

Unbekannt verzogen: Adressmanager ringen um Aktualität der Daten

Artikel vom 2005-08-30

Seit der Nachsendeantrag nicht mehr umsonst ist, etablieren sich neben der Deutschen Post Adress Alternativdatenbanken

Der Umzug ist für Direktmarketer ein wichtiger Zeitpunkt. Wer nicht vorsorgt, verliert mit dem Wegzug eines Kunden dessen Adresse. Auf der anderen Seite ist es ein günstiger Zeitpunkt, neue Kunden anzusprechen: Frisch Umgezogene, Jahr für Jahr in Deutschland rund acht Millionen, richten Wohnung oder Haus ein und benötigen dafür hochwertige Konsumgüter. Sie sind empfänglicher für Werbebotschaften, insbesondere wenn diese sich persönlich an sie wenden und sich speziell mit der Umzugssituation auseinandersetzen.

Wer Umzügler gezielt als Neukunden ansprechen will, findet dafür zahlreiche Angebote. Komplizierter ist es, wenn aus der eigenen Datenbank keine Adresse verloren gehen soll. Jahrzehntlang war in diesen Fällen der Nachsendeantrag der Post der Rettungsanker für die Adressmanager. Das änderte sich vor zweieinhalb Jahren. Seit Januar 2003 muss der private Kunde der Deutschen Post für einen Nachsendeantrag mit sechsmonatiger Laufzeit 14,80 Euro bezahlen. Wünscht er den Service für ein ganzes Jahr, sind es 24,80 Euro. Seither ist die Quote der Postkunden, die einen Nachsendeantrag stellen, nach unterschiedlichen Schätzungen um 20 bis 40 Prozent zurückgegangen (siehe Seite 10).

In die entstandene Lücke sind mehrere Anbieter gestoßen. Die Adresswerkstatt von KarstadtQuelle Information Systems (KQIS) oder die Adressklinik von ODS in Berlin bereinigen und aktualisieren ebenso Kundendatenbanken wie SAZ Marketing. Deren Service SmartAddress reicht von der Validierung vorhandener Datenbanken bis hin zur aktiven Adressermittlung. Auch wenn Geschäftsführer Frédéric Cavro die Zutaten seines Rezepts nicht verraten will: Während KQIS mit seiner großen Kundendatenbank arbeitet, setzt SAZ bei Umzugsdaten auf Änderungen in ihrem Bestand und Rückmeldungen von Kunden und Partnern.

Unternehmen wie der Leverkusener Adressdienstleister intellidata gleichen die Umzugsdaten der Post Adress mit denen von SAZ ab. „Der Gewinnungsweg ist, da sich SAZ auf sehr verschiedene Quellen stützt, ein anderer als bei der Post“, sagt intellidata-Geschäftsführer Andreas Korb. „Das macht die Daten auch besonders interessant für einen Abgleich.“ Dass die Umzugsdaten der Post in den vergangenen zwei Jahren gelitten haben, bestätigt er: „Fast alle Kunden sind auf der Suche nach einer Ergänzung.“

Auch Adressmanagement & Services gleicht die Post-Umzugsdaten noch mal ab. Der Listbroker hat keine eigenen Adressen, sondern vermittelt Daten der Adressverlage. Analyse-Optimierung spielt dabei eine große Rolle. „Wir bereinigen die Listen fortwährend“, sagt Geschäftsführer Bernhard Allzeit, „und arbeiten dabei mit einer ganzen Reihe von Partnern zusammen.“

Beim Thema Privatumzug heißt der Partner SAZ. „Durch den Abgleich erhalten wir deutlich mehr Treffer, als würden wir nur auf die Post bauen.“ Allzeit nennt ein Beispiel: Wenn die Post zehn Prozent Umzügler in einer Kundendatenbank ermittelte, komme SAZ schon mal auf zwölf Prozent. „Nicht die Qualität, sondern die Quantität der Postdaten hat gelitten“, sagt Allzeit. „Da ist die Referenzdatenbank eine komfortable Option.“ Weil die Kunden sowieso nur die Treffer bezahlen, ist der doppelte Abgleich für sie letztlich nicht teurer.

Einen anderen Weg geht D+S europe. Der Hamburger Call-Center-Betreiber kooperiert seit mehr als einem Jahr mit SAZ, um eigene B-to-C-Adressen auf Zustellbarkeit und die Existenz zugehöriger Telefonnummern zu validieren. Die Daten erwirbt D+S europe bei einer ganzen Reihe von Listbrokern. Jahr für Jahr kaufen die Telemarketer mehrere Millionen Adressen. „Als Call-Center haben wir großes Interesse an einer vollständigen Stammdatenbank, bereinigt um falsche Namen und falsche Telefonnummern“, sagt Ralf Thomas, Chief Area Officer Business Development. „Es geht uns um operative Aufwertung und Pflege unserer Adressen, um letztlich eine Referenzdatenbank aufzubauen.“

Als letztes Glied in der Kette des Adressmanagements begreift sich Ralf Niederhäuser, Geschäftsführer von Euro-Pro. Die Hessen bieten ihre Dienste beim Partner SAZ unter dem Namen SmartDetect an. „Wenn es heißt ‚unbekannt verzogen‘, dann kommen wir ins Spiel“, sagt Niederhäuser. Euro-Pro ermittelt geänderte Adressen für Banken, Versicherungen, Energieversorger oder die Leasingbranche und durchforstet dafür verschiedene Datenbanken sowie Melde- und Gewereregister. fb

URL: <http://www.onetoone.de/onetoone/channel/crm/12627/index.php>

Copyright © 2001, 2002, 2003 J&S Dialog-Medien GmbH, Hamburg. Alle Rechte vorbehalten.

Bei den Mühlen 91
D-20457 Hamburg
Tel. 040 / 36 98 32-0
Fax 040 / 36 98 32-36

[Drucken](#)