

TÊTE-À-TÊTE DER EXPERTEN

SAZ und DIALOGHAUS kooperieren: Adressveredelung per One-Stop-Shopping

Die Database- und Dialogmarketing-Experten SAZ Marketing in Frankfurt und DIALOGHAUS in Hamburg und Langenfeld bei Düsseldorf haben eine Partnerschaft im Bereich Umzugsadressen vereinbart. Damit erweitert SAZ sein Portfolio rund um die Anschriftenänderungsprodukte von smartADDRESS. Im Fokus: eine One-Stop-Shopping-Lösung im Sinne des kaskadenartigen Abgleichs von Bestandsadressen. Frédéric Cavro, Managing Director von SAZ Marketing, und Johann Kuhlendahl, Geschäftsführer von DIALOGHAUS in Hamburg, erklären im Interview den höheren Sinn dieses dialogischen Tête-à-Tête.

Worauf zielt Ihr neuer gemeinsamer Coup ab, Herr Cavro?

Frédéric Cavro: Mit der komplementär einsetzbaren Adresslösung von DIALOGHAUS erweitern wir unser Portfolio. Immerhin geht es um nichts geringeres, als die Bandbreite der am Markt verfügbaren Umzugsinformationen noch ein wenig breiter zu machen – hinsichtlich Qualität und Quantität. Gemeinsam wollen wir mit Hilfe neuer Quellen die derzeit mögliche Marktabdeckung weiter erhöhen und leistungsstarke Adressbereinigung aus einer Hand anbieten – eine Art One-Stop-Shopping-Lösung.

Was macht Sie denn so sicher, dass der Markt nach Ihrer Lösung verlangt?

Johann Kuhlendahl: Durch die Partnerschaft kommt getestete, hochwertige und zusätzlich einsetzbare Umzugsdaten-Substanz auf den Markt. Damit können Unternehmen ihren Aufwand bei Database-Management, Mailing-Kampagnen und im Forderungsmanagement erheblich reduzieren und eine hohe Trefferquote beim kaskadenartigen Bestandsabgleich erzielen. Besonderer Vorteil: Das neue Material weist geringe Überschneidungen mit den üblichen Quellen auf. Das haben Tests ergeben.

Cavro: Mit der Kooperation tragen wir somit Marktbedürfnissen nach innovativen Lösungen, hoher Qualität und Quantität bei Umzugsinformationen Rechnung. Am Ende muss eine pragmatische, vollständige Problemlösung dabei herauskommen. DIALOGHAUS und SAZ haben sich gefunden, weil wir dieselbe Philosophie vertreten: Wir helfen Kunden, Geld zu sparen und Budget sowie Porto zielgerichtet einzusetzen.

Wir planen, den Adressbestand der Umzugsinformationen, den Johann Kuhlendahl zu Jahresbeginn noch mit zwei Millionen Datensätzen bezifferte, kontinuierlich auszubauen. Das gibt den smartADDRESS-Produkten von SAZ, die allein über rund 15 Millionen Einträge verfügen, noch mehr Power.



Frédéric Cavro: „Pragmatische, vollständige Problemlösung gefragt“

Sie haben den „kaskadenartigen Abgleich“ erwähnt. Herr Kuhlendahl, was verbirgt sich hinter diesem „Adresswasserfall“?

Kuhlendahl: Die einzelnen verwendeten Quellen zur Adressbereinigung weisen, alle für sich genommen, zunächst eine zu geringe Marktabdeckung auf. Die optimale Trefferquote hingegen wird nur durch diesen kaskadenartigen Abgleich möglichst vieler am Markt verfügbarer Quellen erzielt. Datenqualität und -quantität müssen stimmen. Hemmschuh am Markt: Konsumenten teilen der Deutschen Post ihren Umzug immer seltener mit, weil sie oft keine Notwendigkeit darin sehen, satte 15 Euro für einen Nachsendeantrag zu bezahlen. Insbesondere, wenn sie, wie in der Hälfte aller Fälle, in derselben Stadt verbleiben. Diese Weigerung wirkt sich auf die Quantität der Änderungsdaten aus den Nachsendeanträgen der Post aus ...

Cavro: ... soll heißen: Es gibt noch mehr Anbieter, auf deren Quellen professionell agierende Unternehmen bei der Datenhygiene zurückgreifen sollten, um die empfohlene Qualität und Quantität zu erzielen. Dann aber per konzertierter Anwendung aller am Markt verfügbarer Informationen. Logisch, dass SAZ diesen wasserfallartigen Abgleich aus einer Hand anbietet. Das Produkt, das DIALOGHAUS hierbei einfließen lässt, bereichert den Markt um

eine zusätzliche, bislang noch nicht verfügbare Lösung.

Worin liegen die Herausforderungen und Chancen bei der Adressveredelung? Wie tickt der Markt?

Cavro: Die Anforderungen an Adressqualität und Reagierpotenzial steigen in Unternehmen kontinuierlich. Neben Nixie-Dateien, die Zahlungsrisiken oder „tote“ Adressen enthalten, und Robinsolisten unterstützen Umzugs- und Sterbedateien aus möglichst verschiedenen Quellen das Adressmanagement optimal. So können Unternehmen wirkungsvoll und kosteneffizient auf Veränderungen ihrer Kunden und Prospects reagieren. Denn: Trennungen, Todesfälle und Wohnungswechsel betreffen immerhin satte 30.000 Adressen in Deutschland – und zwar täglich.

Das klingt immens. Lohnt es sich, eine Lösung für dieses Phänomen zu entwickeln?

Kuhlendahl: Ein Mailing an eine falsche Adresse ist sehr teuer. Um den Unterschied festzustellen, genügt eine einfache Rechnung rund um die Kosten pro Mail-Piece bei gescheiterter Zustellung und Response-Ausfall. Hochwertige Adressqualität ist wichtig und dennoch in den Unternehmen oft absolut unterbewertet. Die Herausforderung besteht darin, trotz hohem Aufwand eine schlanke und bezahlbare Lösung zu schaffen. Zudem sind beste Ergebnisse ein Aushängeschild, denn man outet sich als marktgerecht agierender Dialogprofi.



Johann Kuhlendahl: „Einzelne Quellen weisen, alle für sich genommen, zunächst eine zu geringe Marktabdeckung auf“

Über SAZ Marketing AG und GmbH

Die international agierende SAZ-Gruppe mit Hauptsitz in St. Gallen/Schweiz und deutschen Tochterge-

sellschaften in Hannover, Berlin und Frankfurt ist spezialisiert auf datenbankbasierte Branchenlösungen für Marketing. Die seit 30 Jahren aktive SAZ richtet ihr Augenmerk auf die Branchen Finanzdienstleistungen, Handel und Versandhandel sowie Medien. Portfolio-Bausteine sind strategische, kreative Agenturleistungen, Zielgruppenanalyse, CRM und Telemarketing. Mit ihren 16 Standorten weltweit erwirtschaftet die Unternehmensgruppe jährlich mehr als 100 Millionen Schweizer Franken.

Die Frankfurter Tochter SAZ Marketing GmbH ist spezialisiert auf B-to-C-Anwendungen. Darunter fallen Database-Management, Adress-Services und Listbroking sowie Anschriftenänderungs- und Bereinigungsprodukte. Herzstücke sind die Produktpalette von smartADDRESS sowie die Wissensdatenbank IQ-Base.

SAZ Marketing GmbH Frankfurt
Franklinstr. 62
60486 Frankfurt/Main
Fon: +49 (0) 69 / 84 84 63 0
Fax: +49 (0) 69 / 84 84 63 69
E-Mail: smartinfo@saz.net
www.saz.com/address-services

Über DIALOGHAUS GmbH

Die DIALOGHAUS GmbH, gegründet 1997, ist ein unabhängiger und neutraler Dienstleister rund um die Adresse und bietet drei Kerndienstleistungen an, damit die Botschaft seiner Kunden richtig und ohne Streuverluste bei der gewünschten Zielgruppe ankommt: Zielgruppenberatung, Adressoptimierung und Mailing-Produktion. 2005 erwirtschaftete DIALOGHAUS mit Sitz in Düsseldorf/Langenfeld und Hamburg mit 20 Mitarbeitern einen Umsatz von 6 Millionen Euro. Die Dialogmarketing-Beratung betreut Kunden wie Aktion Mensch mit Publicis Hamburg, Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Europcar, HDI, JAKO-O, Madsack Verlagsgruppe, MDM Münzhandelsgesellschaft, NKL-Lotterie-Einnahme Heinz Paetsch, Stage Entertainment, Vistaprint und Yello Strom.

DIALOGHAUS GmbH
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 46 88 58-0
Fax: +49 (0) 40 / 46 88 58-25
E-Mail: info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com