

Untersuchungen zur kartographischen Qualität von touristischen Stadtplänen

NADINE PREUß¹

Zusammenfassung: Gedruckte Stadtpläne haben auch in Zeiten des Internets nicht ihre Bedeutung verloren, jedoch ist die Erstellung dieser nicht mehr alleiniges Hoheitsgebiet von Kartographen. Gerade im Bereich der touristischen Kartographie erstellen zum Beispiel oft Marketingagenturen die Karten. Der Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern diese Entwicklung Auswirkungen auf die kartographische Qualität hat. Untersucht werden dazu verschiedene Stadtpläne aus der ganzen Welt, vorrangig jedoch aus Deutschland. Dabei stehen Parameter wie das Vorhandensein aller kartographischen Basiselemente, Art der verwendeten Signaturen und Umgang mit diesen, aber auch der Karteninhalt und dessen Mehrwert für Touristen im Fokus.

Abstract: Even in the digital age printed city maps are of importance. However, today these maps are no longer produced by professionals only. Especially in the field of tourist mapping marketing agencies create the maps. This article asks if this development has effects on the quality of the cartographic products. In focus are various city maps from the whole world, prior though from Germany. Investigated factors are: the question whether all cartographic base elements exist, the type of used signatures and the handling of them but also the content of the maps and its additional benefits for tourists.

1 Einleitung

Auch in Zeiten von Smartphones und Navigationsapps, interaktiven Karten im Internet und GPS Geräten haben gedruckte Karten nach wie vor nicht an Bedeutung verloren und finden in verschiedenen Bereichen Einsatz. Ein Gebiet, in dem solche Karten Einsatz finden, ist der Tourismus. Insbesondere Städtetouristen finden eine große Anzahl von Plänen zur Auswahl vor. Diese können bereits vor der Reise im örtlichen Buchhandel gekauft oder per Internet bestellt werden. Oft gibt es aber auch kostenlose Angebote vor Ort: Touristeninformationen oder Hotels bieten ebenfalls Stadtpläne an. Diese gebührenfrei verteilten Karten stehen im Fokus des Forschungsinteresses.

Im Bereich der touristischen Kartographie hat sich jedoch mittlerweile ein neues Problem ergeben: die Karten werden nicht mehr ausschließlich von ausgebildeten Kartographen erstellt, sondern vielfach auch von Marketingagenturen oder von den Touristeninformationen selbst. Somit ergibt sich die Frage, ob und inwiefern diese Entwicklung Auswirkungen auf die kartographische Qualität hat. Liegt bei Laien genug kartographisches Wissen vor, um Karten zu erstellen, die verständlich sind und gleichzeitig auch einen angemessenen Mehrwert für Touristen bieten? Es ergibt sich auch das Problem der Finanzierung eines Angebotes in Form

¹ TU Dortmund, Fakultät für Raumplanung, Lehrstuhl für Bodenpolitik, Bodenmanagement und kommunales Vermessungswesen, August-Schmidt-Str. 10, D-44221 Dortmund, E-Mail: nadine.preuss@tu-dortmund.de

einer kostenlosen „Karte“. Welche Interessenslagen beispielsweise von ortsansässigen Unternehmen stehen möglicherweise hinter einem solchen Sponsoring und haben auch Einfluss auf die kartographische Aussage?

Um eine Antwort auf diese Fragen zu geben, wurde eine Auswahl an touristischen Stadtplänen begutachtet.

2 Hintergrund

Während der Entwicklungsgeschichte der Kartographie war die Kartenerstellung immer nur eine Aufgabe von einigen wenigen Fachleuten, die die Karten in mühevoller Handarbeit anfertigten. Mittlerweile haben Computer und die entsprechende Software die Kartographie für eine größere Gruppe von Menschen geöffnet. Parallel dazu existieren so viele verschiedene Kartentypen wie niemals zuvor. Gerade im touristischen Bereich findet sich eine Vielzahl von unterschiedlichen kartographischen Produkten: Stadtpläne, Wanderkarten, Autokarten zur Anreise, Fahrradkarten, Skikarten usw.

Im Fokus dieses Beitrags stehen die touristischen Stadtpläne, die in der Regel von jeder Stadt, die nur annähernd touristisch interessant oder erschlossen ist, herausgegeben werden. Im Gegensatz zu den oftmals hochkomplexen Wanderkarten mit Höhenlinien, Schummerungen usw. werden die Stadtpläne aufgrund der bereits angesprochenen digitalen Entwicklung nicht mehr nur von Kartographen angefertigt.

Aus dieser Entwicklung ergibt sich das Forschungsinteresse, zumal touristische Karten auch in der Fachliteratur bislang wenig Beachtung finden, obwohl sie allgegenwärtig sind.

3 Die Untersuchung

Für genaue Aussagen über die kartographische Qualität von touristischen Stadtplänen wurden verschiedene Stadtpläne aus der ganzen Welt, vordergründig jedoch aus Deutschland, analysiert. Dabei wurde untersucht, wer die Karte erstellt hat und ob die Karte alle kartographischen Basiselemente enthält. Weiterhin interessant sind die Art der verwendeten Signaturen und die Lesbarkeit bzw. Nutzbarkeit dieser. Darüberhinaus zu begutachten ist die Kartenbeschriftung sowie die Frage, ob der Karteninhalt auf die gewählte Zielgruppe abgestimmt ist. Zuguterletzt wird sich noch mit der möglicherweise vorhandenen Werbung auf den Karten beschäftigt, da Werbeanzeigen oftmals zur Finanzierung beitragen.

3.1 Untersuchte Parameter

In diesem Absatz werden die verschiedenen untersuchten Parameter vorgestellt:

Kartenersteller

Wie bereits festgestellt, können Karten heutzutage von den verschiedensten Personen erstellt werden. Im Bereich der touristischen Kartographie sind dies vor allem professionelle Kartographen bzw. Kartographiefirmen, aber auch Werbeagenturen und die Tourismusbehörden und deren Mitarbeiter selbst. Es ist auch eine Kombination denkbar: Die Karte selbst wird von Kartographen angefertigt, das Layout um die Karte herum oder das Faltblatt oder die Broschüre,

in die die Karte möglicherweise eingebettet ist, wird wiederum von beispielsweise der Marketingagentur entworfen.

Es ist essentiell zu wissen, wer genau die Karte erstellt hat, um so beurteilen zu können, ob Qualitätsunterschiede zwischen den Karten, die von professionellen Kartographen und Karten, die von Laien erstellt wurden, bestehen.

Kartographische Basiselemente

Als kartographische Basiselemente werden der Kartentitel, die Legende, das Impressum, die Maßstabszahl und Maßstabsleiste sowie der Nordpfeil betrachtet.

Der *Kartentitel* ist wichtig, um auf einen Blick die geeigneten Kartennutzer über das Thema der Karte zu informieren.

Die *Legende* wiederum ist eins der wichtigsten Kartenelemente (GROBER 2001). Hier werden alle Symbole erklärt, die in der Karte Verwendung finden. Manche Symbole sind leicht verständlich, da allgemein bekannt oder sehr bildhaft (WILHELMY 1981:245) während andere möglicherweise sehr abstrakt und komplex und den Kartennutzern nicht so geläufig sind. Trotzdem sollte eigentlich jedes Symbol in der Legende erklärt werden, unabhängig davon, ob diese Symbole eher bildhaft oder eher abstrakt sind (GROBER 2001). Gegenstand der Untersuchung war hier also die Frage, ob, erstens, eine Legende vorhanden ist oder nicht, und zweitens, ob diese Legende auch vollständig ist und alle verwendeten Signaturen in ihr erklärt werden.

Um Entfernungen abschätzen und Größen beurteilen zu können, benötigt eine Karte eine *Maßstabszahl* und/oder eine *Maßstabsleiste*. Der Maßstab kann auf verschiedene Art und Weise angegeben werden. Im Idealfall ist der Maßstab sowohl als Maßstabszahl als auch als Maßstabsleiste angegeben, um die Arbeit mit der Karte so leicht wie möglich zu machen (SALISTSCHEW 1967:40). Es wird bei jeder Karte darauf geachtet, ob eine Maßstabsangabe vorhanden ist und in welcher Form. Wichtig hierbei ist, dass die Maßstabsangabe nur eine Hilfestellung für die Kartennutzer ist und die Karte nicht optisch dominieren sollte.

Obwohl die meisten Karten heutzutage genordet sind, wird nach wie vor empfohlen, einen *Nordpfeil* zu nutzen, um die Richtung der Karte anzugeben (TYNER 2014:35). Teil der Untersuchung ist also auch, ob die Karte einen Nordpfeil besitzt und ob sie überhaupt genordet ist. Insbesondere bei einer nichtgenordeten Karte ist ein fehlender Nordpfeil ein schwerwiegender Mangel.

Das letzte kartographische Basiselement ist das *Impressum*. Das Impressum sollte mindestens den Namen und/oder die Institution des Kartenerstellers enthalten, die Datenquelle angeben und das Produktionsjahr der Karte. Die Angabe der Datenquelle ist entscheidend, um die Authentizität der Daten zu zeigen (TYNER 2014:39). Das Produktionsjahr verrät dem Kartennutzern wiederum die Aktualität der Karte und inwiefern er sich auf die darin gemachten Angaben verlassen kann. Während der Untersuchung wurde festgehalten, ob ein Impressum vorhanden ist und wenn ja, ob dieses auch vollständig ist. Gemäß dem Impressum wurde auch der Kartenersteller notiert. Da die Frage, wer die Karte erstellt hat, jedoch ein entscheidender Teil der Untersuchung ist, wurde dies in einem Extrapunkt abgehandelt (s.o.).

Signaturen

Die geographischen Phänomene, die grafisch in einer Karte dargestellt werden, lassen sich in die drei Kategorien Punkt, Linie und Fläche einteilen (KOHLSTOCK 2014:78, TYNER 2014:138) und können so auch dargestellt werden. Dabei wird beispielsweise zwischen Farbe, Strichstärke, Orientierung etc. variiert (KOHLSTOCK 2014:78, TYNER 2014:137). Von Karten sind jedoch meistens Signaturen bekannt, die wesentlich komplexer als reine geometrische Darstellungen sind, beispielsweise ein Flugzeug, das für einen Flughafen steht. Hake teilt diese Signaturen in verschiedene Gruppen ein: symbolisch und bildhaft. Die bildhaften Signaturen können dabei noch weiter in Grundrissbilder, Aufrissbilder und Schrägbilder unterteilt werden (Abb.1).

Form	Anordnung		
	lokal	linear	flächenhaft
Grundrissbild			
Bildhaft Aufrissbild			
Schrägbild			
Symbolisch			
Geometrisch			
Buchstabe, Ziffer, Zahl, Unterstreichung		<i>(unter dem Ortsnamen)</i> 	<i>sL 3 Lö</i> <i>71 / 68</i>

Abb. 1: Verschiedene Arten von Signaturen (HAKE 1994:101, gekürzt)

Es wird bei den vorliegenden Karten also untersucht, welche Signaturtypen in der Praxis vorherrschen.

Beschriftung

Eine vollständige Karte besteht nicht nur aus Signaturen, sondern benötigt auch eine Beschriftung. Beschriftet werden könnten im Beispiel von den Stadtplänen dabei Straßenzüge, wichtige und/oder interessante Gebäude, Stadtteile, Haltestellen von öffentlichen Verkehrsmitteln etc.. Ähnlich wie bei den klassischen Signaturen kann auch bei der Beschriftung eine Variation von zum Beispiel Farbe, Größe aber auch Schriftart oder Schriftauszeichnung erfolgen, um so verschiedene Informationen auszudrücken. Untersucht werden soll hier also, ob eine ausreichende Beschriftung vorhanden und auch lesbar ist sowie deren Variationsreichtum.

Karteninhalt

Die Untersuchung des Karteninhalts schließlich beschäftigt sich nicht mehr nur mit rein handwerklichen Aspekten der Kartenerstellung, sondern geht auf die thematische Aussage der Karte selbst ein. Eine technisch einwandfrei gestaltete Karte nützt den Touristen wenig, wenn der Inhalt dieser nicht auch an dessen Bedürfnisse angepasst ist.

Touristen benötigen zunächst natürlich einen herkömmlichen Stadtplan, mit dem er sich einfach in der Stadt orientieren kann. Hierzu sollten die Straßen aufgeführt und beschriftet sein und Gebäude und andere wichtige Orte, die der Orientierung dienen, vermerkt werden. Jedoch interessieren sich Touristen natürlich nicht nur für Angaben, die seiner Orientierung in der fremden Stadt dienen. In erster Linie wird eine Stadt bereist mit dem Gedanken, etwas bestimmtes zu sehen oder zu erleben. Einrichtungen aus verschiedenen Kategorien können für Touristen interessant sein. Dazu zählen beispielsweise: Kultur, Sport, Unterhaltung, Einkaufen... (KOSMA et al. 2003:27 ff.). Diese Kategorien lassen sich natürlich noch weiter aufteilen in konkrete Einrichtungen, die möglicherweise von Touristen besucht werden möchten, und die sich dementsprechend in der Karte wiederfinden lassen sollten, um den Touristen so darauf aufmerksam zu machen bzw. ihm zu zeigen, wo er was finden kann. In den Bereich Kultur lassen sich so beispielsweise architektonisch interessante Gebäude wie Burgen, Ruinen, Schlösser oder auch historische Plätze einordnen (KOSMA et al. 2003:28). Auch sportliche Betätigung kann im Urlaub für einige Touristen interessant sein. Hier könnten beispielsweise Minigolfplätze, Hochseilgärten, Kletter- und Abenteuerparks oder Beachvolleyballfelder (KOSMA et al. 2003:28) in der Karte vermerkt werden. Für andere Touristen wiederum spielt das Einkaufserlebnis während ihres Urlaubs eine wichtige Rolle. In diesem Bereich ist es erforderlich, Fußgängerzonen oder andere zentrale Einkaufsstraßen sowie Shopping Malls (KOSMA et al. 2003:29) in der Karte zu markieren. Die Kategorie der Unterhaltung ist weit gefasst: hierunter können sowohl Pubs, Bars, Cafés und Diskotheken fallen aber auch Erlebnisbäder und Themenparks (KOSMA et al. 2003:29).

Für Touristen weiterhin wichtig ist nicht nur, wo sich welche Attraktionen befinden, sondern auch, wie diese zu erreichen sind. Hierbei könne zum Beispiel Angaben von U-Bahnhaltestellen (falls ein U-Bahnnetz vorhanden ist), Bushaltestellen oder Parkmöglichkeiten hilfreich sein.

Umgang mit Werbung

Wie bereits erwähnt, sind Stadtpläne oftmals kostenlos an Touristinformationen oder ähnlichen Orten erhältlich. Dies beinhaltet allerdings auch das „Problem“ der Finanzierung solcher Karten. Zur Finanzierung kann die Platzierung von Werbung in und um die Karte für lokale Restaurants, Gaststätten, Geschäfte etc. beitragen. Untersuchenswert hierbei ist, ob die Werbung dabei soviel Raum auf oder um die Karte einnimmt, dass touristisch wichtige Informationen optisch verdrängt werden oder ob sich die Werbung harmonisch in das Kartenbild einfügt. Zusätzlich sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass Werbung auch nicht immer negativ gesehen werden sollte. Schließlich besteht hier auch die Möglichkeit für Touristen, Informationen über Restaurants, Museen oder andere Orte zu erhalten, die seinem Geschmack oder Interesse entsprechen und die er dementsprechend aufsuchen möchte.

3.2 Erste Untersuchungsergebnisse

Mehr als 100 Karten wurden bereits hinsichtlich der eben vorgestellten Parameter analysiert, sodass bereits erste Untersuchungsergebnisse vorliegen, die hier präsentiert werden können.

Kartenersteller

In vielen Fällen ist keine Angabe darüber vorhanden, wer die Karte erstellt hat. Sofern ein Kartenersteller erwähnt wird, ist dieser entweder eine Marketing- oder eine Kartographieagentur. Selten wurden die Karten auch von Katasteramt, Stadtvermessung oder GIS-Abteilung der jeweiligen Stadt erstellt. Karten, die explizit von den Tourismusabteilungen der Städte erstellt wurden, waren bis jetzt nicht aufzufinden. Da es bei gut der Hälfte der untersuchten Karten jedoch keinen Hinweis auf den Kartenersteller gibt, kann so nicht abschließend gesagt werden, dass dies nie der Fall ist, dass Stadtpläne von Touristikfachkräften erstellt werden.

Der Herausgeber dagegen wird auf den meisten Karten genannt. Nur in einigen wenigen Fällen fehlt diese Angabe. Die Herausgeber sind in der Regel Marketingagenturen, gefolgt von Tourismusagenturen bzw. den Tourismusabteilungen der Städte. Nur in vereinzelt Fällen sind die Herausgeber Kartographieagenturen.

Aus diesen Beobachtungen lässt sich schließen, dass Kartenerstellung und Herausgabe des fertigen kartographischen Produkts nicht immer in der Hand nur eines Verantwortlichen liegen müssen. In einigen Fällen wird die Karte von professionellen Kartographen erstellt, während die Herausgabe (und Gestaltung des Gesamtwerks) von anderen erfolgt. Eine große Rolle spielen in beiden Fällen Marketingagenturen.

Das Fehlen der Angabe des Kartenerstellers ist jedoch problematisch für die Ausgangsfrage, ob Karten, die nicht von professionellen Kartographen hergestellt wurden, Qualitätsmängel aufweisen.

Kartographische Basiselemente

Zunächst ist positiv anzumerken, dass jede untersuchte Karte einen *Titel* hat, der Auskunft über das Thema der Karte geben konnte. Touristen erfahren hier also schon schnell erkennbar, was sie erwartet.

Bezüglich des Maßstabs sieht dies jedoch anders aus: eine *Maßstabszahl* ist so gut wie nie vorhanden, während sich eine *Maßstabsleiste* bei ungefähr der Hälfte der untersuchten Karten finden lässt. Wenn davon ausgegangen wird, dass die meisten Touristen Laien in der Arbeit mit Karten sind, könnte argumentiert werden, dass die Maßstabszahl nicht unbedingt notwendig ist, da sie für Menschen, die nicht so oft mit Karten zu tun haben, nicht besonders aussagekräftig ist. Die graphische Maßstabsleiste macht es für kartographisch ungeübte Menschen leichter, Entfernungen und Größen abzuschätzen. Ein Vorhandensein einer Maßstabsangabe ist gerade im Bereich der touristischen Stadtpläne unerlässlich, da es nur so für ortsfremde Touristen möglich ist, zu wissen, ob beispielsweise die favorisierte Sehenswürdigkeit noch in fußläufiger Entfernung ist oder ob der Weg mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden muss. Das absolute Fehlen einer Maßstabsangabe, wie es bei vielen Stadtplänen der Fall ist, stellt also einen großen Mangel dar.

Ein *Nordpfeil* wiederum ist bei mehr als der Hälfte der gesichteten Karten nicht vorhanden. Da so gut wie alle Karten auch genordet waren, ist dieser Mangel zu vernachlässigen. In den wenigen Fällen, bei denen die Karte nicht genordet war, war auch ein Nordpfeil auf der Karte zu finden, der darauf hinweist.

Die *Legende* ist unerlässlich für das Verständnis der verwendeten Signaturen und damit auch das Gesamtverständnis der Karte. Eine Legende ist auch bei gut 80% der begutachteten Karten vorhanden, allerdings war diese oftmals nicht vollständig, das heißt, nicht alle verwendeten Signaturen wurden erklärt.

Ein *Impressum* ist in bei der Hälfte der analysierten Karten vorhanden, jedoch ist dies nicht immer vollständig, was sich auch in dem Punkt widerspiegelt, dass nicht immer ein Kartenersteller oder ein Herausgeber ausfindig gemacht werden konnte. Problematisch ist es auch, wenn im Impressum keine Angabe zur Zeit der Veröffentlichung zu finden ist, da so die Aktualität der Karte und der darin enthaltenen Informationen nicht eingeschätzt werden kann.

Signaturen

In jeder untersuchten Karte wurde mit verschiedenen Signaturentypen gearbeitet. Die „Grundelemente“ Punkt, Strich und Fläche waren in jedem Stadtplan gegeben. Besonders von Interesse sind die Punktsignaturen, da diese meist für touristisch interessante Sehenswürdigkeiten oder Freizeitmöglichkeiten stehen und somit die Frage, wie diese besonders in der Karte dargestellt oder hervorgehoben werden.

Besonders auffällig sind Aufrisse bzw. Schrägansichten von Gebäuden, die sich in vielen Stadtplänen finden lassen (Abb.2).

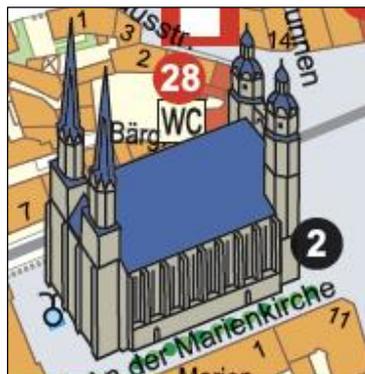


Abb. 2: Schrägbild einer Kirche im Stadtplan von Halle (STADTMARKETING HALLE(SAALE) GMBH:2016)

Diese springen dem Kartenbetrachter natürlich sofort ins Auge und regen ihn möglicherweise dazu an, das entsprechende Gebäude zu besichtigen, da er es aufgrund der Darstellung für wichtig erachtet. Ansonsten finden sich hauptsächlich geometrische oder bildhafte Signaturen auf den untersuchten Stadtplänen. Wichtig bei den Signaturen ist, dass diese eine ausreichende Größe haben und sich farblich vom Hintergrund abheben, um so gut vom Betrachter erkannt zu werden. Dies ist bei den untersuchten Karten in der Regel gegeben, nur einige wenige Karten fallen dadurch auf, dass Signaturen zu klein oder ohne große farbliche Abhebung zum Hintergrund und damit schlecht erkennbar sind.

Beschriftung

Auf allen untersuchten Karten ist eine Beschriftung vorhanden. Beschriftet werden dabei Straßen, aber auch Stadtteile, wichtige Gebäude etc. Die Menge der Beschriftung ist in der Regel ausreichend, lediglich kleinere Straßenzüge werden nicht beschriftet.

Die verwendeten Schriftarten sind in so gut wie allen Fällen serifenlos; es wird wenig innerhalb einer Karte mit verschiedenen Schriftarten, -farben oder -auszeichnungen variiert.

Beim Großteil der Karten ist die Lesbarkeit der Schrift gut. Nur teilweise wird sie von anderen Signaturen verdeckt, ist zu klein oder hebt sich farblich nicht gut von der Kartengrundlage ab.

Zwar ist die Verwendung der Schrift auf den gesichteten Karten nicht unbedingt als kreativ zu bewerten und es wurde keine variierte Beschriftung für unterschiedliche Dinge genutzt, jedoch ist die Lesbarkeit der Beschriftung in der Regel gegeben, sodass dieser Punkt bei den touristischen Stadtplänen insgesamt gesehen als positiv bewertet werden kann.

Karteninhalt

Die Informationen, die sich auf den Stadtplänen befinden, sind in der Regel als durchweg positiv und nützlich zu bewerten. Die Touristen finden viele Informationen zu Sehenswürdigkeiten aus dem Bereich der Kultur wie historisch interessante Gebäude, Museen etc. Auch der Bereich für sportlich interessierte Touristen kommt nicht zu kurz: Minigolfplätze, Parks etc. sind (wenn vorhanden) ebenfalls in den Karten vermerkt. Darüber hinaus lassen sich Shopping Malls und Fußgängerzonen oder andere Einkaufsstrassen mit Hilfe der Stadtpläne auffinden. Im Bereich der Fußgängerzonen zeigt sich allerdings ein Problem, das bereits an anderer Stelle erwähnt wurde: Die entsprechenden Zonen sind in der Karte zwar in der Regel farblich markiert, jedoch wird in den oft unvollständigen Legende diese Farbe nicht erklärt, sodass dem Touristen nicht unbedingt klar wird, dass beispielsweise die hellgelbe Straße nun die gesuchte Fußgängerzone ist. Lokalitäten wie Restaurants, Cafés, Diskotheken etc. finden sich eher selten in den vorliegenden Karten. Wenn diese in den Karten markiert werden, handelt es sich hier eher um Werbeanzeigen und kein neutrales Gesamtbild der Gaststätten der Stadt (siehe auch „Umgang mit Werbung“). Die Informationen finden sich dabei direkt in der Karte vermerkt oder auch oft auf der Kartenrückseite oder rund um die Karte in Textform, oft auch mit Foto.

Insgesamt lässt sich also feststellen, dass die touristischen Stadtpläne in der Regel einen echten Mehrwert für Touristen bieten, da die Touristen hier viele nötige Informationen über interessante Sehenswürdigkeiten und weitere Freizeitmöglichkeiten erhalten.

Auch die Anreise zu den Sehenswürdigkeiten ist gewährleistet, da sich in den Karten Angaben zu Parkplätzen oder öffentlichen Verkehrsmitteln finden. Gerade in größeren Städten mit einem ausgedehnten Netz an öffentlichen Verkehrsmitteln ist der Karte oftmals, beispielsweise auf der Kartenrückseite, auch ein Extra-Plan dieser beigelegt.

Für weitere nötige Informationen sind die Standorte der Touristeninformationen in der Karte vermerkt, oftmals sind am Kartenrand auch deren Sehenswürdigkeiten und Kontaktnummern angegeben.

Einsatz von Werbung

Überraschenderweise haben einige der untersuchten Karten gar keine Werbung und dies, obwohl sie sogar gratis erhältlich sind. Die Finanzierung dieser Karten erfolgt hier also nicht über Werbepartner. Auch andere der gesichteten kartographischen Produkte weisen nur sehr wenige Werbeanzeigen auf, die nicht zu aufdringlich im Vordergrund stehen und somit nicht die kartographischen Informationen beeinträchtigen. Die Werbeanzeigen sind dabei hauptsächlich von Hotels, Restaurants und diversen Läden und Freizeiteinrichtungen, sodass sie durchaus auch einen Mehrwert für Touristen bieten können, der so darüber informiert wird, wo er essen, nächtigen oder etwas besichtigen kann.

Natürlich gibt es auch einige kartographische Produkte, die diesen positiven Gesamteindruck nicht bestätigen. Auf einigen Karten findet sich auch überproportional viel Werbung, die das Gesamtbild sehr dominiert und das Kartenbild optisch in den Hintergrund drängen. Es fallen auch vereinzelt Karten auf, die nur für ein Restaurant oder eine Einrichtung werben, also reines Werbeprodukt eines bestimmten Ladens sind. Beispielhaft soll hier eine Karte von Rhodos gezeigt werden, die zwar auch eine Sehenswürdigkeiten von Rhodos aufführt, darüber hinaus aber hauptsächlich zeigen möchte, wo sich die „Taverna Porto Antico“ befindet (Abb.3).



Abb. 3: Ausschnitt aus einer Karte von Rhodos

4 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

Die Untersuchung der Stadtpläne hat gezeigt, dass diese von insgesamt guter Qualität sind. Mängel lassen sich vor allem im Bereich der kartographischen Basiselemente finden, die nicht auf allen Karten oder nicht immer vollständig vorhanden sind. Problematisch ist dies beispielsweise im Bereich der fehlenden Maßstabsleisten, die es Touristen so unmöglich machen, Entfernungen abzuschätzen. Die nicht vorhandene Angabe des Kartenerstellers im Impressum mag für Touristen als Kartennutzer nicht so schlimm sein; hier ergaben sich vor allem Probleme für die Ausgangsfragestellung nach Qualitätsunterschieden bei unterschiedlichen Kartenerstellern, da diese ohne diese Information natürlich nicht abschließend beantwortet werden kann. Auch die fehlende Angabe eines Produktionsdatums sowie die unvollständige Legende stellen einen Qualitätsmangel dar.

Erfreulich dagegen ist, dass die Signaturen in der Regel hochwertig sind. Auch die Beschriftung kann als positiv bewertet werden. Zwar ist sie in den meisten Fällen nicht besonders variationsreich, erfüllt aber aufgrund der guten Lesbarkeit ihren Zweck.

Weiterhin von großer Bedeutung ist der Karteninhalt. Hier kann festgestellt werden, dass dieser bei allen Karten die Bedürfnisse der Touristen erfüllt. Auch ist es positiv, dass die meisten Karten nicht von Werbung überladen sind – einige haben gar keine Werbung, bei anderen fügen sich die Werbeanzeigen harmonisch in den Karteninhalt ein und bieten eventuell sogar Zusatzinformationen für die Kartennutzer, wie beispielsweise wo er was essen gehen oder übernachten kann etc.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Ausgangsfragestellung ob es kartographische Qualitätsunterschiede bei unterschiedlichen Kartenerstellern gibt, nicht abschließend beantwortet werden kann, da nicht immer ersichtlich ist, wer nun die Karte erstellt hat. Allerdings lässt sich bei der Gesamtbetrachtung der Untersuchungsergebnisse feststellen, dass die gesichteten Stadtpläne durchweg von guter Qualität und ohne gravierende Mängel sind. Die meisten „Fehler“ finden sich im Bereich der kartographischen Basiselemente, jedoch fallen diese einem Laien möglicherweise gar nicht erst auf bzw. machen die Karte für ihn nicht unbrauchbar. Wichtig für Touristen werden vor allem der für ihn angepasste Karteninhalt und hochwertige Signaturen sowie eine ausreichende, gut lesbare Beschriftung sein – diese Punkte werden von allen Karten in einem ausreichenden Maße erfüllt.

Weiterhin zu beachten ist, dass hier nur eine Auswahl von Parametern, die ein Anzeichen für kartographische Qualität sein können, ausgewertet und vorgestellt wurde. Weitere interessante Punkte, die noch untersucht werden, sind beispielsweise der Einsatz von Farben (Farbauswahl, Farbassoziationen usw.), die visuelle Hierarchie der Stadtpläne, das Gesamtlayout und die Platzierung der einzelnen Kartenelemente, usw. Ergebnis der noch kommenden Untersuchungen könnte ein kartographischer Leitfaden sein, der bei der Erstellung touristischer Stadtpläne zur Rate gezogen werden kann.

5 Literaturverzeichnis

- GROBER, K., 2001: Definition Legende, Heidelberg. In: Bollmann, Jürgen, Koch, Wolf – Günther and Annette Lipinski (pub.) 2001a: Lexikon der Kartographie und Geomatik, Heidelberg. [Online Version]
- HAKE, G., GRÜNREICH, D. & MENG, L., 2002: Kartographie, Berlin. 8. überarbeitete Auflage.
- KOHLSTOCK, P., 2014: Kartographie – Eine Einführung, Paderborn. 3. überarbeitete Auflage.
- KOSMA, P., GLASER, F., WÖFL, P., SCHADEN, J., TURISSER-GALA, C. & DERFLINGER-TRAXLER, E., 2009: Betriebsorganisation, Tourismus, Marketing, Linz. 13. überarbeitete Auflage
- SALISTSCHEW, K., 1967: Einführung in die Kartographie, Band 1, Gotha/Leipzig.
- TYNER, J., 2014: Principles of Map Design, New York.
- STADTMARKETING HALLE (SAALE) GMBH, 2016: Innenstadtplan Halle (Saale), o.O.
- WILHELMY, H., 1981: Kartographie in Stichworten, Kiel. 4. überarbeitete Auflage, Gotha/Leipzig.