen Blog veröffentlichte und damit den Beginn eines neuen Zeitalters für benutzerfreundliche interaktive Karten einleitete. Mit dem Start von Google Earth am 28. Juni 2005 und dem offiziellen Release der Google Maps API am Tag danach folgten zwei weitere Projekte, mit denen Google innerhalb weniger Monate die Grundsteine für die durchdringende Veränderung des Geomarkts in den letzten Jahren gelegt hatte. Auch der 11. Juni 2012 ist ein Tag, der in der Geschichte des Geomarkts in Erinnerung bleiben wird. Es ist der Tag, an dem Apples Senior Vice President für iOS, Scott Forestall, die eigene Kartenplattform für das kommende Betriebssystem iOS 6 offiziell ankündigt: „In iOS 6, we have built an entire new mapping solution from the ground up, and it is beautiful.“ Spektakuläre 3D-Aufnahmen, integrierte Navigation und die Steuerung der Anwendung über den Spracherkennungsdienst Siri unterstreichen die Botschaft, die Apple dem Publikum auf der weltweiten Entwicklerkonferenz WWDC an diesem Tag verkündet. Ab jetzt ist Geotechnologie auch bei Apple Kernkompetenz. Apple wird „Geo“ perfektionieren. Karten werden noch cooler und alle anderen Plattformen müssen sich auf einen harten Wettkampf einstellen.

GEO IM MASSENMARKT

Dem Markteintritt von Google vor sieben Jahren ist es zu verdanken, dass digitale Karten und andere Geodienste heute von einer breiten Masse der Bevölkerung regelmäßig genutzt werden. Geotechnologie gehört neben sozialen Netzwerken, Cloud Computing und mobilen Anwendungen aktuell zu den wichtigsten Themen für viele Unternehmen. Das liegt auch daran, dass ein großer Anteil der auf Smartphones genutzten Apps Geodaten und Geotechnologien verwenden. Die Apps werden zum Bereich der Location Based Services, Navigationsanwendungen und Kartendienste gezählt und mit dem schnell wachsenden Smartphone Markt steigen auch die absoluten Nutzungszahlen der Geo-Apps. Während Google seit 2005 das Thema Geo für die breite Masse der Bevölkerung zugänglich gemacht hat, gelang Apple 2007 mit dem iPhone das, woran andere im Mobilfunkmarkt bis dahin gescheitert waren. Smartphones wurden cool. Denn mit dem grundlegend neuen Ansatz und der erstmals perfekt funktionierenden Kombination eines großen Touchscreen-Displays, einer benutzerfreundlichen Bedienoberfläche und einem App-Store für Anwendungen wurde das iPhone zu einem nützlichen Produkt, das auch den Massenmarkt begeisterte und in vielerlei Hinsicht zum Problemlöser wurde. Die berühmte Kluft, die der Erfolgsautor Geoffrey Moore zwischen Produkten skizziert, die vorwiegend von Technologen und Visionären genutzt werden, und Produkten, die auch vom Massenmarkt begeistert angenommen werden, konnte bei Smartphones erst mit dem iPhone und bei Tablets erst mit dem iPad überwunden werden.

Auch eine Kartenanwendung war als Problemlöser auf dem iPhone und dem iPad von Anfang an installiert. Entwickelt wurde die Maps-App zwar von Apple-Mitarbeitern, doch die Geotechnologie, Geodaten und Schnittstellen zum Backend wurden von Google bereitgestellt. Alle waren begeistert. Steve Jobs persönlich bezeichnete die Anwendung als

We think maps can be useful and fun, so we designed Google Maps to simplify how to get from point A to point B.” This was the first sentence of a blog post on the official Google Blog, which introduced a new age of usability for interactive mapping on February 8th, 2005. With the launch of Google Earth on July 28th, 2005 and the official release of the Google Maps API the day after, Google had laid the foundations for a period of disruption that the geo market has seen in the last few years. Another day that will be remembered in the history of the geo market is June 11th, 2012. On that day, Scott Forestall, Senior Vice President for iOS at Apple, officially announced the launch of an Apple mapping platform for the upcoming iOS 6 update. “In iOS 6, we have built an entire new mapping solution from the ground up, and it is beautiful“. Spectacular 3D renderings, integrated navigation and the voice recognition service Siri as a new user interface for interacting with maps, underline Apple’s statement at the Worldwide Developer Conference (WWDC) on that day. From now on, geo technology is core business at Apple. Apple will bring “geo” to perfection. Maps will become even cooler, and all other platforms will have to prepare for a tough competition.

GEO FOR THE MASS MARKET

Thanks to Google’s market entry about seven years ago, digital maps and other geo services have become commodities and are frequently being used by the general public. Besides social networks, cloud computing and mobile apps, geo technology is one of the most important topics for many businesses these days. Part of the reason is that a large number of smartphone apps utilise geodata and geo technologies. These apps can be classified into Location Based Services (LBS), navigation solutions, and mapping services. With the fast growing smartphone market, the number of “geo” enabled apps is also growing. While Google has democratised access to “Geo” for a large share of the population, it was Apple that succeeded where others had failed before. Smartphones finally became cool. With a new and groundbreaking approach of combining touchscreen displays, user-friendly graphical user interfaces and an app store for applications, the iPhone quickly became a commodity product for the mass market. The famous chasm, that separates visionary and technology people from mainstream customers, was sketched out by best-seller author Geoffrey Moore. In the smartphone and tablet markets, it was the iPhone and the iPad that first managed to cross the chasm to become successfully adopted in the mass market.

There was also a mapping application that was installed as a problem solver on the iPhone and iPad from the very beginning. Although the Maps app was developed by Apple engineers, the geo technology, geodata and interfaces to the backend were provided by Google. Everyone was happy. Steve Jobs proclaimed the app as the best mapping app in the market. Customers enjoyed looking at maps on the iPhone and getting directions to the closest restaurant. And Google was happy about the abrupt rise of traffic from mobile devices and the user data that was transmitted through the Maps app on the iPhone. A perfect symbiosis.

But the symbiosis did not last for long, because Google as well as Apple had plans for the fast growing mobile mar-



Steve Jobs Nachfolger Tim Cook eröffnete die jüngste Apple-Entwicklerkonferenz in San Franzisko im Juni dieses Jahres. Hier hat Apple den Einstieg in eine eigene Mapping-Plattform verkündet. // Steve Jobs successor Tim Cook opened the recent Apple developer conference in San Francisco in June this year. Here, Apple has announced the launch of an own mapping platform.

beste Kartenanwendung im Markt. Die Kunden freuten sich über die Möglichkeit, mit Umgebungskarte auf dem iPhone nach dem Weg zum nächsten Restaurant suchen zu können. Und Google profitierte vom sprunghaften Anstieg der Zugriffszahlen und Informationen, die durch die mobile Nutzung der Google-Maps-App auf dem iPhone an Google übermittelt wurden. Eine perfekte Symbiose, die indes nicht lange hielt. Denn Google verfolgte ebenfalls Pläne für den schnell wachsenden Mobilfunkmarkt. Bereits 2005 hatte Google ein Unternehmen mit dem Namen Android gekauft und Ende 2007 gab Google die Entwicklung eines gleichnamigen offenen und frei verfügbaren Betriebssystems im Rahmen der neu gegründeten Open Handset Alliance bekannt. Zu den Gründungsmitgliedern des Konsortiums gehörten neben Google auch eine Reihe bedeutender Gerätehersteller, die sich mit Android und eigenen Smartphones ebenfalls Anteile in dem von Apple frisch belebten Wachstumsmarkt sichern wollten.

APPLE GEGEN GOOGLE

Aus dem Erfolgsmodell von Google und Apple beim Start des iPhones hat sich in der Zwischenzeit eine harte Konkurrenzsituation im Mobilfunkmarkt entwickelt. Heute findet neben dem Ringen um Marktanteile auch ein erbitterter gerichtlicher Kampf um Patentverletzungen und Verkaufsverbote von Smartphones und Tablets statt, bei dem Apple zuletzt einen

ket. In 2005 Google had already bought a company named Android and by the end of 2007, Google announced that it was developing an open source mobile operating system together with the newly founded Open Handset Alliance. Besides Google, the founding members also included a number of major mobile device manufacturers, who also wanted to gain market shares in the emerging smartphone market that was opened up by Apple.

APPLE VS. GOOGLE

From the successful win-win model of Google and Apple in the early days of the iPhone, a tough competitive situation has developed in the mobile market in the meantime. Besides competing for market shares, there are also relentless legal fights about patent infringements and blocking the sales of smartphone and tablet devices from competitors. Recently, Apple won an important case against Samsung, which could have far reaching consequences and force other device manufacturers to more clearly differentiate their products from Apple's iPhone and iPad. Not long before his death, Apple CEO and visionary Steve Jobs threatened to start "thermonuclear war" against Google and Android. From his point of view, core ideas and concepts that were used for Android were originally inventions from Apple that were copied by Google and other device manufacturers. With the presentati-



Quelle byemarks, ccb-by-SA 2.0

wichtigen gerichtlichen Sieg gegen Samsung erzielen konnte. Das Urteil könnte weitreichende Folgen haben und andere Hersteller dazu zwingen, ihre Produkte in Zukunft deutlicher von denen Apples zu differenzieren. Noch vor seinem Tod kündigte der frühere Apple-Firmenchef und Visionär Steve Jobs an, notfalls einen „Nuklearkrieg“ gegen Google und Android führen zu wollen. Denn aus seiner Sicht waren wesentliche Ideen bei Android eigentlich Erfindungen von Apple, die anschließend von Google und anderen Herstellern kopiert wurden. Mit der Vorstellung von Apple Maps am 11. Juni 2012 folgte die offizielle Kriegserklärung an Google auch für den Bereich der Earth-Viewer-Plattformen.

Da die nächste Generation mobiler Apps verstärkt durch personalisierte, kontext-adaptive Anwendungen geprägt sein wird und geographische Informationstechnologien eine Schlüsselrolle für die Ermittlung des aktuellen Kontextes und die optimale Unterstützung eines mobilen Benutzers darstellen, kann es sich Apple nicht mehr leisten, diese Kernkompetenz in die Hände eines Konkurrenten zu legen. Strategisch wird Apple Geotechnologien in alle seine Produkte integrieren. Dazu muss das Unternehmen in der Lage sein, selbst neue Funktionen zu entwickeln, unabhängig von den Produkten anderer. Wie sehr eine Abhängigkeit zum Problem werden kann, bekam Apple zu spüren, als mit Google keine Einigung gefunden werden konnte, um vorhandene Street-View-APIs für eine benutzerfreundlichere Integration in die vorinstallierte Kartenanwendung auf dem iPhone zu verwenden. Die API-Programmierschnittstellen für Navigationsunterstützung verwendet Google bisher ebenfalls exklusiv für Android und hat sie nicht für Apples iOS App freigegeben. Anwender, die diese Funktionen nutzen wollen, sollen so auf die Vorteile eines Wechsels zu Android-Geräten aufmerksam gemacht werden.

Dass Apple bereits seit Längerem an einer eigenen Earth-Viewer-Plattform arbeitete, war in Branchenkreisen kein Geheimnis. Nach und nach hatte das Unternehmen Mitarbeiter, Know-how und Technologien durch den gezielten Zukauf von Unternehmen aufgebaut. Nach dem Erwerb der Kartensoftware Firma Placebase im Jahr 2009 folgten 2010 der Kauf und die Eingliederung des 3D-Kartenspezialisten Poly9. Mit der Übernahme von C3 Technologies im August 2011 sicherte sich Apple zudem hochwertige Technologien für die automatische Erstellung fotorealistischer 3D-Städte und -Landschaften. Die hatte das schwedische Unternehmen bisher vor allem für Nokia Maps 3D und Yelp, ein soziales Netzwerk für die Bewertung lokaler Geschäfte und Dienstleistungen, lizenziert. Es ist daher

In Sachen Datentiefe und Qualität dürfte Google gegenüber Apple noch eine ganze Zeit im Vorteil sein. Anders als Apple ist Google immer weniger auf externe Datenlieferer angewiesen, sondern erhebt eigen Daten – auch mit unkonventionellen Gefährten, wie diesem Mapping-Trike für Fuß- und Radwege, auf denen automatische Datenaufnahmen mit dem Auto nicht möglich sind. Aber ist die Datenqualität der entscheidende Erfolgsfaktor im mobilen Netz? // In terms of data quality and -depth Google will probably hold the advantage for a while compared with apple. Unlike Apple, Google is becoming less dependent on external data suppliers, but collects own data - even with unconventional companions, like this mapping trike for walking- and cycling-paths, where automatic data recording by car is not possible. But is the data quality the key success factor in the mobile network?

on of Apple Maps on June 11th, 2012, Apple officially escalated the war on Google to earth viewer platforms.

The next generation of mobile apps will be characterised by personal, context-adaptive apps and geo technologies will play a key role for determining the current user context and providing the best possible support for mobile users. Apple can no longer afford to rely on a competitive solution for such a core part of its products. From a strategic point of view, Apple will aim to integrate geo technologies in all of its products. In order to do that, they need to be in control and be able to develop new key features independently from Google. Apple has already been faced with the dependency problem. When Apple wanted to integrating Street View imagery for its maps App in a user-friendly way, it did not succeed to find an agreement with Google and did not get permission to use the Street View APIs. Google is also restricting access to APIs for navigation features and uses them exclusively for Android. A strategy to push users, who want access to these features towards Android devices.

In the geospatial industry, it was not a secret that Apple had been working on an own earth viewer platform for a long time. Step by step, Apple acquired geotechnology businesses and continued building up their geo team, know-how and technologies. After buying the mapping platform provider Placebase in 2009, Apple also bought 3D mapping specialist Poly 9 in 2010. With the acquisition of C3 Technologies in August 2011, Apple also got access to specialised technologies for automatically creating and rendering photorealistic 3D cities and landscapes. The Swedish company had previously licensed this technology for Nokia Maps 3D and Yelp, a social networking platform for reviews and ratings of local businesses and services. With this background, it is not surprising that Apple and Yelp made an agreement to integrate points of interest (POIs) with user ratings into Apple's new mapping platform.

Largely unnoticed by the media, Apple continued to prepare the migration of the mapping backend APIs from Google to the APIs of its own mapping platform. In 2010, Apple was already recruiting engineers for developing navigation software. In autumn 2011, Apple started an own geocoding service to replace the geocoding API from Google, that had previously been used by the Maps app to process geocoding requests on the iPhone. In addition to 2D and 3D maps, a routing engine, and services for processing proximity requests and geographic relations, a geocoding service is an elementary service for an earth viewer platform. So far, all these services had been used through Google's APIs, but with the upcoming migration of the map-

wenig verwunderlich, dass Apple mit Yelp eine Vereinbarung zur Integration der Points of Interest (POIs) und Bewertungen in die neue Apple-Kartenplattform getroffen hat.

Es folgten weitere Vorbereitungen für den Wechsel der Karten-Backend-APIs von Google auf die APIs der eigenen Kartenplattform, die von den Medien jedoch weitestgehend unbemerkt blieben. Bereits 2010 suchte Apple in Stellenausschreibungen nach Entwicklern für Navigationssoftware. Im Herbst 2011 wurde ein eigener Geocoding-Dienst in Betrieb genommen, der die bisher für Geocoding-Requests der Maps-Anwendung auf dem iPhone verwendete Geocoder-Schnittstelle von Google ersetzt. Ein Geocoding-Dienst gehört ebenso wie 2D- und 3D-Kartendarstellungen, eine Routing Engine und Services für die Berechnung von Entfernungen und geographischen Beziehungen zu den elementaren Bestandteilen von Earth-Viewer-Plattformen. Bisher wurden all diese Dienste über Google-APIs genutzt. Doch mit dem bevorstehenden Wechsel der Backend-Technologie wird Apple diese Dienste zukünftig mit der eigenen Kartenplattform bedienen können.

Auch für das bei Entwicklern beliebte „MapKit Framework“, mit dem viele Kartenanwendungen für das iPhone und iPad umgesetzt werden, hat Apple die Migration auf ein neues Kartenplattform-Backend bereits im Design der API berücksichtigt und dafür vorgesorgt, dass der Wechsel auf die Apple-Kartenplattform für Entwickler problemlos erfolgen kann. Bei dem für Herbst 2012 angekündigten iOS 6 Update wird Apple den Zugriff auf Google-Karten bei der MapKit-API austauschen und zukünftig Apple-Karten ausliefern. Ein Großteil der iOS-Entwickler-Community wird sich darauf freuen, zukünftig ein direkt mit dem Apple-Kartenbackend integriertes MapKit Framework komplett aus Apple-Händen nutzen zu können. Auch für die nächste Version von Mac OS X wird eine integrierte Kartenanwendung erwartet. Der Tag, an dem Apple sein neues Betriebssystem iOS 6 veröffentlicht, wird die Marktanteile bei mobilen Kartenanwendungen mit hoher Wahrscheinlichkeit grundlegend neu definieren.

Denn für mehr als 50 Millionen iPhone- und iPad-Nutzer steht dann anstelle der bisher mit Google-Technologie umgesetzten iOS Maps App eine komplett eigene Apple-Maps-App als neue Standard-Kartenanwendung bereit. Hinzu kommen

ping backend, Apple will soon provide these services through its own platform.

Apple has also accounted for the migration to its own mapping backend in the API design of the MapKit Framework, which is popular with iOS developers and used for many apps that integrate maps on the iPhone and iPad. As a result, the upcoming migration to the new Apple mapping platform should be straightforward and not cause any major problems for developers. With the iOS 6 update that was announced for autumn 2012, Apple will replace Google maps as the standards maps for the MapKit API and deliver Apple maps instead. A large part of the iOS developer community is looking forward to work with a MapKit Framework that is fully integrated with Apple's mapping platform. An integrated mapping app is also expected for the next Mac OS X version. The day Apple will release its new operating system iOS 6, the market shares for mobile mapping apps will be significantly redefined.

Instead of the Maps app that has been powered by Google technology, more than 50 million iPhone and iPad users will find Apple Maps as the new default mapping app after the iOS 6 update. Additionally, many of the mapping apps that are based on MapKit will also deliver Apple maps then. For Google the new situation not only means that it will have much more restricted access to mobile advertising space. Google will also lose valuable data about mobile map usage. So far, these data have been transmitted to Google when using the Maps app or MapKit based mapping apps on iOS devices. With regard to advertising sales, Apple's iAd platform could play an important role in the future. In order to keep the loss of market shares to a limit, Google is expected to develop an own Maps app and publish it on the App Store. Due to the popularity of Google Maps among customers, Apple could probably not afford to block a Google Maps app from the App Store. However, iPhone and iPad users would first need to download the app, so it can be expected that the future user base will be lower than today. Google already provides a Google Earth App and since July 2012, the improved 3D visualisation that was presented by Google one week ahead of Apple's mapping platform announcement, is also included. In addition to 3D maps, we will see 4D maps that will be able to visualise the past, as well as the future. How did a

Raumbezogene Intelligenz für eine erfolgreiche Interaktion mit Kunden und Bürgern

Pitney Bowes Software (PBS), Anbieter von Marketing- und Kommunikationslösungen, ermöglicht es Unternehmen, eine zielgerichtete kanalübergreifende Kommunikation mit ihren Kunden aufzubauen. Durch die Integration von Datenmanagement, Location Intelligence & GIS, Kundenkommunikations- und ausgefeilten Predictive Analytics-Lösungen unterstützt PBS den Aufbau dauerhafter Kundenbeziehungen.

PBS ist seit jeher einer der Vorreiter bei der Integration räumlicher Informationen in klassische Businessprozesse und wartet auch bei der dies-

jährigen **INTERGEO vom 09. – 11. Oktober 2012 in Hannover** wieder mit hochwertigen Lösungen auf der Grundlage räumlicher Informationen auf. Highlight des Messeauftritts ist die **Neue MapInfo Suite**, ein umfangreiches standortbezogenes Softwareportfolio mit einem eng vernetzten Set an Lösungsoptionen, das Business-Analysten, Planern und GIS-Fachleuten völlig neue Wege eröffnet, um raumbezogene Daten zu managen, zu visualisieren und auszutauschen.

Erfahren Sie mehr über die **Neue MapInfo Suite** mit ihren Lösungen für:

- Desktop GIS
- Server GIS
- Mobile GIS
- Cloud GIS
- Karten und Daten

Kontakt: Pitney Bowes Software
Kelsterbacher Str. 23, 65479 Raunheim
Tel: +49 (0)6142 203-400, Fax: -444
E-Mail: pbssoftware.germany@pb.com
www.pitneybowes.de/software

Every connection is a new opportunity™

**Besuchen Sie uns auf der
INTERGEO in Halle 8, Stand A02**

 **Pitney Bowes**
Software



Erste Einblicke: Screenshot der Apple-Kartenanwendung. Verfolgt das Unternehmen Nachahmer seiner Produkte unerbittlich, ist das Vorbild Google hier allerdings kaum zu übersehen. // First insights: screenshot of Apple Maps application. The company is known for pursuing supposed imitation of its products on the one hand, on the other hand the Google model here is hardly to overlook.

die Nutzer der vielen Kartenanwendungen, die auf dem MapKit basieren und zukünftig ebenfalls Apple-Karten ausliefern werden. Für Google bedeutet das nicht nur einen stark eingeschränkten Zugang zu mobilen Werbeplätzen in Verbindung mit Karten, sondern auch den Verlust von wertvollen Daten über die mobile Kartenutzung. Denn diese Daten wurden bisher beim Zugriff auf die Google-Geo-APIs von der Maps-App und den Backend-Schnittstellen des MapKit-Frameworks an Google übertragen. Für die Vermarktung von Werbung in mobilen Karten könnte zukünftig Apples eigene iAd-Plattform eine wichtige Rolle spielen. Um den Verlust der Marktanteile in Grenzen zu halten, ist zu erwarten, dass Google eine eigene Google-Maps-App für iOS entwickeln und über den App-Store einstellen wird. Aus Sicht der Kunden könnte Apple es sich vermutlich nicht leisten, dies zu blockieren. Da iPhone- und iPad-Kunden eine Google-Maps-App dann allerdings erst aktiv aus dem App-Store laden müssten, ist davon auszugehen, dass die zukünftigen Nutzungszahlen trotzdem deutlich unter den bisherigen liegen werden. Mit der Google-Earth-App bietet Google bereits eine Anwendung im App-Store, mit der iOS-Nutzer seit Ende Juli 2012 auch in den Genuss der verbesserten 3D-Darstellung kommen können, die das Unternehmen im Vorfeld von Apples Ankündigung der eigenen Kartenplattform vorgestellt hatte. Zu den 3D-Karten werden 4D-Karten kommen, die sowohl in die Vergangenheit als auch in die Zukunft blicken können. Wie hat sich eine Krankheit ausgebreitet? Wo wird der Verkehr am Samstagmorgen flüssig sein und wo gibt es Staus? Wo sind meine Freunde zu einer bestimmte Zeit?

Technologisch ebenfalls wichtig ist eine leistungsfähige Karten-API. Im Juli 2012 nutzen über 600.000 Webseiten die Google-Maps-API. Damit ist sie die am weitesten verbreitete Karten-API im Web. Genauso wie Google Maps erst durch die zugehörige API zur größten und am häufigsten genutzten Kartenplattform im Web wurde, könnte die Apple-MapKit-API eine vergleichbare Rolle für mobile Anwendungen spielen.

Im nächsten Heft: Warum die aktuellen Google-Karten ihre beste Zeit hinter sich haben und Google trotzdem Marktführer bleiben könnte. Warum Apple es insgesamt leichter hat und wieso es bei diesem Kampf gar nicht auf die besten Geodaten ankommt.



Quelle: Sam Churchill, cc-by-SA 2.0

disease spread? Where will be moving traffic and where can we expect traffic jams on a Saturday morning? Where are my friends at a specific time? What will happen next, which is relevant to me?

A critical technological aspect is a high performance mapping API. In July 2012, more than 600.000 websites are using the Google Maps API. This makes it the most widely used mapping API on the web. The Google Maps API was the key component for Google Maps to become the biggest mapping platform on the web. For mobile apps, Apple's MapKit API could play an equally important and strategic role to grow Apple's mapping platform.

In the next issue: Why the current Google Maps is over the hill and Google could still remain the leadership. Why it is easier for Apple and why the best geodatabase did not decide, who will be the winner at the end of the day.

Autor

Martin Soutschek studierte Geographie und ist seit 2006 bei der ALPSTEIN Tourismus GmbH & Co. KG verantwortlich für den Bereich Research & Development. Seit mehr als zehn Jahren beschäftigt er sich mit dem Einsatz von Geotechnologien im Bereich Location Based Services und Earth-Viewer-Plattformen.

Author

// **Martin Soutschek** studied Geography and is responsible for Research & Development at ALPSTEIN Tourismus GmbH & Co. KG since 2006. For more than ten years, he has been engaged with geo technology in the area of Location Based Services and Earth Viewer Platforms.

