

# SOLUTIONS

UNISERV-Nachrichten • Software & Service

für

kundenorientiertes Marketing • Ausgabe 02/2000

## DIMA 2000

### *Marktplatz für One to One Marketing*

Das wichtigste nationale Ereignis für Direktmarketer, die DIMA, wird in diesem Jahr erstmals am neuen Messestandort Düsseldorf stattfinden. Einmal mehr präsentiert sich die DIMA 2000 als Leitmesse und Forum für direktes Marketing mit einem breiten Spektrum an Themen. Über 30.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche bieten Messebesuchern, Kongressteilnehmern und Ausstellern jetzt den Raum, der zuletzt in Wiesbaden so schmerzlich vermisst wurde. Neue Ideen brauchen eben Platz!



#### **Focus:** *Kundenorientierung*

Der diesjährige Branchengipfel steht ganz im Zeichen kundenorientierten Denkens und Handelns. Themen wie Dialogmarketing, One-to-One-Kommunikation, Customer-Relationship-Marketing (CRM) oder virtuelles Marketing im eCommerce sind aktuelle Begriffe, die das traditionelle Direktmarketing neu definieren. Was bleibt, ist der verstärkte Wettbewerb um Markt und Kunden in einer sich international und global orientierenden Welt. Um entscheidende Wettbewerbsvorteile zu erzielen, sind eine konsequente Kundenorientierung und ein umfassendes Informationsmanagement unumgänglich. Deshalb gewinnen erhöhte Qualitätsansprüche an Datenaktualität und Informationsaufbereitung an zentraler Bedeutung.

Dies gilt ganz besonders auch für die zentrale Verwaltung und Pflege von Adressinformationen. Denn sie sind der Dreh- und Angelpunkt jeder Kunden- und Marktbeziehung.

#### **Erfolgspotential Adresse**

Alle Experten sind sich einig, korrekte Adressen sind der entscheidende Erfolgsfaktor für eine unternehmensweit einheitliche Verwirklichung von Individualkommunikation und Customer Care. Aktuelle Adressdaten sind unumgängliche Voraussetzung für ein professionelles, qualitätsorientiertes Kundenmanagement auf Basis von One-to-One-Beziehungen am Point of Sale. Nur auf dieser Grundlage können erfolgreiche Strategien zur Kundenbindung und Markterschließung entwickelt und umgesetzt werden. Immer sind aktuelle Adressinformationen unerlässlich.

*Fortsetzung auf Seite 2!*



**UNISERV**  
*ist dabei!*



## Marktplatz für One to One...

Fortsetzung von der Titel-Seite

### UNISERV Software & News

Unter dem Motto **“Power up your address management - all about address quality”** präsentiert UNISERV auf seinem Messestand auf der DIMA 2000 seine komplette Palette innovativer, richtungsweisender Adress-Software für kundenorientiertes Marketing. Betont werden in diesem Jahr in erster Linie die WEB-Fähigkeit, Internationalität, Anwendungsneutralität und die Plattformunabhängigkeit der Systeme.

Mit der WEB-Fähigkeit seiner Programme stellt UNISERV erstmals auch die Möglichkeit der Softwarenutzung im sogenannten Application Service Providing (ASP) einem breiten Publikum vor (siehe auch Artikel Seite 3).

Interessant ist dieses Angebot insbesondere für Unternehmen mit überschaubaren Adressbeständen, Start-up-Unternehmen im Internet sowie für Lösungen, die eine Vor-Ort-Installation noch nicht rentabel erscheinen lassen.

Einen weiteren Messeschwerpunkt zur Stärkung der Kundenorientierung auf der Basis optimierter Adressen setzt UNISERV in der

Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen. Aktuell können sich die Besucher über viele Vorteile aus Synergie-Effekten informieren, die sich aus Kooperationen beispielsweise mit der deutschen Post oder mit Anbietern in den Bereichen Campaign-Management oder Geo/Mikromarketing ergeben.

**Kostenlose Besuchertickets zur DIMA 2000 können über die rückseitig angehängte Antwortkarte angefordert werden.** (Solange der Vorrat reicht!)



## SOFTWAREspecial

### Ganz easy: Adressmanagement mit AS/400 PASE

Als weltweit erster Anbieter von Adressmanagement-Lösungen überhaupt stellt UNISERV unter Nutzung des brandneuen AS/400-Features PASE (Portable Application Solutions Environment) eigene Server-Produkte zur direkten Installation auf der AS/400 zur Verfügung. Die bisherigen Umwege, notwendige Konfigurationen in Form externer Server oder interner Einheiten (Integrated Netfinity Server) zu nutzen, können entfallen. Vorerst stehen die postalische Prüfung *post* sowie die Dublettenprüfung *mail* zur Verfügung.

AS/400 PASE ist eine in das Betriebssystem OS/400 integrierte

Komponente und aus IBM-Sicht ein wichtiger Schritt in Richtung Server-Konsolidierung auf der AS/400. Damit können jetzt auch spezielle UNIX-Applikationen direkt auf der AS/400 eingesetzt werden. Performance-Messungen haben gezeigt, dass mit PASE die Serverprozesse für die Fehlertoleranz eine ähnliche Power aufweisen wie auf einer vergleichbaren RS/6000.



Die Vorteile für den User liegen auf der Hand: Zur Installation und Administration werden keine UNIX-Kenntnisse benötigt und die Applikationen stellen sich für den User wie AS/400-Anwendungen dar. Damit erleichtert PASE die Integration aktueller, marketingrelevanter Anwendungen wie beispielsweise Adressmanagement im Rahmen von eCommerce- oder CRM-Aktivitäten im AS/400-Umfeld.

AS/400 PASE ist im Betriebssystem OS/400 ab Version 4, Release 4 für alle AS/400-Server verfügbar.



Seite 2
Adresshygiene
AS/400 PASE
Seite 3
Application Service Providing
Seite 4/5
Interview
Thema Internet
Seite 6/7
Partner im Profil
Seite 8
Personalien
Jürgen Piram
Seite 9
News-Ticker
Dies muss der Insider wissen

## Application Service Providing

# Adresshygiene aus der Steckdose

In den vergangenen zwölf Monaten hat UNISERV seine Internet-Aktivitäten stark vorangetrieben. Ziel ist, Adressmanagement- Funktionalität wie beispielsweise postalische Adressenprüfung, Dublettencheck oder Geocodieren von Adressen für Anwendungen im Internet - auch international - bereit zu stellen, native oder via **Application Service Providing (ASP)**.

Nachdem bereits zentrale UNISERV-Produkte wie *mail* und *post* (Dublettenprüf- und Retrieval-Funktion beziehungsweise postalischer Adressen-Check) mit Schnittstellen für Java und Perl ausgestattet wurden und internetfähig sind, bietet UNISERV jetzt auch Versionen seiner Adressmanagement-Lösungen im Bereich **Application Service Providing** an.

### address service portal

#### - das ASP-Angebot aus dem Hause UNISERV

Zum Start steht im address service portal die postalische Anschriftenprüfung als ASP-Service für zehn Länder zur Verfügung.

So kann beispielsweise innerhalb einer eCommerce-Anwendung geprüft werden, ob Adressen postalisch korrekt sind. Durch Korrektur oder Zurückweisung wird mit der UNISERV-Software so für aktuelle und einwandfreie Adressinformation gesorgt.

Damit ist die Basis für zentrale Vorgänge wie Bonitätsprüfung, Warenlieferung, Zahlung oder Maßnahmen im Marketing-Follow-up geschaffen. Klar, dass Jux-Adressen wie Donald Duck oder Mickey Mouse aus Entenhausen keine Chance mehr haben.

Die postalische Adressprüfung für weitere Länder innerhalb Europas und Nordamerikas folgt. Auch zusätzliche Dienste sind geplant, zum Beispiel Zuordnung von Marketingzellen und Koordinaten, Bonitätsprüfung, Namensanalyse und Anredeschlüsselermittlung.

### Technik und Sicherheit

Technisches Herzstück der gesamten Lösung ist eine Komponente (API), die eine HTTP-Verbindung zum Adress-Management-Server aufbaut, alle zu validierenden Informationen transferiert und die in einem offenen XML-Format zurückgelieferten Daten für den einfachen Zugriff durch eCommerce-Anwendungen aufbereitet. Die sichere Verschlüsselung und Authentifizierung bei der Datenübertragung ist durch das auf SSL (Secure Socket Layer) basierende HTTP-S-Protokoll gewährleistet. Die Implementierung der Komponente in Java ist ab sofort verfügbar. Implementierungen in Perl und als COM (Common Object Model) sind in Vorbereitung.

### Expertensystem zum Niedrigpreis

Das ASP-Angebot von UNISERV richtet sich sowohl an Internet Start-ups mit eShop-Konzepten, Call Center-Betreiber sowie an wachstumsorientierte, international operierende Unternehmen mit Ambitionen im eCommerce beziehungsweise im Rahmen von Intranet-Anwendungen oder an Unternehmen, die Adressmanagement flexibel, temporär und auf den gegenwärtigen

Bedarf abgestimmt nutzen möchten. Mehrere Einsatzalternativen stehen offen: Nutzung als lokale Lösung, bei einem eCommerce-Betreiber, einem Dienstleister oder direkt bei UNISERV. Gleichgültig auf welche Nutzungsvariante die Entscheidung fällt, für ASP sprechen nachhaltige wirtschaftliche Gründe.

## Was ist ASP?

**Application Service Providing** beschreibt die bis dato schlüssigste Form des Software Outsourcing. Dabei bietet der ASP-Provider seine Programmlösungen einem breiten Anwenderkreis zur Nutzung an.

Die Funktionalität der Software wird dabei über das Internet vermietet. Kunden müssen also die Software nicht mehr lizenzieren, sondern beziehen die Programmfunktionalität gegen eine Nutzungsgebühr.

Der Programm-Eigentümer (Provider) betreibt diese Lösung für eine Vielzahl von Nutzern und übernimmt Pflege und Update der Programme. Die Abrechnung der ASP-Dienstleistung erfolgt auf der Basis einer monatlichen Pauschale oder nach Transaktionen.

## Die Vorteile liegen auf der Hand!

- Ready-to-run-Applikationen
- Wirtschaftlich, kalkulierbar, rentabel
- Niedrige IT-Gesamtkosten
- Abrechnung nach Volumen
- Entlastung der Personalressourcen
- Aktueller Datenzugriff
- Sichere Datenübertragung durch 128-Bit-Verschlüsselung
- Authentifizierung des ASP durch autorisierte Zertifizierungsstelle



**Im Gespräch**

# Adressmanagement via World Wide Web +++

**Bieten Internet und E-Commerce neue, gigantische Möglichkeiten für das Adressmanagement?**

Gigantisch sind die Möglichkeiten ohne Zweifel, jedoch nicht in Bezug auf die Anzahl der zu generierenden Adressen, sondern in Bezug auf die qualitativen Möglichkeiten bei der Adressgenerierung und dem Adressenmanagement! Dazu einige Erläuterungen:

Bezogen auf die Stückzahlen ist die Menge der Adressen, die über das Internet generiert wird, zur Zeit bei den meisten Unternehmen wie zum Beispiel dem klassischen Versandhandel gemessen am Gesamtvolumen noch sehr bescheiden. Hier kommen die meisten Bestellungen nach wie vor über den klassischen Print-Katalog. Natürlich gibt es auch Ausnahmen. Hier denke ich beispielsweise an Internet-Buchhändler, die ausschließlich über das Internet anbieten oder an den Bereich Last-Minute-Flugreisen, bei denen die Verfügbarkeit der Adresse eine wesentliche Rolle spielt.

**Hat die Zukunft also schon begonnen?**

Bis die über das Internet generierten Stückzahlen die klassisch gewonnenen Mengen erreichen oder gar überschreiten, wird es noch dauern. Allerdings wird der Zeitpunkt im B2C- wesentlich später erreicht werden als im B2B-Bereich. Meiner Meinung nach spielen dabei insbesondere verhaltenspsychologische Aspekte eine Rolle. Im Geschäftsleben erfährt das Internet eine höhere Akzeptanz. Hier sind Bestellungen



*UNISERV-Geschäftsführer Roland Pfeiffer beantwortet Fragen zu diesem aktuellen Thema! Das Gespräch führte Andreas Heißler.*

oder geschäftliche Verbindungen eher rational bestimmt. Auch stehen Geschwindigkeit, Effektivität und Zeitersparnis im Vordergrund. Im Consumerbereich ist dies etwas anders. Hier prägen nach wie vor emotionale Komponenten das Kaufverhalten, weil hier - im Gegensatz zum Internet - persönliche Kontakte zustande kommen und vielfach auch gewünscht sind.

**Welche grundsätzlichen Perspektiven sehen Sie?**

Was die Perspektiven angeht, bietet das Internet zweifelsohne beachtliche Möglichkeiten der qualifizierten Adressgewinnung. Freilich bedarf es dazu entsprechender Analysen über das Surf-Verhalten der Besucher hinsichtlich der Seiten-Visits und deren Inhalte. So kann ein relativ genaues Interessen- und Besucherprofil des Surfenden ermittelt werden.

Nutzt man dann noch die Möglichkeit, die Adressen via Geocoding mit kleinräumigen statistischen Informationen und Marktdaten anzureichern, entsteht schnell ein exaktes Bild des Kunden und eine bestens qualifizierte Adresse. Um die hohe Qualität zu halten, müssen diese Adressen anschließend selbstverständlich dauerhaft gepflegt werden. Leider werden die genannten Möglichkeiten und Chancen der Adressengenerierung im Internet nicht ausreichend konsequent genutzt.

**Warum?**

Häufig stehen hierfür wirtschaftliche Gründe. Da die Anzahl der über das Netz generierten Adressen noch relativ niedrig ist, erscheint eine Investition in entsprechende Softwarelösungen zur Online-Adressqualifizierung oft nicht rentabel.

Also ich meine, deutlich bessere Adressqualität rechtfertigt allemal diese Investition. Denn auch hier gilt: Top-Adressen erwirtschaften Top-Erträge!

**Wie sieht es übrigens mit der Sicherheit beim Transport von Adressdaten im Internet aus?**

Das Internet wird in zunehmendem Maße zum Transport von Adressdaten benutzt, das steht außer Zweifel. Was in diesem Zusammenhang häufig auffällt, ist der unbekümmerte Umgang mit den Belangen des Datenschutzes. Offensichtlich fehlt es noch verbreitet am Bewusstsein, dass ohne spezielle Vorkehrungen der Datentransport über das Netz weniger sicher ist als die Informationsübermittlung mit einer offenen Postkarte.

**Können Sie mir das bitte näher erläutern?**

Nun, im Gegensatz zum Internet sind bei der Postkarte die am Transport Beteiligten wenigstens auf das Postgeheimnis und den Bundesdatenschutz verpflichtet. Im Internet ist das gezielte Abfangen von Informationen von oder an bestimmte IP-Adressen technisch kein Problem und es fällt nicht auf. Es können einfach Kopien aller Nachrichten gezogen werden.

**Welche Lösungen sehen Sie?**

Für mich und damit für UNISERV ist die Übertragung von Adressen oder Adresslisten via Internet nur mit einer sicheren Verschlüsselung akzeptabel. Dabei stellen einfache symmetrische Verschlüsselungen, das heißt gleicher Schlüssel zum ver- und entschlüsseln mit Passwörtern, wie sie zum Beispiel die Packprogramme ARJ oder ZIP bieten, keinen wirklichen Schutz dar. Hier gibt es simple Lösungen, mit denen sich Passworte in Sekunden knacken lassen. Die einzige sichere Internet-Übertragung ist die asymmetrische Verschlüsselung mit einer ausreichend großen Schlüssellänge, also die Verwendung zweier unterschiedlicher Schlüssel zum ver- und entschlüsseln. Trotzdem, die Praxis zeigt es, arbeiten viele ohne entsprechende Sicherheitsvorkehrungen und nehmen damit die genannten Risiken in Kauf.

**Welche Trends erkennen Sie bei der Entwicklung von Software und Systemen im Database-Management?**

Trends - mehr oder weniger ernst zu nehmende - gibt es viele. Mit dem Fokus Adressenmanagement im Internet-Umfeld möchte ich deshalb nur auf zwei Themen eingehen, die meiner Ansicht nach in

## +++ Chancen und Risiken im globalen Dorf

Zukunft für das Database-Management an Bedeutung gewinnen werden.

Das erste ist die Online-Referenzierung. Bei Internet-Anwendungen werden zukünftig verstärkt Adressier- und Adressen-Datenbanken online zur Referenzierung eingesetzt werden. Damit wird es neue Möglichkeiten geben, Adressen online zu überprüfen und zu qualifizieren. Somit kann ein großer Teil des Spiel-Response - ich meine damit bewusst falsch eingegebene oder Spiel-Adressen - sofort vollautomatisch angesteuert werden.

Einen wichtigen zweiten Trend sehe ich im Application Service Providing (ASP). Hier werden wir in Zukunft verstärkt die Angebote und Möglichkeiten finden,

Leistungen aus dem Bereich Database-Management aus dem Netz, also ohne Eigeninstallation, zu beziehen. Praktisch alle Anbieter von Daten oder Leistungen im Bereich Database-Management arbeiten an entsprechenden Lösungen. Bei einigen wichtigen Anbietern ist UNISERV bereits in die Entwicklungen eingebunden.

*Herr Pfeiffer,  
ich danke Ihnen für dieses  
informative Gespräch!*

“**Neue Möglichkeiten der Adressengenerierung im Internet!**”



**UNISERV-Partner im Profil**

*Synergien durch neue Partnerschaften*

Marketing, technologische Innovation und Adressenmanagement stehen in einer untrennbaren und hoch dynamischen Verbindung. Um bei der Geschwindigkeit eines sich ständig wandelnden Marktes noch schneller, leichter und besser die vom Anwender gewünschten Ergebnisse verfügbar machen zu können, setzt UNISERV auf Mehrwert, Kundennutzen und Marktnähe durch Partnermodelle. Wir sind uns bewusst, das sehr breite Lösungsspektrum an Marktbedürfnissen nicht allein abdecken zu können. Deshalb engagieren wir uns in Partnerschaften, in denen die Anforderungen aus Marketing und IT in der Sprache des Anwenders sachlich und kompetent gelöst werden. Während der letzten Monate wurden mit mehreren Unternehmen deshalb neue Vereinbarungen in diesem Sinne getroffen.



arenadirect wurde Mitte 1992 als Direktmarketing-Full-Service-Agentur in Lissabon gegründet. Seither hat sich das Unternehmen zum führenden Direktmarketing-Spezialisten entwickelt und zählt heute zu den am stärksten wachsenden Dienstleistungs-Unternehmen Portugals.

arenadirect bietet ein umfassendes Portfolio an Services und sieht seine Schwerpunkte in den Bereichen Database Management, CRM, One-to-One-Marketing, Geomarketing, eCommerce und Call Center-Aktivitäten. arenadirect betreut nationale und internationale Top-Adressen aus den Branchen Banken, Versicherungen, Telekommunikation, Konsumgüterindustrie und Mail-Order-Companies.

Mit der Kooperation nimmt arenadirect die UNISERV-Lösungen

in sein Dienstleistungs-Portfolio auf und übernimmt zugleich den Vertrieb der Produkte in Portugal.



Die EHP Informatik stellt eine seltene Kombination aus Start-up-Unternehmen und Erfahrung dar. Das Ende 1997 gegründete Unternehmen ist zwar noch jung an Jahren, vereint aber dennoch langjährige Direktmarketing-Erfahrung und fundiertes IT-Know-how.

EHP Informatik hat sich der Entwicklung und Vermarktung hochwertiger, flexibler Vertriebs- und Marketinglösungen verschrieben. Mit s@m sales, einer Software für

Customer Interaction Centers und dem Multikanal-Kampagnenmanagement System s@m campaign bietet das Unternehmen zwei innovative Lösungen an, die diesem Anspruch gerecht werden.

Alle s@m-Produkte sind internetbasiert und ermöglichen die Einbindung vorhandener Systemwelten in Marketing und Vertriebsabläufe.

EHP Informatik beschäftigt derzeit 25 Mitarbeiter. Zum Kundenkreis zählen Direktmarketing-orientierte Unternehmen aller Größen. In der Zusammenarbeit mit UNISERV integriert EHP Informatik UNISERV-Programme in die s@m-Produktlinie und stellt damit seinen Anwendern erprobte Funktionalität zur Verfügung.



Italia Consulting mit Sitz in Mailand ist ein renommierter Software-Entwicklungs- und Beratungsdienstleister in Italien.



Das Unternehmen verweist auf eine 10-jährige Erfahrung in der IT-Beratung bekannter Großunternehmen (Schwerpunkt: Banken und Versicherungen) und auf dem Feld der Marktforschung. Hauptgeschäftsfeld ist neben allgemeinen Consultingaufgaben die Lieferung von Expertensystemen in den Gebieten Data Warehousing, Datenanalyse, CRM und Direktmarketing.

Im Rahmen der Zusammenarbeit haben *Italia Consulting* und UNISERV den kontinuierlichen Auf- und Ausbau der Vertriebs- und Marketingaktivitäten in Italien vereinbart.



Die PTV AG mit Sitz in Karlsruhe gilt als hochspezialisiertes Unternehmen im Bereich Verkehrstelematik, ÖPNV, Verkehrsplanung, Geomarketing sowie Transportlogistik und liefert hier Lösungen zu allen verkehrsrelevanten Fragen sowie ein durchgehendes Leistungsspektrum bei Software und Consulting für Verkehr und Transport.

Unter dem Motto "Solutions for traffic" fasst die PTV-Firmengruppe ihre Lösungen für geografische und verkehrsorientierte Informations- und Planungsaufgaben zusammen.

Das konzernunabhängige Unternehmen beschäftigt derzeit rund 220 Mitarbeiter in der Muttergesellschaft. Mit mehreren Niederlassungen in Deutschland ist die PTV AG bundesweit vertreten und unterstreicht durch Firmenbeteiligungen in Deutschland, Europa und USA ihre nationalen und internationalen Ambitionen. Durch die wechselseitige Nutzung von Systemen und Daten erwarten beide Unternehmen eine Stärkung der eingegangenen strategischen Partnerschaft.

Ziel ist es, künftig gemeinsame Lösungen für solche Kundenprojekte anbieten zu können, bei denen Adressenmanagement als auch geografische und verkehrsorientierte Informations- und Planungsfunktionen erforderlich sind.

## Schubert & Partner GeoMarketing®

Das in St. Pölten, Österreich, beheimatete Unternehmen versteht sich als der Spezialist für geografische Informationssysteme in Österreich. *Schubert & Partner GeoMarketing* verfügt über die umfangreichste räumliche und thematischste Datensammlung Österreichs sowie ein breites Spektrum an innovativen Programmen und Online-Diensten, die, ausgehend vom Schwerpunkt Geomarketing, alle Bereiche raumbezogener Informationssysteme abdecken, vom Facility Management bis zur Standortbestimmung. Mit derzeit 15 Mitarbeitern ist *Schubert & Partner* in Österreich Marktführer für Anwendungen im Geomarketing und bedient Kunden aus allen Branchen. *Schubert & Partner GeoMarketing* und UNISERV sehen in der gemeinsamen Verbindung eine Stärkung ihrer jeweiligen Kernkompetenz und Marktposition.



**Personalien:**

## 8 Fragen an Jürgen Piram

**Wie würden Sie sich selbst beschreiben?**

Ich bin Berater von ganzem Herzen: offen für Neues, wissensdurstig, neugierig! Ich höre erst mal genau zu, um mir ein detailliertes Bild zu machen. Immer erst die Fakten sammeln, dann entscheiden und agieren.

**Was sind Ihre verborgenen Stärken und Schwächen?**

Die kenne ich selbst nicht, sonst wären sie ja nicht verborgen. Aber fragen Sie mal meine Kollegen, die geben sicher gerne Auskunft.

**Wie kann ein Kunde das UNISERV-Service-Rechenzentrum am besten für sich nutzen?**

Indem er sich von mir über die Möglichkeiten genau beraten lässt. Das Wort "Möglichkeiten" sehe ich in diesem Kontext allerdings doppeldeutig. Denn es geht erstens um die Möglichkeiten des Outsourcing von Adressmanagement-Leistungen an sich und zweitens um die Möglichkeiten, die in der Nutzung des UNISERV-Service-Rechenzentrums liegen. Voraussetzung für eine solche Beratung ist jedoch, dass der Kunde seine Anforderungen und Ziele genau darstellen kann. Das heißt, er muss seine Hausaufgaben gemacht haben, er muss genau wissen was er will.



**Welche Philosophie vertreten Sie in Ihrem Job?**

Alles kann, nichts muss!  
Aber "Geht nicht!", gibt's nicht!

**Stichwort "Adressenmanagement" was fällt Ihnen spontan dazu ein?**

Leider ist dieser Begriff, wie ich meine, in der Gesellschaft nicht allzu positiv belegt. Zu Unrecht! Viele glauben, Unternehmen jagen der Adresse lediglich zu Werbezwecken nach. Ich glaube, diese Einstellung liegt insbesondere an der mangelnden Transparenz hinsichtlich Methoden und Vorteilen der Adressbewirtschaftung. Viele verstehen gar nicht, was da - vor allem an Positivem - drinsteckt. Ein, zwei Beispiele: Adressenmanagement richtig angegangen lässt beispielsweise doppelte Sendungen nicht mehr vorkommen. Auch unfreiwillige Geschlechtsumwandlungen sind ausgeschlossen. Und der achtjährige Junge erhält in seinem zarten Alter auch keine Information zu Zahnprothesen. Mit einem Satz: Nur durch professionelles Adressmanagement erreichen wir, dass Sendungen ankommen, und zwar genau da, wo sie hingehören.

Mehr noch: Die relevanten Informationen lassen sich zielgruppengenau streuen.

**Was sehen Sie derzeit als die größte Herausforderung in der Branche?**

Die größte Herausforderung liegt meiner Meinung nach darin, weg zu gehen von der Einseitigkeit der Werbemittel und Werbeaktionen, hin zu einer echten Interaktion mit dem Kunden. Im Klartext, den Kunden in Werbeaktivitäten einzubeziehen, beispielsweise durch umfassendes Kundenbeziehungsmanagement. Das Internet bietet hier phantastische Chancen. Mit entsprechender Software können Sie nicht nur die Adresse eines Users validieren. Sie können sich sogar ein genaues Bild über seine Interessen verschaffen, indem Sie beispielsweise die Click-Folge analysieren. Was Sie dann haben, ist eine bestens qualifizierte Adresse, die hervorragende Ansatzpunkte zur Interaktion bietet. Weil Sie eben mehr in der Hand halten als die bloße geografische Anschrift.

**Worüber haben Sie sich in den letzten Wochen besonders geärgert?**

Über die Mineralölsteuererhöhung und die daraus resultierenden hohen Benzinpreise.

**Ihre gegenwärtige Geistesverfassung?**

Ich weiß gar nicht, ob ich so etwas habe. Falls doch, würde ich sagen: "Sonnig bei Temperaturen bis 30 Grad Celsius!"

**Jürgen Piram**  
Beratung/Vertrieb  
Direktmarketing-Services

UNISERV GmbH - Stuttgarter Str. 20-22 - D-75179 Pforzheim  
Telefon: (0 72 31) 936-122 - Fax: (0 72 31) 93 62 50  
E-Mail: Juergen.Piram@uniserv.de - http://www.uniserv.de

WE OFFER MORE...



## G L O S S A R

rund um Adressen, Direktmarketing & Software



### **C, C++**

Programmiersprachen. Die Sprachen sind zwar maschinennah, bieten aber alle Möglichkeiten einer höheren Programmiersprache. C++ ist die objektorientierte Variante von C.

### **CGI**

Abkürzung für COMMON GATEWAY INTERFACE. Standard-Schnittstelle zwischen Web-Browser beziehungsweise einem Web-Server und externen Programmen.

### **CEDEX / CIDEX**

Aus dem französischen Postwesen stammende Begriffe für sogenannte "Spezielle Zustellorte (localité de distribution)". CEDEX steht für einen Adresszusatz (auch mit Nummer), der der speziellen Zustellung von Firmenpost dient. CIDEX ist die Abkürzung für einen Adresszusatz für die Zustellung auf Anforderung (Individualbriefkästen).

### **click it**

PC-gestützte Adressenmanagement-Workbench von UNISERV, die alle, für die Adressaufbereitung typischen DV-Verarbeitungsfolgen und Funktionen - beispielsweise im Rahmen eines Direkt-Mailings - Schritt für Schritt unter einer einheitlichen grafischen Oberfläche erledigt.

### **Client / Server-System**

Auch Client/Server-Architektur genannt. Es handelt sich um das Modell einer Arbeitsteilung zwischen Rechnern, in der einer der Rechner eines Netzes (Server) Dienstleistungen für die anderen Rechner oder Prozesse bereit stellt (Client).

### **convert**

International einsetzbare Standardsoftware von UNISERV zur Sanierung von Adresselementen und Namensfeldern. *convert-name* analysiert einzelne Namenselemente, prüft, identifiziert und korrigiert deren Position im Namensfeld einer Adresse und vergibt zusätzlich automatisch den richtigen Anredeschlüssel. *convert-address* analysiert und formatiert Anschriftenzeilen und den korrekten Adressenaufbau nach individuellen nationalen Vorschriften und Konventionen.

### **CORBA**

Entwicklung der Object Management Group, Abkürzung für COMMON OBJECT REQUEST BROKER ARCHITECTURE. CORBA beschreibt einen grundlegenden Standard, der bestimmt, wie Objekte mit Hilfe eines Vermittlungsdienstes miteinander - auch über Netzwerk- und damit Betriebssystemgrenzen hinweg - kommunizieren.

### **CRM**

Abkürzung für CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. CRM in seiner Gesamtheit meint das integrierte Zusammenwirken aller Geschäftsprozesse mit Kundenbezug. Dieses Bestreben bezieht sich in erster Linie auf die Bereiche Marketing, Vertrieb und Service.

(wird in loser Folge fortgesetzt)

