

# solutions

UNISERV-Nachrichten • **Software & Service**

für

kundenorientiertes Marketing • Ausgabe 01/2000

Verehrte Leserinnen und Leser, Vorsprung und Erfolg im Informationszeitalter hat derjenige, der in der Beschaffung und im Transfer von Information schnell und vor allem selektiv agiert. Vor diesem Hintergrund präsentieren wir Ihnen heute die erste Ausgabe von "solutions", den UNISERV-Nachrichten über Software und

Service für kundenorientiertes Marketing. Mit diesem Medium richten wir uns künftig vier mal jährlich an alle, die ihr Marketing mit professionellem Adressmanagement powern wollen. Schnell und vor allem selektiv informieren wir Sie über Wichtiges aus dem Hause UNISERV und der Welt des internationalen Adressmanagements.

Ganz konkret zeigen wir Ihnen Nutzen und Vorteile für Ihr Business. Damit Sie immer ein wenig mehr Vorsprung haben.

Herzlichst Ihr



Roland Pfeiffer

Geschäftsführer UNISERV GmbH

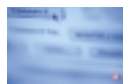
## Applikationen

# UNISERV meets SAP

SAP gilt als eines der weltweit führenden Unternehmen für *Enterprise Resource Planning (ERP)*. Mit dem integrierten Gesamtsystem SAP R/3 verfolgen die Walldorfer das Ziel, unternehmensweit aktuelle und transparente Informationen bereit zu stellen. Mit seinem offenen Anwendungskonzept unterstützt die SAP AG dabei die Integration externer, komplementärer Softwarelösungen, um beispielsweise die in R/3 verwalteten Adressen von Interessenten, Kunden, Lieferanten oder Partnern optimal zu prüfen und "up-to-date" zu halten. Dieses Konzept wurde jüngst durch ein entsprechendes "Business Add In" nochmals erheblich verbessert.

### *Adressmanagement im SAP R/3-Umfeld*

Diesen aktuellen Anforderungen entspricht UNISERV jetzt mit einer Komplettlösung zur unternehmensweiten Adressverifizierung im SAP-Umfeld. Damit erweitert UNISERV den Handlungsspielraum des SAP R/3-Systems um eine für alle Geschäftsprozesse wesentliche Funktionalität im Front-End-Bereich.



## Erfolgspotential Adresse...

Die UNISERV-Lösung für kundenorientiertes Marketing im SAP R/3-Umfeld besteht aus drei Komponenten zur Optimierung der Bewirtschaftung und Nutzung der Adressen in Marketing und Vertrieb. Die Komponenten können als Einheit, aber auch einzeln eingesetzt werden, um Interaktion und Dialog mit dem Kunden zu optimieren.

### *Problemlose Integration*

Bei der Entwicklung der zu integrierenden Komponenten wurde der schnellen, unkomplizierten Integration in die SAP-Umgebung besondere Beachtung geschenkt.

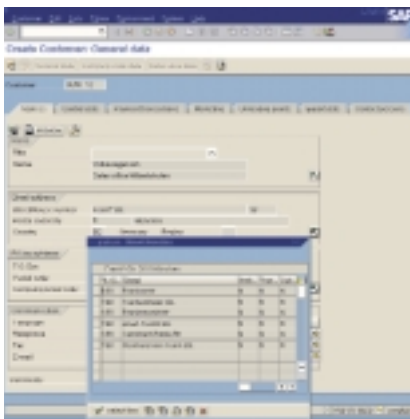
(weiter auf Seite 2)

WE OFFER MORE...



**...problemlose Integration**

Durch die Realisierung nach SAP-Normen und der Rücklieferung aller Ergebnisse als R/3-Dialogelement ist eine durchgehend einheitliche Optik gewährleistet. Anwender bewegen sich auf der bekannten Oberfläche mit den vertrauten Bedienelementen. Alle Prüf- und Korrekturvorgänge laufen automatisch im Hintergrund ab.



**Plattformunabhängig, branchenneutral und international**

Die UNISERV Adressmanagement-Lösung ist konsequent in Client/Server-Technologie realisiert. Sie fügt sich nahtlos in das SAP R/3-Umfeld ein. Die Lösung arbeitet problemlos mit allen Plattformen (Windows NT/2000, AIX, HP-UX, Sun Solaris, DEC, Linux) zusammen, auf denen R/3 verfügbar ist. Darüber hinaus können die Komponenten unabhängig vom Anwendungshintergrund branchenneutral und international eingesetzt werden. Damit übernehmen sie eine Schlüsselrolle im ganzheitlichen Management aller Kunden- und Marktbeziehungen eines Unternehmens.

**eCommerce**

**Online Kunden gewinnen & binden**

Kein Zweifel, die Welt des e-Business nimmt an Fahrt auf und wird in Zukunft das Verhältnis der Unternehmen zum Markt nachhaltig beeinflussen. Dabei ist das "Netz" der einzige wirklich direkte Berührungspunkt zwischen Unternehmen und Ihren Kunden. Der direkte Link wird zur großen Chance, gleichzeitig aber auch zum kritischen Moment im Qualitätsmanagement der Kundendaten.

Um im Distanzgeschäft erfolgreich zu sein, gilt es, den Web-Teilnehmer an sich zu binden und eine intensive, möglichst "personalisierte" und letztlich profitable Kundenbeziehung aufzubauen. Dafür ist die 100% korrekte Anschrift des Kunden entscheidend. Denn sie ist Ausgangspunkt für alle zentralen Vorgänge wie Bonitätsprüfung, Warenlieferung und Zahlung oder auch Follow-up Marketing. Nur so gewinnen Anwender die notwendige Sicherheit im Online Business. Und Sicherheit bringt Erfolg!

Damit das funktioniert, müssen Adressmanagement-Tools, die bisher im Back End eingesetzt wurden, zusätzlich im Front End

**„Erfolg im Distanzgeschäft“**

direkt innerhalb der eCommerce-Anwendung aktiv sein. Mit der Bereitstellung seiner Softwarelösungen für das e-Business demonstriert UNISERV einmal mehr seine exponierte Stellung beim Thema "Datenqualität im Adressmanagement". Für den reibungslosen Einsatz der Online-Software-Standards innerhalb von eCommerce-Anwendungen haben die UNISERV-Spezialisten ihre Client/Server-Lösungen internetfähig gemacht. Somit profitiert jeder Kunde von qualitativ hochwertiger Adressenprüfung, -korrektur und -aktualisierung – selbstverständlich für die wichtigsten europäischen Länder.



Seite 2  
e-commerce  
online Kunden gewinnen & binden

Seite 3  
Uniserv und Capscan  
internationale Partnerschaft

Seite 4  
Neue Software  
internat. Adressmanagement

Seite 5  
Adressen-Full service  
Beispiel & Fallstudie

Seite 6  
Adress-geocoding  
wie aus Adressen Geodaten werden

Seite 7  
News-Ticker  
Dies muss der Insider wissen



## Plattformen

### *UNISERV goes Windows 2000*

Bei UNISERV ist man sich der Bedeutung des NT-Nachfolgers vollauf bewusst. So werden alle Produkte, die bislang schon für Windows NT zur Verfügung standen, nach und nach auch für Windows 2000 angeboten. Damit wird die Entwicklungsstrategie, alle für das Adressmanagement angebotenen Lösungen auf allen gängigen IT-Plattformen anzubieten, konsequent fortgesetzt.

Nach intensiven Tests, die das Verhalten bei Neuinstallationen auf Windows 2000 Server, Professional und Advanced Server sowie das jeweilige Upgrading auf Windows 2000 zum Gegenstand hatten, wurden bislang schon alle Componentware-Systeme der Produktlinie *OPEN.edition* (Lösungen für die interaktive Adressenpflege) erfolgreich getestet und als Windows 2000-Ready bestätigt. Gleiches gilt in der Produktlinie *INTEGRATED.systems* für die Geocodierung von Adressen (Anwendungshintergrund: Mikromarketing) und für *click it*, Direct Marketing Workbench zur Abwicklung einheitlicher Prozesse, deren neues Release bereits komplett auf Windows 2000 entwickelt und damit automatisch Windows 2000-fähig ist. Schließlich werden im Laufe des zweiten Quartals 2000 alle Produkte der Kategorie *BATCH.line* (Programme für sequentielle Verarbeitung großer Adressenbestände im Batch) für Windows 2000 verfügbar sein.

## Partnerschaft:

### *UNISERV und CAPSCAN auf der IDMF 2000*



## Verbindung stärkt internationale Kompetenz

UNISERV und Capscan haben im Rahmen der im Januar eingegangenen strategischen Partnerschaft die Messe International Direct Marketing Fair (IDMF) in London erstmals als Plattform genutzt, um ihre neuen pan-europäischen Produkte für das Adressmanagement vorzustellen und die gemeinsamen Pläne für die Zukunft zu erläutern.

Terry Hiles, Managing Director von Capscan kommentiert die Zusammenarbeit: "Die neue Partnerschaft



*Ulrich Sohn, UNISERV und Terry Hiles, Capscan auf dem IDMF-Gemeinschaftsstand in London*

bietet europaweit operierenden Unternehmen optimale Softwarelösungen, um kundenorientiertes Marketing auf der Ebene des Adressmanagements effektiv und schnell umzusetzen". Und er ergänzt: "Gemeinsam bieten beide Firmen jetzt ein umfassendes pan-europäisches Produktportfolio an. Neben nationalen Lösungen für Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, die Niederlande, Österreich und die Schweiz wurden auf der IDMF auch Produkt-Neuentwicklungen für Portugal und Spanien vorgestellt. Bis Ende des

zweiten Quartals 2000 werden zusätzlich Versionen für Belgien, Polen und Irland verfügbar sein". Weitere Länder sollen noch in diesem Jahr folgen.

Unternehmen, welche die von UNISERV und Capscan entwickelten und angebotenen IT-Lösungen nutzen, haben im Zuge der Partnerschaft nicht nur Zugriff auf entsprechende Expertensysteme, sondern auch auf umfassende europäische Dateninformationen. Kundennähe, Zuverlässigkeit in Service und Support genießen in der vereinbarten Kooperation hohe Priorität.

Roland Pfeiffer, Geschäftsführer von UNISERV sieht in der Zusammenarbeit "bestmögliche Voraussetzungen, die wachsende Nachfrage an europäischen Lösungen im Adressmanagement bedienen zu können". Basis hierfür seien "leistungsfähige und innovative Softwaresysteme, die anwendungsneutrale und internationale Ausrichtung, sowie die Bündelung der Leistungen in den Bereichen Entwicklung, Beratung und Vertrieb". Auf der Messe haben Vertreter beider Unternehmen den fortschrittlichen Einsatz ihrer Adressmanagement-Werkzeuge demonstriert. Dabei stand die Integration der Online-Komponenten in eCommerce-Anwendungen, CRM-Lösungen und Mikromarketing im Vordergrund – speziell unter dem Aspekt internationalen Einsatzes.

Produkte

# Neue Software & Produkt-Releases

## verfügbar Im Fokus: Internationales Adressmanagement



**click it**



Auch die Adressmanagement- und Direktmarketing-Workbench *click it* erfährt im neuen Release 1.1, das ab Mitte Mai 2000 an die Anwender ausgeliefert wird, wichtige Verbesserungen.

Unter anderem bietet das neue Release eine optimierte Unterstützung der Dateiansicht, nahezu automatische Erkennung von Datenformat und Zeichensatz sowie erleichterte Parametrierung. Zusätzlich können jetzt im Navigator Dateien per Drag and Drop kopiert, verschoben oder gelöscht werden. Auch Druckaufträge sind jetzt noch flexibler zu handhaben. Ferner wird dem Benutzer die tägliche Arbeit durch sinnvolle Erweiterungen in der Dateiablage und Verbesserungen in der Protokollierung und Dokumentation erleichtert. Hierzu tragen auch neue Statistiken bei, die innerhalb der Funktionen Input und Output integriert wurden.

Darüber hinaus zeigt sich *click it* ab Release 1.1 deutlich performanter, unterstützt jetzt auch Ein- und Ausgabedateien größer 2 GB und ist bereits für Windows 2000 optimiert. Mit all diesen Funktionen empfiehlt sich *click it* nicht nur als Direktmarketing-Workbench, sondern auch als allgemeines Front-End-Tool für Adressdatenbanken jeder Art.



Um zwei weitere Programmversionen für **Portugal und**

**Spanien** erweitert UNISERV sein Produktangebot an nationalen Prüfungssystemen für den postalischen Adressen-Check.

Damit setzt UNISERV seine pan-europäische Strategie konsequent fort. Insgesamt stehen jetzt zur Prüfung und Korrektur internationaler Adressen neun Expertensysteme als individuelle Länderversionen zur Verfügung.

Die Programme eignen sich insbesondere zur Integration in bestehende oder geplante Anwendungen innerhalb offener Systeme. Selbstverständlich sind auch die neuen Programme internetfähig und stehen auf allen gängigen Plattformen zur Verfügung.



Für Windows NT/2000 und UNIX-Anwender

bietet UNISERV ein neues Release für das Adressen-Retrieval-System *mail* an.

Wesentliche funktionale Erweiterungen sind: Integration neuer Adressfelder, flexible sprachraumbezogene Phonetik, erweiterte Bewertungslogik in der Dublettenerkennung, Optimierung der Suchgeschwindigkeit, sowie weitere Anpassungen für die Verarbeitung großer Adressmengen.

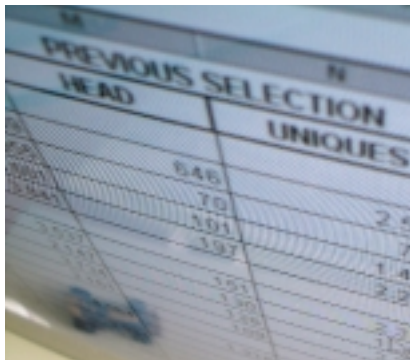


## Service

# Rundumbetreuung für die Adresse

## Adressmanagement im Outsourcing – am Beispiel einer internationalen Mailingaktion

Ein deutsches Versandhandelsunternehmen, das auf Artikel für Freizeit, Hobby, Haus und Garten spezialisiert ist, beauftragt einen Dienstleister damit, eine internationale Mailingaktion in sechs europäische Länder vorzubereiten. Dazu müssen etwa 14 Millionen Inputadressen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien und Spanien aufbereitet und verarbeitet werden.



PREVOIS SELECTION HEAD	UNIQUE
646	2.5
70	7
101	1.4
197	2.2

Ein deutsches Versandhandelsunternehmen, das auf Artikel für Freizeit, Hobby, Haus und Garten spezialisiert ist, beauftragt einen Dienstleister damit, eine internationale Mailingaktion in sechs europäische Länder vorzubereiten. Dazu müssen etwa 14 Millionen Inputadressen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien und Spanien aufbereitet und verarbeitet werden.

### So läuft die Aktion ab...

Die Adressen werden elektronisch über ISDN und E-Mail angeliefert werden.

Diese Art der Übermittlung ist außerordentlich schnell, bringt aber auch besondere Auflagen. Gerade im E-Mail-Verkehr müssen neben den üblichen datenschutzrechtlichen weiteren sicherheitsrelevante Belange wie Verschlüsselung und Kryptographie beachtet werden.

Da die Adressen gemischt aus mehreren Ländern

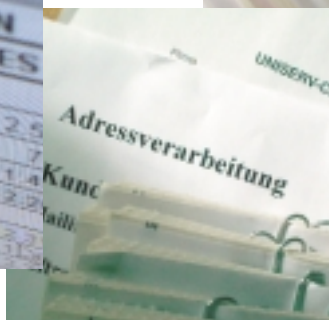
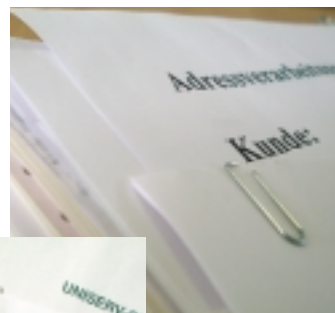
angeliefert werden, müssen mit Hilfe modernster programmtechnischer Lösungen die unterschiedlichen PC- und Datenbankformate konvertiert sowie nationale Adresshierarchien analysiert und strukturiert werden. Dies ist unerlässlich, da trotz Globalisierung längst nicht alle länderspezifischen Adressnormen aufeinander abgestimmt sind. Während in Deutschland beispielsweise die Hausnummer hinter dem Straßennamen steht, ist es in Frankreich genau umgekehrt. Besonderheiten bilden auch die Sonderzeichen wie die spanische Tilde über dem "n" oder die französische Cédille

unter dem kleinen "c". Deshalb müssen die Daten für die nachfolgende Verarbeitungskette aufbereitet werden. Im Anschluss erfolgen, zum Teil länderspezifisch:

- die Formatierung der Adressen, die postalische Prüfung und der Abgleich,
- die Ermittlung der diversen Mailinggruppen aufgrund der Nettozahlen nach den verschiedenen Split- und Selektionsvorgaben des Kunden,
- die Vergabe von Codes (z.B. Herkunftscode, Werbecode, Mediacode, Gruppen- bzw. Produktcode),
- das Erfassen und Zuspätspielen von Kontrolladressen,
- die Portooptimierung.
- und die Personalisierung.

### Und auch das ist wichtig

Während des gesamten Auftrages übermittelt der Dienstleister laufend Zwischenergebnisse an den Auftraggeber. Die ständige Abstimmung wird gebraucht, um flexibel und zeitnah auf sich kurzfristig ändernde Sachverhalte reagieren zu können. Das ist zum Beispiel dann nötig, wenn Fremdlisten ganz oder teilweise falsch angeliefert wurden (wie etwa statt männlich weiblich), wenn geplante Mengen bei einem der Verarbeitungsprozesse über- oder unterschritten werden oder wenn nachträglich Änderungen in den diversen Codevorgaben erforderlich werden. Für den gesamten Prozess ist wichtig, dass aussagefähige Verarbeitungs-



## Adressen-Geocoding

# So wird Ihr Marketing zum Champion

### Wie aus Adressen Geodaten werden

Ob Interessentenqualifizierung, Untersuchung der Kundenstruktur, Standortanalysen, Bonitätsprüfung, Customer-Relationship-Management (CRM) oder One-to-One-Marketing, alle Maßnahmen leben von der Qualität der zu Grunde liegenden Adressdaten. Sie sind bestimmend für den Markterfolg. Das gilt ganz speziell für Aufgaben, die mit dem Begriff Mikromarketing belegt sind.

eines Datenbestands einnehmen, um Adressen für Geo-, sprich Mikromarketing nutzbar zu machen.

#### Voraussetzungen schaffen

Für die Bewertung Ihrer Adressen in lokalen Märkten bietet UNISERV mit seinen Programmlösungen die Möglichkeit, Anschriften optimal auf der Ebene von Postleitzahl, Ort, Straße und Hausnummer zu verwalten und gleichzeitig mit statistischen Informationen und weiteren Daten anzureichern. Die Basis hierzu liefert unser exklusiv gepflegtes flächendeckendes Straßenverzeichnis in Deutschland. Beide Instrumente, Software und Daten, liefern das zuverlässige Bindeglied zwischen Ihren Adressdaten im Vordergrund und mikrogeographischen Merkmalen im Hintergrund.

Damit stehen Ihnen Hunderte von Datenkategorien zur Verfügung. Fein aufgegliedert bis auf Straßen-, Gebäude- und Hausnummern-Ebene. Selbstverständlich können Sie Ihre Adresse auch mit eigenen Unternehmensdaten verknüpfen und so wichtige Erkenntnisse für Marketing, Vertrieb und Unternehmensplanung gewinnen.

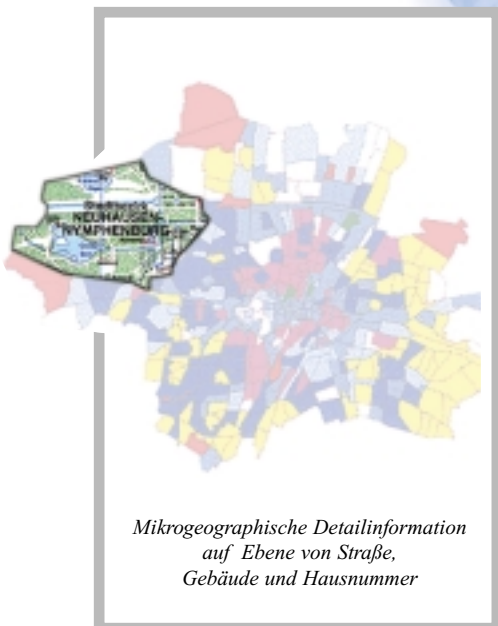
#### Eine Lösung, mehrere Plattformen

Mit Geocoding von UNISERV sind Sie auch in technischer Hinsicht flexibel und unabhängig. Plattformunabhängig. Ganz egal was Sie einsetzen, ob PC, Client/Server, ob Windows NT/2000, Unix, AS/400, Mainframe oder als Add-on-Lösung unter anderem im SAP R/3-Umfeld.

Mit Adressbewertung in lokalen Märkten können Sie Erfolgspotentiale weiter ausschöpfen. Machen Sie Ihr Marketing zum Champion, es stehen Ihnen viele Wege offen.

#### Unsere Partnerschaften – Ihr strategisches Plus

Geocoding ist nicht alles, aber die entscheidende Prämisse für die Verknüpfung von Adressen und Dateninformationen. Diese Daten können Sie von verschiedenen Partnern beziehen, mit denen UNISERV zusammenarbeitet.



Mikrogeographische Detailinformation auf Ebene von Straße, Gebäude und Hausnummer

Gerade bei der Bewertung lokaler Märkte spielen hohe Adressqualität und -aktualität eine herausragende Rolle. Nur sie gewährleistet die effiziente Verknüpfung (Adressgeocoding) von Merkmalen und Adressen zu Geodaten. Damit wird der Stellenwert deutlich, den die geographischen Elemente

“ Synergien von effektivem Nutzen ”



### +++NEWS-TICKER +++NEWS-TICKER +++NEWS-TICKER +++NEWS-TICKER

+++UNISERV bucht Teilnahmen an der Direktmarketing-Messe DIMA (03.-05. September 2000) in Düsseldorf und der SYSTEMS 2000, der internationalen Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation (06.-10. November 2000) in München.

+++Ab sofort stehen auch post für Portugal und post für Spanien auf dem UNISERV-Demo-Server für praxisnahe Live-Tests unter <http://www.uniserv-online.de> im Internet zur Verfügung.

+++Im I. Quartal 2000 meldet UNISERV neue Vertriebs-/Technologie-Partnerschaften in den Bereichen Campaign-Management, Sales Systems und automatische Adress-Belegerfassung. Im Rahmen der internationalen Präsenz wurden neue Vertriebs-Kooperationen in Italien, Österreich und Portugal geschlossen

+++Französische Krankenkasse CNAMTS erteilt Zuschlag für UNISERV-Software. Die Installation mehrerer UNISERV-Lösungen erfolgt an 9 Standorten und wird die

### NEWS-TICKER+++NEWS-TICKER+++NEWS-TICKER+++NEWS-TICKER+++NEWS-TICKER+++N

Bewirtschaftung von ca. 20 Mio. Mitgliederadressen entscheidend verbessern.

Das jährliche Auslieferungsvolumen der Versicherung beträgt ca. 500 Mio. Sendungen.

+++UNISERV intensiviert sein Schulungsprogramm rund um das Thema Adresse. Die ersten drei Veranstaltungen fanden Mitte April und Anfang Mai dieses Jahres statt. Weitere Termine sind in der zweiten Jahreshälfte vorgesehen.

+++Einen Überblick zu seinen internationalen postalischen Prüfungssystemen bietet UNISERV jetzt auf einer speziellen DEMO-CD. Jeder Nutzer erhält unter anderem wertvolle Informationen zu postalischen Gepflogenheiten in den wichtigsten europäischen Ländern und kann via Direct Link auf die UNISERV-Internet-Demo zugreifen.

### +++mehr Informationen in der nächsten Ausgabe von solutions+++



## I M P R E S S U M

*Herausgeber:*  
UNISERV GmbH,  
Stuttgarter Str. 20-22,  
D-75179 Pforzheim  
Tel. +49 (0)7231/936-0  
Fax +49(0)7231/936-250  
e-Mail: [info@uniserv.de](mailto:info@uniserv.de)  
<http://www.uniserv.de>  
<http://www.uniserv-online.de>

*Redaktion:* Peter A. Wiedemann,  
Andreas Heißler

*Konzeption, Layout & Grafik:*  
Werbeagentur Schaller, Pforzheim

*Druck:*  
H&W Druckstudio, Pforzheim

Alle in *solutions* verwendeten Firmen- und Produktnamen sowie Dienstleistungen sind Handelsnamen und/oder eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Unternehmen. Für eventuell enthaltene Fehler in *solutions* übernimmt UNISERV keine Haftung.

Alle Informationen und Nachrichten in *solutions* wurden nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet. Ihre Veröffentlichung erfolgt ohne Gewähr, Irrtum vorbehalten.

© Reproduktionen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers.

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.

# G L O S S A R

## rund um Adressen, Direktmarketing & Software



### **A b g l e i c h**

Prozess des Vergleichs und der Zusammenführung zweier oder mehrerer Listen in eine Datei, bei gleichzeitiger Identifikation und Eliminierung von Dubletten.

### **A d r e s s e n - G e o c o d i n g**

Zuordnungsverfahren für Anwendungen im Mikromarketing. Adressen können so auf der Basis kleinster räumlicher Einheiten (Hausnummer, Block, Straße) über Referenzschlüssel (Codes) mit unternehmensspezifischen, aber auch soziographischen, demographischen und geographischen Merkmalen versorgt und klassifiziert werden.

### **A L O R T - N u m m e r**

Begriff aus dem deutschen Postsystem: Achtstellige alphanumerische Schlüsselnummer der postalischen Zustellorte. Stimmt nicht immer mit dem staatlichen Gemeindennamen überein.

### **A l t e r n a t i v e Z u s t e l l u n g**

Private Zustellung adressierter Post nach der Liberalisierung des Postmonopols in Deutschland.

### **A p p l e t**

In Java geschriebenes Programm, das der Browser automatisch vom Server lädt und ausführt.

### **A S C I I**

DV-Begriff für einen der meistgenutzten Computercodes zum Austausch von Informationen zwischen unterschiedlichen Betriebssystemen.

### **A S P**

Diese Abkürzung steht für zwei mit dem Internet korrespondierenden Begriffe:

a) Application Service Provider, b) Aktive Server Pages

### **A s s e m b l e r**

Programmiersprache im Großrechnerbereich.



### **B a r c o d e**

Verschlüsselte Darstellung von Daten oder Informationen mit Hilfe unterschiedlich starken Strichen/Balken. Die Entschlüsselung erfolgt mit optischen Lesegeräten (Scanner).

### **B a s i c**

Leicht erlernbare Programmiersprache.

### **B a t c h - V e r a r b e i t u n g**

Sequenzieller Bearbeitungsmodus bei der Verarbeitung großer Daten-/Adressvolumen.

### **B D S G**

Abkürzung für "Bundesdatenschutzgesetz". Wichtige gesetzliche Grundlage im Direktmarketing.

### **B r o k e r**

Vermittler von Adresslisten im Namen Dritter (auch unter dem Begriff Adressverlage bekannt).

### **B r o w s e r**

Programm zum Abrufen von Web-Seiten im HTML-Format (z.B. Netscape Navigator, Microsoft Explorer).

### **B u s i n e s s - t o - B u s i n e s s**

Werbeaktivitäten zwischen Unternehmen (auch B to B). Heute auch per Internet.

### **B u s i n e s s - t o - C o n s u m e r**

Firmen, die sich mit ihren Werbeaktivitäten an den Endverbraucher richten.

(wird in loser Folge fortgesetzt)

