



Topaktuelle DHL-Scannerdaten:
Ein Qualitätsbaustein der Postreferenz-Datei

Hat perfektes Adressmanagement eine Farbe?

Was haben Procter & Gamble, die Sparkasse Rhein-Nahe und der Reiseanbieter BigXtra gemeinsam? Auf den ersten Blick nichts; auf den zweiten Blick vieles. Denn sie alle investieren einen bedeutenden Teil ihres Marketing-Budgets in Dialogmarketing-Kampagnen zur Kundenbindung. Und sie alle vertrauen dabei der Farbe Gelb und den Adressmanagementleistungen von Deutsche Post Direkt.



Christina Waltenberg-Hörster,
Prokuristin Deutsche Post Direkt

Wer kennt es nicht aus eigener Erfahrung: Das Ziel, die eigenen Kunden noch stärker an das Unternehmen zu binden und mit Cross-Selling-Aktionen zu punkten, steht ganz oben auf

der Agenda. Eine kreative Dialogkampagne wird erarbeitet, und die Zielgruppe aus den eigenen Bestandskundenadressen selektiert. Aber das Ergebnis bleibt weit hinter den Erwartungen zurück. Stattdessen stapeln sich bereits nach einigen Tagen die Retouren auf dem Schreibtisch.

Retouren senken, Zustellbarkeit steigern: Adressprüfung von Deutsche Post Direkt

Der Erfolg jeder Mailingaktion steht und fällt mit der Qualität der verwendeten Adressen. Jedes Jahr werden gut zehn Prozent aller Adressen unzustellbar, weil die Empfänger verzogen, verstorben oder unter neuem Namen verheiratet sind. Doppelt ärgerlich ist es, wenn diese Adressen nicht vor einer Kampagne aktualisiert oder entfernt werden. Denn sie erhöhen sowohl die Produktions- und Portokosten eines Mailings als auch die anschließende arbeits-, zeit- und kostenintensive Retourenbearbeitung.

Diese Kosten sparen sich alle Unternehmen, die ihre Kundendaten vor einer Aussendung von Deutsche Post Direkt bereinigen lassen. Denn Maßstäbe bei der Bereinigung und Aktualisierung setzt hier die Postreferenz-

datei, die hinsichtlich ihrer Größe, Vollständigkeit und Aktualität einzigartig auf dem deutschen Markt für Adressdienstleistungen ist. Die Postreferenz-Datei umfasst über 95 Millionen Privataadressen, davon ca. 57 Millionen aktive und ca. 38 Millionen inaktive Empfänger. Inaktive Adressen entstehen z.B. bei Umzug, Namensänderungen durch Heirat oder bei Unzustellbarkeit der Adressen.

Qualitätsgarant im Adressmanagement: Postreferenz-Datei

Täglich fließen unter anderem Tausende Umzugsmeldungen, Informationen vom Bundesverband Deutscher Bestatter und von weiteren Partnern in die Postreferenz-Datei ein. Das Besondere der Postreferenz-Datei im Vergleich zu anderen Datenbanken: Zur Adresspflege wird zusätzlich die Anschriftenprüfung der Deutschen Post genutzt. Hierbei prüfen und bestätigen die Zusteller kontinuierlich, ob Adressen richtig geschrieben und zustellbar sind. Diese Anschriftenprüfung ermöglicht es, die Adressen ständig korrekt und aktuell zu halten. Die Korrekturen fließen direkt in die Postreferenz-Datei ein.

DHL-Scannerdaten sichern Aktualität und Qualität

Deutsche Post Direkt baut die Quellen, Maßnahmen und Prozesse zur Qualitätssicherung der Postreferenz-Datei kontinuierlich aus. So setzt das Posttochterunternehmen seit Kurzem die Scannerdaten von DHL, dem deutschlandweit führenden Dienstleister für Kurier-, Express- und Paketsendungen, zur Adressverifizierung ein. Dabei geben die Kennungen der DHL-Scannerdaten, wie z.B. „ausgeliefert“ oder „zurückgestellt“, Aufschluss über die aktuelle Zustellbarkeit der Adressen der Postreferenz-Datei und bestätigen bereits vorliegende Adressinformationen.

Unter dem Strich zahlt sich der Adressabgleich vor dem Mailingversand deutlich aus. So konnten Procter & Gamble, die Sparkasse Rhein-Nahe und auch der Reiseanbieter BigXtra durch einen Adressabgleich von Deutsche Post Direkt vor ihren Kampagnen die Zahl der unzustellbaren Sendungen zwischen drei und fünf Prozent senken. Hinzu kommt, dass sie durch die Aktualisierung von Umzugsdaten den Kontakt zu ihren Kunden aufrechterhalten und so Wettbewerbsvorteile erlangt haben.

Spezialist rund um die Adresse

Deutsche Post Direkt bietet das komplette Produkt- und Leistungsspektrum im Adressmanagement – von der Adressbereinigung über die Adressanreicherung und -analyse bis zur Vermietung von Zielgruppenadressen. Mit Schwerpunkten bei Automotive, Finanzdienstleistung, Fundraising, Handel und Verlagen vertrauen Unternehmen und Organisationen wie Porsche, ING DiBa, SOS-Kinderdorf, Procter & Gamble und der Klett Verlag auf das Know-how von Deutsche Post Direkt.

Deutsche Post 

DIALOG MARKETING

Deutsche Post Direkt GmbH

Sträßchensweg 10
53113 Bonn

T +49 (0) 2 28/1 82-5 71 11
F +49 (0) 2 28/1 82-5 71 39

Ansprechpartner:
Christina Waltenberg-Hörster
c.waltenberg-hoerster@postdirekt.de
www.postdirekt.de