



Bild: stock.adobe.com_tamayura39

Location Intelligence und die Frage nach dem „Wo?“

Menschen, Daten, Raumbezug

Der digitale Fußabdruck jedes Einzelnen wird größer, unaufhörlich, Tag für Tag. Wer sich im Internet bewegt, ein Smartphone in der Hand oder eine „Smart-Watch“ am Arm trägt, Social-Media-Anwendungen nutzt, über eine Suchmaschine recherchiert, einzelne Anbieterseiten besucht und Auto fährt – alles wird erfasst und analysiert. Unternehmen und Städte ziehen daraus wertvolle Rückschlüsse auf das Online-Kaufverhalten, den täglichen Weg zur Arbeit und den Sport, die Vorlieben beim Essen, die Restaurants oder bei Urlaubsreisen. Kein Bereich scheint ausgespart. Denn alles wird durchleuchtet und vermessen, um Menschen, Daten und den Raumbezug miteinander zu verknüpfen. Location Intelligence sei Dank.

Autor: Andreas Eicher

Als Ergänzung zu Business Intelligence (BI) beantwortet Location Intelligence, kurz LI, Fragen nach dem „Wo?“. Für das Technologieunternehmen Pitney Bowes werde der Raum

damit zu einer neuen Dimension in Big Data: „Location Intelligence stellt den räumlichen Bezug her, in dem eine sinnvolle Anreicherung, Aufbereitung und Visualisierung der Unternehmensdaten

erfolgt (...)“ [1]. Und weiter sieht Pitney Bowes, dass BI in den vergangenen Jahren einen beträchtlichen Weg zurückgelegt und neue Plattformen mit Dashboards und detaillierten Analysen hervorgebracht

habe. „Die Zusammenführung von BI mit ortsbezogenen Daten ist jedoch für eine Verbesserung der Customer Journey entscheidend“, so das Unternehmen [2]. Für Esri ergänzt Location Intelligence „Business-Systeme und -Workflows um wertvolle GIS-Funktionalitäten, verknüpft Standortdaten mit anderen Datensätzen und deckt so räumliche Muster und Beziehungen auf“ [3].

Entscheidungsgrundlagen und Geschäftsprozesse

Die DDS Digital Data Services sieht dank des Raumbezugs die Möglichkeiten, Datenvisualisierungen, Analysen und Vorhersagen von Ereignissen zu verbessern. „Location Intelligence schafft durch die Berücksichtigung räumlicher Gegebenheiten in BI-Lösungen eine optimierte unternehmerische Entscheidungsgrundlage, in CRM-Lösungen eine bessere Kundeninteraktion und integriert in Geschäftsprozesse eine höhere Prozessqualität“ [4].

Im Grunde schafft LI den Sprung vom Reporting- und Berichtswesen zur räumlichen Trend- und Mustererkennung mithilfe von Analysemethoden und der dazugehörigen Visualisierung. Esri nennt es „Game-Changer“ und schreibt in diesem Kontext: „Location Intelligence (...) arbeitet verstärkt mit verknüpften Business-Daten. Neben klassischen Analysen stehen vor allem die Prognose, Optimierung und Echtzeitüberwachung von Ereignissen oder Sensoren und deren nachträgliche (Big-Data-)Analyse im Fokus“ [3]. Und für das US-amerikanische Unternehmen Carto sei Location Intelligence eine Methodik zur Umwandlung von Standortdaten in Geschäftsergebnisse. Dabei reichen Standortdaten nach Ansicht des Unternehmens von Adressen bis hin zu Breiten- und Längenkoordinaten [5].

Mobilität und Smart Cities

Diese Informationen, deren Analyse und Verwertung öffnet die Türen für qualitativ höhere Kundenbeziehungen – seien es optimale Geschäftsstandorte, bessere Logistikdienstleistungen oder Informationen zu Waren und Dienstleistungen zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Mehr noch liefert LI wichtige Informationen und Zusammenhänge zu möglichen Naturkatastrophen. Somit lassen sich Risiken zu Dürre, Feuer oder Hochwasser bereits im Vorfeld erkennen. Und auch Verkehrsströme in Ballungsräumen oder ganzen Ländern können mithilfe des räumlichen Bezugs besser analysiert werden. Bereits 2017 umriss Ernest McCutcheon, Geschäftsführer der DDS Digital Data Services, den Mehrwert von LI gegenüber der gis.Business an folgenden Beispielen: „Durch die Analyse von Mobilitätsdaten werden die Echtzeit-Verkehrsinformationen und -Verkehrsprognosen immer besser. Energieanbieter können dafür sorgen, dass die Stromproduktion dann anläuft, wenn Strom gebraucht wird. Lebensmittelfirmen können dafür sorgen, dass die richtige Menge an Frischprodukten in den Filialen zur richtigen Zeit verfügbar ist und weniger entsorgt werden muss.“

Und auch im Umfeld der Smart Cities können LI-Anwendungen wichtige Unterstützungswerkzeuge sein. Beispielsweise wenn es darum geht, Parkraum in Städten zu finden und diesen mithilfe von Sensoren und GPS-Daten



**STONEX
S800**

**S800-
BUNDLE
5.555,-€
STONEX.DE**

STONEX S800

Der S800 ist ein kompakter GNSS-Empfänger mit hochmodernem 555-Kanal NovAtel GNSS-Board. Die lange Betriebsdauer und modernste Signalauswertung liefern einen in höchstem Maße leistungsfähigen GNSS-Empfänger für alle Aufgaben. Hinzu ein SAMSUNG XCOVER 4 Smartphone IP68 mit Außendienstsoftware STONEX CUBE V4.

**SONDERAKTION!
GNSS DER NÄCHSTEN GENERATION.**

zzgl. MwSt.

Frankreichs Verkehrsdaten im Blick

Jüngst hat die DDS mit „Validate France“ eine Lösung auf den Markt gebracht, um Verkehrsdaten von Pkw und Lkw auf Frankreichs Straßen zu sammeln und auszuwerten. Die Daten zeigen die Anzahl an Pkw und Lkw, die pro Stunde an einem durchschnittlichen Werktag sämtliche Abschnitte des französischen Hauptstraßennetzes passieren. Sie beruhen auf Modellrechnungen des DDS-Mutterunternehmens PTV, das das Verkehrsaufkommen aus Strukturdaten ableitet und in einem zweiten Schritt mit Algorithmen auf das gesamte Straßennetz projiziert. Das Straßennetz, auf das die Verkehrsmengen referenziert werden, stammt aus Navigationsdatenbeständen von Tomtom. Zusätzlich werden die so gewonnenen Angaben validiert, indem sie mit Informationen aus den Dauerzählstellen abgeglichen werden. Das Netz dieser Zählstellen in Frankreich ist mit 60 000 dicht und die Daten erhalten dadurch eine hohe Genauigkeit. Unerlässlich sind solche Verkehrsmengenangaben, wenn zum Beispiel Potenziale von Standorten bestimmt werden sollen, für die die Erreichbarkeit mit dem Auto entscheidend ist. „Das sind natürlich allen voran Tankstellen, aber auch große Supermärkte, Niederlassungen des Baustoffhandels und andere Points of Sale, die vom Konsumenten vorrangig mit dem Auto angesteuert werden“, erklärt Andreas Lehr von DDS. Das Unternehmen bietet diese Verkehrsmengen vor allem für klassische Geomarketinganwendungen an [7].



Bild: Patentpool Group/Sabine Finger

Frankreich ist vor allem Paris, aber nicht nur. Die Lösung „Validate France“ zeigt, wie viele Autos auf den Straßen unseres Nachbarn an der Seine unterwegs sind

bereits im Vorfeld dem Fahrer als frei oder besetzt anzuzeigen. Ähnliche Lösungen finden sich in „smarten“ Müllimern oder bei intelligenten Straßenlaternen. Letztere sind unter anderem bei der Stadt Ludwigsburg im Einsatz. Auf den Internetseiten der Stadt heißt es hierzu: „Die innovativen LED-Straßenlaternen denken mit: Sie erfassen Bewegungen und dimmen zu verkehrsarmen Zeiten automatisch das Licht. Bei Annäherung von Fahrzeugen oder Fußgängern erhellen sie wieder die Umgebung. Dadurch trägt die intelligente Straßenbeleuchtung zur Sicherheit im öffentlichen Raum in Ludwigsburg bei, er-

höht gleichzeitig die Energieeffizienz und reduziert auch die Kosten“ [6]. Somit zeigt sich, dass Location Intelligence als wichtige Plattform und Schnittstelle in vielen Bereichen des urbanen Lebens hilfreiche Dienste leisten kann – von der Mobilität über das Energieumfeld bis hin zur Stadtplanung. Und das im Zeichen des Raumbezugs.

Quellen:

- [1] www.pitneybowes.com/de/forbespowerofplace.html
- [2] [\[leitfaeden/location-intelligence-apps-and-spatially-aware-software.html\]\(http://leitfaeden/location-intelligence-apps-and-spatially-aware-software.html\)](http://www.pitneybowes.com/de/location-intelligence/case-studies-und-

</div>
<div data-bbox=)

- [3] arcgis.esri.de/location-intelligence-der-game-changer
- [4] www.ddsgeo.de/location-intelligence.html
- [5] carto.com/location-intelligence
- [6] www.ludwigsburg.de/Lde/start/stadt_buerger/intelligente+-strassenbeleuchtung.html
- [7] www.ddsgeo.de/de/aktuelles/pressepopup.php?ref=-Pressemitteilung68