

# DM-Tipp

## So finden Sie gute Adressen



**Das adressierte Mailing ist eine der effizientesten Wege, um neue Kunden zu gewinnen. Dazu braucht es aktuelle und qualitativ gute Adressen von Personen aus der Zielgruppe - übrigens der wichtigste Erfolgsfaktor für Ihre Aktion! Der Selektion und Beschaffung von Adressen ist deshalb höchste Priorität beizumessen.**

### 3 Schritte für die Beschaffung von Adressen

1. **Definieren Sie Ihre Zielgruppe.** Siehe auch den Tipp [«So finden Sie Ihre Zielgruppe»](#).
2. **Wählen Sie die Beschaffungsart.** Entscheidend ist das Ziel Ihrer Aktion. Wenn Sie beispielsweise den Direktverkauf von Produkten anstreben, eignet sich ev. eine Adressliste eines Versandhauses mit ähnlicher Zielgruppe. Bieten Sie einen Kurs für Coiffeure an, drängt sich die Miete von Adressen eines Adressverlegers auf, denn diese lassen sich meist nach vielen Kriterien selektieren (z.B. nach der Branche Coiffeurgeschäfte). Die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Beschaffungsarten macht nachstehende Übersicht deutlich.
3. **Nehmen Sie mit dem Adressanbieter Kontakt auf** und beschreiben Sie Ihre Zielgruppe möglichst genau. Für Ihre Anfrage verwenden Sie am besten unsere Vorlagen für die Miete von Consumer- und Firmenadressen. Adressanbieter finden Sie beim Branchenportal Kö. unter [www.koe.ch](http://www.koe.ch), Rubrik Direktmarketing.

#### Miete von Verlagsadressen (eigene Adressen eines Adressverlegers)

Herkunft	- Adressverleger
Vorteile	- hohe Qualität - viele Selektionskriterien verfügbar
Nachteile	- einmaliger Einsatz - relativ teuer
Eignung	- für alle Arten von Adressen. Vorsicht ist beim Postkäufermerkmal geboten. Manchmal werden auch Abonnenten als Postkäufer definiert

#### Miete von Listenadressen

Herkunft	- Listbroker (Firma, die mit Listen handelt) - Listenbesitzer
Vorteile	- bei guter Wahl der Liste hohe Affinität (siehe Eignung) - viele Postkäufer-Listen erhältlich - Selektion nach Kaufzeitpunkt oder Kaufperiodizität (Mehrfachkäufe) möglich
Nachteile	- Retourenquote oft etwas höher als bei anderen Mietadressen - oft häufiger Einsatz derselben Listen durch Dritte - einmaliger Einsatz
Eignung	- wenn Sortiment oder Zielgruppe von Listenvermieter und -mieter ähnlich sind, können hohe Response-Quoten erzielt werden

## **Adressleasing**

- Herkunft - Adressverleger
- Vorteile - hohe Qualität  
- viele Selektionskriterien verfügbar  
- während bestimmter Zeit beliebig einsetzbar  
- stets aktuell
- Nachteile - relativ teuer
- Eignung - bei mehrmaligem Einsatz derselben Adressen

## **Adresskauf**

- Herkunft - Adressverleger
- Vorteile - hohe Qualität  
- je nach Quelle viele Selektionskriterien verfügbar  
- beliebig einsetzbar  
- Adressen auf CD-ROM sind oft sehr günstig
- Nachteile - Pflege und Aktualisierung nach erstem Einsatz notwendig  
- bei Adressen ab CD-ROM meist nur wenige Kriterien verfügbar
- Eignung - wenn die Zielgruppe stark eingeschränkt werden kann (z.B. bestimmte Branche, die Top 1000 Firmen der CH etc.)

## **Adresstausch**

- Herkunft - Partner  
- Konkurrenten und Marktteilnehmer aus verwandten Branchen
- Vorteile - Listen werden meist nicht oft durch Dritte eingesetzt  
- bei guter Wahl der Liste hohe Affinität (siehe Eignung)
- Nachteile - Qualität manchmal ungenügend  
- eigene Kunden müssen ihr Einverständnis zur Weitergabe ihrer Adresse an Dritte gegeben haben
- Eignung - wenn Sortiment oder Zielgruppe von Listenvermieter und -mieter ähnlich sind  
- ideal für Firmen mit eigenem, attraktivem Adressbestand  
- bei Bereitschaft, eigene Adressen aus der Hand zu geben

## **Kopieren von frei verfügbaren Adressen**

- Herkunft - elektronisches Telefonbuch  
- Branchenverzeichnisse
- Vorteile - hohe postalische Aktualität  
- gratis
- Nachteile - nur wenige Selektionsmöglichkeiten  
- durch die Aufhebung der Eintragungspflicht von Telefonnummern nicht vollständig
- Eignung - wenn neben der Adresse keine zusätzlichen Selektionskriterien notwendig sind

Gratis Adressen können Sie übrigens auch mit anderen Kommunikations-Massnahmen gewinnen. Siehe dazu unser Tipp [«Neukundengewinnung: 10 Praxistipps»](#).

### Was ist eigentlich eine gute Adresse?

Gute Adressen müssen fünf Kriterien erfüllen:

- **Aktualität.** Veraltete Adressen erzeugen viele Retouren und haben somit unnötige Kosten zur Folge.
- **Korrekte Schreibweise.** Fehler in der Adresse machen Sie als Absender unglaubwürdig. Ihr Mailing hat kaum Chancen, gelesen zu werden.
- **Gute Selektions-Möglichkeiten oder klare Beschreibung der Liste.** Sie müssen sicherstellen können, dass Sie möglichst nur Adressen von Ihren Zielpersonen einsetzen.
- **Geeignete Formatierung.** Die Adressen müssen so formatiert sein, dass sie problemlos mit anderen Adressstämmlen abgeglichen und für eine allfällige Botenfile-Sortierung aufbereitet werden können (Beispiel: Anrede, Vorname und Name in getrennten Feldern, Strassen ausgeschrieben, etc.).
- **Zusatzinformationen.** Je nach Einsatz kann es wichtig sein, zur Postadresse beispielsweise auch Telefonnummer oder E-Mail-Adresse zu erhalten.

### Vorsicht vor schlechten Adressen

Setzen Sie nur Adressen von Anbietern ein, die Sie kennen oder die im Markt bekannt sind. Denn die Adressqualität lässt sich meist erst nach dem Aussand anhand der Retourenquote und des Rücklaufs beurteilen. Ein Test mittels Stichproben vor dem Aussand ist in jedem Fall empfehlenswert. Als Vergleich bietet sich das elektronische Telefonbuch an.

### Abgleich: Eine lohnende Investition

Sobald mehrere Adresslisten zum Einsatz kommen, empfiehlt sich ein Adressabgleich. Denn doppelt verschickte Mailings verursachen unnötig Kosten und verärgern die Empfänger. Beim Abgleich können Sie zudem unerwünschte Adressen wie Nixie- oder Robinson-Adressen löschen.

Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint).

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.postmail.ch/directpoint](http://www.postmail.ch/directpoint)