

eContent.Maps - das XML-GeoPortal Framework

Stefan Huber / hubermedia GmbH

Was macht humbermedia GmbH?

Hubermedia GmbH wurde von Stefan Huber 2004 gegründet und entwickelt und vermarktet Softwarelösungen für die Tourismusbranche und öffentliche Verwaltung. Hubermedia hat basierend auf Microsoft Virtual Earth ein neues Geo-Informationsprogramm geschaffen – die eContent Maps. Darauf wird interaktives Kartenmaterial für die Tourismusbranche zur Verfügung gestellt, so genannte Geoportale. Mit den interaktiven Landkarten (Luftbilder, Vogelperspektive, Straßenkarten und 3-D-Ansicht) können sich Touristen bequem von zu Hause aus über die Möglichkeiten am künftigen Urlaubsort informieren. Noch Unentschlossene Urlauber können sich schnell einen Überblick über die potentiellen Unterkunftsmöglichkeiten, Sportaktivitäten, Sehenswürdigkeiten, Wanderwege, Radtouren, Gastronomiebetriebe und auch Events verschaffen.

Derzeit sind es vor allem die Tourismusverbände aus Bayern (über 9.000 Gastgeber in Ostbayern vertreten, nur teilweise online buchbar), die die Softwarelösung bereits seit November 2007 erfolgreich einsetzen. Laut hubermedia werden neue Geoportale für Franken, Oberbayern, Ostbayern und das Allgäu entstehen. Auch für Österreich existiert bereits ein solches Portal: <http://maps.naturfreunde.at>.

Wieso sind eContent Maps sinnvoll?

eContent Maps werden erfolgreich in allen 3 Phasen des Urlaubs eingesetzt:

1. Phase – Urlaubsvorbereitung: Interaktive Karten zur Information und Planung des Urlaubs = derzeitiger Stand
2. Phase – Urlaub: das gleiche Kartenmaterial kann in der Realität und zum Beispiel am Mobiltelefon wiederverwendet werden, dadurch fällt dem Gast die Orientierung leichter
3. Phase – Urlaubserfahrung teilen: auf GeoBlogs und mit Geolimages kann das Urlaubserlebnis mit Anderen geteilt und nochmals durchlebt werden

Wie entsteht der Inhalt der eContent Maps?

Der Content der Geoportale wird von den Gastgebern selbst gestaltet. Tourismusverbände stellen in den meisten Fällen umfangreiche Informationen zur Destination zur Verfügung. Dazu bietet Hubermedia eine standardisierte XML-Schnittstelle, über welche die Inhalte "live" und ohne Zwischenspeicherung direkt auf die Karten gelegt werden können. D.h. Buchbare Gastgeber kommen direkt aus Tiscover, Feratel usw. Veranstaltungsdaten aus den jeweiligen regionalen Kalendern und POI's und Touren ebenfalls aus den Systemen der jeweiligen Anbieter der Region.

Einer der wichtigsten Faktoren dabei ist, dass Eingabe und Wartung der Informationen genau organisiert werden muss und möglichst alle Dienstleister integriert werden sollten. Der Tourismusverband Ostbayern zum Beispiel bietet interessierten Unternehmen die Möglichkeit, sich kostenlos in deren interaktiven Karte für den Bayerischen Wald zu integrieren, vorausgesetzt sie binden das Logo des „Bayerischen Wald“ in ihre Homepage mit ein. Dadurch erhält der Gast

umfangreiche und tiefe Informationen und der direkte Bezug zur Destination wird hergestellt.

Der Inhalt gliedert sich in 5 Themenbereiche:

1. Gastgeber (inkl. Metasuchmaschine für gesamt Bayern)
2. Veranstaltungen
3. Gastronomie
4. Touren & Wege
5. Sehenswürdigkeiten

Wie funktionieren eContent Maps?

Allgemeine Kartographie, eigenes Kartenmaterial aus der Region und sonstige Infos werden in einem mash-up angezeigt. Partner für Wanderrouten ist zum Beispiel die Fa. Kompass.

Für eContent Maps sind leistungsfähige Breitbandverbindungen erforderlich. Die genauen Funktionen (z.B. 3D-Ansicht) des Geoportals und Zusatzinformationen die angezeigt werden sollen können vom Auftraggeber festgelegt werden.

Als technische Basis dient in den meisten Fällen Microsoft Virtual Earth, da es sich gegenüber Google Maps und OpenLayers als passender herausstellte. Die Hauptgründe dafür sind: ein flexibleres Lizenzmodell, Schrägbilder (BirdView) ist möglich und zusätzlich bietet Virtual Earth ein 3D-Plugin im Browser, somit muss der Kunde die Website der Tourismusregion nicht verlassen.

Die eContent Map öffnet sich danach in einem eigenen Fenster, kann aber auch mittels Java Script-API in die Seite integriert werden.

Verwendung

Die Darstellung und der Aufbau sind ähnlich wie bei Google Maps. Es hat nur den Vorteil, dass man eigene Wanderrouten und Radtouren aus der Region darüberlegen kann (ebenso in Vergrößerung und Verkleinerung möglich) und sich diese dann personalisiert am PC abspeichern bzw. ausdrucken und in den Urlaub mitnehmen kann. Des Weiteren kann der Gast alle buchbaren Vermieter auf die Karte darüberlegen und sich einen Vermieter nach der Lage entsprechend aussuchen. Er sieht somit auch wo sich Sehenswürdigkeiten, Parkplätze, Infobüros, Gasthöfe, Webcam, etc. befinden.

Vorteile

Durch den Auftritt in einem Geoportal vermarktet sich eine Destination bzw ein touristischer Dienstleister gleich mehrfach. Erstens natürlich im Internet, danach auf der eContent Map und zu guter Letzt auf der ausgedruckten Karte, die der Gast mit in den Urlaub nimmt. In Zukunft soll sich die Vermarktung sogar noch bis in die GeoBlogs hindurchziehen um die Urlaubserfahrungen zu teilen, sobald dies technisch möglich ist.

Die Destination profitiert aber nicht nur nach „Außen“ sondern auch nach „Innen“. Durch den Auftritt im Geoportal verbessert sich meist die Organisation und die Zusammenarbeit unter den verschiedenen Dienstleistern. Außerdem wird durch das „herunterbrechen“ des Geoportals in einzelne Regionen und/oder Themengebiete das vorhandene Angebot sichtbar und besser strukturiert. Des Weiteren werden die Informationen redaktionell von Mitarbeitern aufbereitet und sind somit immer aktuell.

eContent Maps bieten vor allem Klein- und Mittelbetrieben, sowie kleinen Destinationen eine riesen Chance sich wirkungsvoll und einfach zu präsentieren. Daraus ergibt sich ein großes Wachstumspotential für Geoportale, da die Zahl der regionalen Tourismusinitiativen und privater Anbieter sehr groß ist.

Gastgeber können Geoportale auch als Mini-Geoportal Homepage für ihr eigenes Haus nutzen. Der Betrieb steht hier im Mittelpunkt der Karte (aber ohne Konkurrenzbetriebe) und zeigt dem Gast Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Wanderrouten usw im nahen Umkreis an.

Außerdem ist es statistisch erwiesen, dass von 100.000 Besuchern auf der Homepage Ostbayerns 70.000 auf die eContent Map klicken. Durch das schmökern und herumspielen auf der interaktiven Karte verlängert sich die Verweilzeit der Besucher auf 6-9 Minuten (der Durchschnitt liegt bei ca. 3 Minuten).

eigene angegebene Nachteile

Explizite Nachteile haben wir bei dieser Technologie nicht gefunden. Verbesserungswürdig sind allerdings die Ladedauer der interaktiven Karten, sowie das Printformat des Kartenmaterials.

Die 3 großen Trends

1. Interaktive Karten vom PC auf das mobile Endgerät (z.B. iPhone)
2. Kontextsensitive Werbemöglichkeiten auf der Karte
3. Internet Kartenlösung zum Teilen der Urlaubserfahrung (GeoBlogs,...)

Kosten

Die Kosten belaufen sich auf Euro 540,- für die Einrichtung eines Geoportals. Laufende Kosten entstehen nur durch die Nutzung von eigenem Kartenmaterial gegen Lizenzgebühr.

Openstreetmaps stellt zum Beispiel freies Kartenmaterial zur Verfügung.

Sollte eine Region noch kein Erhebungssystem z.B. für POI's haben wird dies automatisch mit angeboten (ist in dem 540€ netto Einrichtungspreis mit enthalten).

Beispiele

Drei Kundenbeispiele die eContent Maps als eigene Kartenlösung einsetzen:

- <http://maps.ostbayern-tourismus.de>
- <http://maps.bayerischer-wald.de>
- <http://maps.naturfreunde.at>

http://www.pcwelt.de/start/dsl_voip/online/news/182519/geoportale_fuer_die_tourismusbranche/

<http://www.hubermedia.de/Startseite/tabid/120/language/de-DE/Default.aspx>

http://www.hubermedia.de/Portals/2/CS889_hubermedia.pdf