



Die Kosten veralteter Adressen

Warum sich Adresspflege immer lohnt

Inhaltsverzeichnis

Nur wer seine Kunden erreicht, erreicht auch seine Ziele	3
5 Gründe, warum Adressen veralten	4
Welche Auswirkungen haben veraltete Adressen?	6
Wie viele Adressen sind veraltet?	7
Was kosten veraltete Adressen?	8
Was kostet es, Adressen zu pflegen?	10
Wie sehr lohnt es sich, Adressen zu pflegen?	11

Nur wer seine Kunden erreicht, erreicht auch seine Ziele

Weshalb Unternehmen in Adresspflege investieren

Aktuelle Adressen sind die Grundlage und Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Legendar ist die Anekdote über einen Unternehmer in der deutschen Wirtschaftswunderzeit, der seinen Mitarbeitern riet: „Wenn es hier einmal brennen sollte, retten Sie sich und die Adresskartei. Alles andere kann man wiederbeschaffen.“

Es zeigt, als wie wichtig, ja existenziell Unternehmen ihre Kundendaten ansehen. Heute sind alle Adressen digital gespeichert. Zerstörung durch Feuer droht ihnen nicht mehr. Die größte Gefahr ist und bleibt eine andere: die Zeit.

Die Zeit sorgt dafür, dass es eine „perfekte“ Kundendatenbank, deren Adressen immer zu 100%

aktuell sind, nicht gibt. Denn täglich ändern sich Tausende Anschriften in Deutschland.

Es existieren einfach zu viele Gründe, warum Adressen veralten. Die wichtigsten finden Sie auf den nächsten beiden Seiten.

Ziel aller Adressmanagement-Maßnahmen kann und muss es sein, trotz dieser Herausforderungen möglichst viele Adressen auf dem aktuellen Stand zu halten bzw. sie wieder auf den neusten Stand zu bringen. Und das lohnt sich: Kosten für die Adresspflege sind als Investitionen ins Anlagevermögen eines Unternehmens zu begreifen. Denn nichts ist wichtiger, als seine Kunden dauerhaft erreichen zu können.



5 Gründe, warum Adressen veralten

Umzüge



- Jedes Jahr ziehen in Deutschland rund 10% der Bevölkerung um. Das sind mehr als 8 Millionen Menschen in 4,5 Millionen Haushalten.
- Das klingt nur beim ersten Hören viel, denn wer sich vor Augen führt, wie häufig er selbst in seinem Leben umgezogen ist, wird die Zahl nachvollziehen können. Typische Stationen sind der Auszug aus dem Elternhaus zur Ausbildungsstätte oder zum Studienort, der Umzug zum Sitz des ersten Arbeitgebers, spätere Job- und damit Wohnortwechsel, das Zusammenziehen mit dem Partner, Familiengründung und damit Wohnraumvergrößerung, später das „Downsizing“ zum altersgerechten Wohnen, wenn die Kinder aus dem Haus sind, bis zum Umzug in ein Pflegeheim.

Sterbefälle



- Jedes Jahr versterben rund 950.000 Menschen in Deutschland und damit mehr als 1 % der Bevölkerung. Der niedrigste Wert seit dem Jahr 2000 betrug 818.000 Sterbefälle in 2004, der höchste 1.066.000 in 2022.

Namensänderungen



- Die Standesämter verzeichnen im Jahresverlauf rund 400.000 Hochzeiten. Die Zahl der jährlichen Scheidungen ist rückläufig: von 214.000 in 2004 auf 137.000 in 2022. Ob Eheschließung oder -scheidung – in den meisten Fällen geht dies mit der Änderung eines Familiennamens einher.



Gebietsreformen



- Von Jahr zu Jahr unterschiedlich, aber stets höher als man gemeinhin vermutet, ist die Zahl der Straßennamen, Postleitzahlen und Ortsbezeichnungen, die sich durch Gebietsreformen ändern. 2014 wurden z.B. mehr als 40.000 Straßen in Deutschland umbenannt. Hinzu kommen gelöschte und eingeführte PLZ durch neu zugeschnittene Zustellgebiete.

Firmenstammdaten-Änderungen



- Bei Firmendaten gibt es neben Sitzverlegungen viele weitere Gründe, warum sich die Anschrift ändert. Jährlich zählt POST-ADRESS BUSINESS, unserer Datenbank der B2B-Stammdatenänderungen, neben 90.000 Umzügen auch 50.000 Umfirmierungen und Rechtsformwechsel, 5.000 Fusionen, 55.000 Löschungen und 92.000 Insolvenzen und Insolvenzankündigungen.



Welche Auswirkungen haben veraltete Adressen?

So vielfältig die Gründe für veraltete Adressdaten sind, so unterschiedlich sind die Auswirkungen. Doch eines haben sie gemeinsam: Sie sind teuer. Nur einige Beispiele:

- Mailings an unzustellbare Anschriften und verstorbene Personen bringen Ihnen keinen Umsatz, kosten aber Geld – für Material, für Porto, ggfs. für die Postrückläufer-Bearbeitung.
- Schlimmstenfalls reißt eine wertvolle Kundenbeziehung ab, weil Ihre Aussendungen nicht mehr ankommen. Um diesen Kundenverlust zu kompensieren, müssen Sie eine kostenintensive Neukundenakquise betreiben.
- Sie können Rechnungen und Mahnungen nicht zustellen, was zu Zahlungsverzögerungen und -ausfällen führt.
- Veraltete Adressen verursachen häufig Dubletten – weil Sie im System Ihren Kunden an seiner alten und an seiner neuen Adresse führen.
- Verstorbene Personen anzuschreiben, kostet Sie viel mehr als „nur“ Geld, nämlich schlimmstenfalls die Sympathien der Hinterbliebenen.
- Allein die falsche Rechtsform in der Rechnungsanschrift eines Unternehmens kann dazu führen, dass sie die Rechnung ein zweites Mal schreiben müssen.

Wie viele Adressen sind veraltet?

Diese Frage lässt sich natürlich nicht allgemein, sondern nur nach einem Datenbankaudit im konkreten Einzelfall beantworten. Aber der langjährige Einsatz von Adressmanagement-Lösungen liefert Näherungswerte für verschiedene Branchen.

So haben traditionell Banken die beste Adressdatenqualität. Zum einen, weil Umziehende eher als z.B. bei Versandhäusern selbst daran denken, ihrer Bank die neue Adresse mitzuteilen.

Zum anderen, weil Banken sensible persönliche Daten und auch Pflichtmitteilungen zustellen – der Antrieb für eine höchstmögliche Datenqualität ist hier noch ein bisschen höher als bei anderen Unternehmen.

Doch selbst in der Vorzeigebbranche „Finanzdienstleister“ sind nur 93,7% aller Kundenadressen zustellbar. Im Durchschnitt aller Unternehmen sind es gar nur 85,8%.

Sprechen Sie uns gerne an, um die Qualität *Ihrer* Adressen in einem Audit zu ermitteln!

Durchschn. unzustellbare/zustellbare Adressen nach Branchen

Branche	Ø unzustellb. Adressen	Ø zustellbare Adressen
Banken	9,1 %	90,9 %
Konsumgüter	13,2 %	90,9 %
Versicherungen	11,3 %	86,7 %
Verlage	11,7 %	86,3 %
Öffentlicher Sektor	13,9 %	85,7 %
Einzelhandel	12,6 %	83,4 %
Versandhandel	9,4 %	83,4 %
Touristik	13,4 %	83,3 %
Automotive	14,4 %	82,7 %
Fundraiser	17,3 %	82,3 %
Durchschnitt	12,6 %	87,4 %

Quelle: „Adress-Studie 2023. Untersuchung zur Qualität von Kundenadressen in Deutschland“, Deutsche Post Direkt



Was kosten veraltete Adressen?

Zu dieser Frage gibt es verschiedene Herangehensweisen. Zum einen kann man überschlagen, was die Aktualisierung einer veralteten Adresse durch einen Mitarbeiter kostet. Zum anderen lässt sich ermitteln, welche Kosten durch einen Postrückläufer im Rahmen einer Mailingaktion entstehen.

Was kostet die Adressaktualisierung durch den Mitarbeiter?

Die wichtigsten Variablen bei dieser Berechnung sind die Zahl der Adressen in ihrer Datenbank, der Anteil der veralteten Adressen und der Stundenlohn derer, die die Adressen pflegen. Selbst wenn

ein Kunde sich proaktiv bei Ihnen meldet, um seine neue Adresse mitzuteilen, werden Sie nicht unter 2 Euro für die Pflege des Datensatzes „davonkommen“.

Recherchieren Ihre Mitarbeiter selber die neue Anschrift, so steigen die Kosten schnell an. In diesem Fall haben Sie bereits einen Postrückläufer erhalten, der angenommen, geöffnet, zusortiert, eingelesen werden muss. Rein fiktive, aber realistische Werte für die Kostenrechnung: Setzt man für die Bearbeitung dieser Retoure auch nur 5 Minuten bei einem Stundenverrechnungssatz von 25 Euro (inkl. Lohnnebenkosten) an, sind bereits 2,08 Euro an Kosten angefallen – ohne dass Sie über eine neue Anschrift verfügen. Braucht Ihr Kundenberater für die erfolgreiche (!) telefonische Recherche und die anschließende Systempflege eine Viertelstunde (im Durchschnitt – es wird bei einigen Adressen viel schneller gehen,



andere Recherchen wird Ihr Mitarbeiter nach 20 Minuten erfolglos abbrechen müssen), sind das bei einem Stundenverrechnungssatz von 30 Euro die nächsten 7,50 Euro in der Kostenaufstellung.

Was kostet ein Postrückläufer?

Welche Kosten fallen durch einen Postrückläufer an? Auch das lässt sich natürlich nicht mit einem fixen Betrag beantworten, aber mit Erfahrungswerten ansetzen.

Der Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV) kalkuliert mit Kosten von 1,04 Euro für ein Standard-Mailing. Darin enthalten sind Produktions-, Bearbeitungs- und Versandkosten. Broschüren und Kataloge sind entsprechend teurer anzusetzen. Dieser Betrag ist verloren, wenn das Mailing den Empfänger nicht erreicht.



Hinzu kommen die Personalkosten für die Mitarbeiter, die die Retouren annehmen, erfassen, sichten, die versuchen, die neuen Adressen selbst zu recherchieren und für den Fall, dass dies nicht gelingt, eine Anfrage beim Einwohnermeldeamt (EMA) vorbereiten – was aufwändig sein kann: Vorgaben des Amtes beachten, Formular ausfüllen, Konditionen berechnen, ggfs. Scheck drucken, frankieren usw. Mindestens 5 Euro müssen für diese Tätigkeiten kalkuliert werden.

Es folgen die Gebühren für die amtliche Auskunft, die von Amt zu Amt unterschiedlich, aber meist zweistellig sind und erfahrungsgemäß regelmäßig steigen. Rechnen wir in diesem Beispiel einmal mit 12 Euro.

Die dann hoffentlich ermittelte neue Adresse muss in Ihr CRM-System eingepflegt und der Zweitversand angestoßen werden. 10 Minuten für diese Tätigkeit bei einem Stundenverrechnungssatz von 25 Euro verursachen 4,17 Euro an Kosten. Beim Zweitversand schließlich fallen erneut Material-, Druck- und Versandkosten an.

Alles in allem verursacht ein Postrückläufer – zumindest einer, der seinen Empfänger doch noch erreichen soll – sehr schnell Prozesskosten in Höhe von 20 bis 25 Euro. Genau deshalb wird Ihnen jeder Adressmanagement-Profi bestätigen: „Der beste Postrückläufer ist der, der gar nicht erst entsteht.“ Mit einer präventiven Adressaktualisierung vor dem Aussand des Mailings reduzieren Sie die teuren Postrückläufer auf ein Minimum.

Was kostet es, Adressen zu pflegen?

Adressen zu pflegen ist immer günstiger, als Adressen nicht zu pflegen. Das lässt sich unabhängig von Beträgen sagen:

- Wissenschaftliche Studien belegen: Es ist etwa fünfmal teurer, einen Neukunden zu akquirieren, als einen Bestandskunden zu halten.
- Aktuelle Adressen garantieren die Erreichbarkeit Ihrer Bestandskunden. So bleiben Ihre Verkaufschancen und Geschäftsbeziehungen erhalten.
- Auch wenn sich zu einer Umzugsadresse keine neue Anschrift ermitteln lässt – allein zu wissen, dass die bekannte Anschrift veraltet ist, spart Aussendungen und damit Geld.
- Zu wissen, wohin Ihr Schuldner umgezogen ist, beschleunigt Zahlungen und Mahnverfahren.
- Zu wissen, dass Post an Ihren Schuldner unzustellbar oder der Schuldner verstorben ist, macht das Mahnverfahren überflüssig – zumindest sparen Sie so zusätzliche Kosten.

Sie sparen Kosten

- durch weniger Zweitaussendungen
- durch weniger Arbeits- und Zeitaufwand für die Nachbearbeitung und Adressrecherche
- durch effiziente Bestandskundenpflege anstelle kostenintensiver Neukundenakquise



... und steigern Ihre Umsätze

- durch mehr Aussendungen, die ankommen,
- durch mehr Geschäftsbeziehungen, die erhalten bleiben, und
- durch mehr bezahlte Rechnungen und Schutz vor Zahlungsausfällen.



Wie sehr lohnt es sich, Adressen zu pflegen?

Unsere Kunden kennen die Antwort:

„Die Nutzung der Umzugsdatenbank POSTADRESS MOVE hat unsere internen Abläufe deutlich verschlankt und die Arbeitsbelastung vieler Mitarbeiter spürbar gesenkt. Das rechnet sich: Im Vergleich zu früher sparen wir bei der Adressaktualisierung rund 70 % der Kosten.“

Martin Faßnacht, Betriebsorganisation, Stuttgarter Lebensversicherung a.G.



„Wir aktualisieren über die Deutsche Post Adress jedes Jahr rund 10.000 Adressen. So konnten wir die Zahl der Retouren stark senken. Die Quote unzustellbarer Postrückläufer nach Massenausendungen wie z.B. den Jahresrechnungen liegt derzeit bei einem Wert von ca. 0,3%!“

Thomas Potschka, IT-Fachberater, BGV Badische Versicherungen



„Die Daten unserer Sparkassen sind meist top-pflegt. Trotzdem finden wir durch den Abgleich mit den POSTADRESS-Umzugsdaten im Durchschnitt fast 100 veraltete Anschriften – pro Sparkasse pro Woche!“

Sandra Lützenkirchen, Bereichsleiterin Produktmanagement Kredit, Finanz Informatik



„Für uns hat es sich gelohnt, das Adressmanagement in professionelle Hände zu geben. Durch die regelmäßige Adressaktualisierung ist die Bearbeitungszeit für Postrückläufer von sechs auf anderthalb Stunden am Tag gesunken.“

Reinhold Frieling, Vorstandsmitglied Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG



„Unsere Retourenquote haben wir mit dem Einsatz der Umzugsdatenbank der Deutschen Post Adress um 49% reduziert. So bleiben uns jährlich ca. 400.000 Retouren erspart. Eine Zusammenarbeit, die sich für uns lohnt.“

Dr. Petra Meiburg, Abteilungsleiterin, Deutsche Postbank AG



„Für die Kündigungrückgewinnung gleichen wir unsere Adressen mit Umzugs-, Verstorbenen- und Ungültigkeits-Informationen ab. Unsere Retourenquote sank dadurch von über 8 Prozent auf Werte zwischen 2 und 3 Prozent.“

Claas Blume, CRM-Manager, Heise Zeitschriften Verlag



Gerne ermitteln wir für Sie, welchen Betrag Sie durch eine Optimierung Ihres Adressmanagements sparen können – kontaktieren Sie uns!

Kontakt

Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG
Am Anger 33 • 33332 Gütersloh
Telefon: +49 (0) 5241 5393-0
E-Mail: sales@postadress.de

Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG
Am Anger 33
3332 Gütersloh

www.postadress.de

Stand: Juni 2016