

ADRESSMANAGEMENT

„360-GRAD-SICHT AUF EINHEITLICHE, KORREKTE DATEN“



Çağdaş Gandar ist bei Melissa Data von Anfang an dabei und leitet die Geschicke des Anbieters für Datenqualitätslösungen in den Bereichen „Adressmanagement“ und „Identitätsprüfung“ seit 2017.

Im Interview erläutert **Çağdaş Gandar**, Geschäftsführer der Melissa Data GmbH, welchen Einfluss eine hohe Datenqualität auf die Einhaltung der DSGVO und die Wirtschaftlichkeit von Unternehmen hat.

ITM: Herr Gandar, seit 2016 ist die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft. Wie gelingt Unternehmen eine DSGVO-konforme Datenverarbeitung und -speicherung?

GANDAR: Die DSGVO schreibt im Artikel 5 Absatz 1 lit. d vor, dass „personenbezogene Daten sachlich richtig und erforderlichenfalls auf dem neuesten Stand sein (müssen); es sind alle angemessenen Maßnahmen zu treffen, damit personenbezogene Daten, die im Hinblick auf die Zwecke ihrer Verarbeitung unrichtig sind, unverzüglich gelöscht oder berichtigt werden („Richtigkeit)“. Daher sind Unternehmen explizit gefordert, eine hohe Qualität ihrer personenbezogenen Daten kontinuierlich sicherzustellen. Dafür müssen diese strukturiert in einem System abgelegt sein. Allerdings erleben wir oftmals die Situation, dass in Unternehmen abteilungsübergreifend Datensilos vorhanden sind. Diese müssen zunächst aufgebrochen und die darin enthaltenen personenbezogenen Daten konsolidiert werden. Konkret werden die Daten überprüft und bereinigt, also auch eventuelle „Karteileichen“ aussortiert. Manuell durchgeführt ist diese Arbeit mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden. Günstiger und schneller arbeiten Lösungen, welche die Kontaktdaten automatisiert validieren. Im Ergebnis liegen die akkuraten Daten konsolidiert in einem System vor, was zum Golden Record, also zu einem einzigartigen Datensatz führt. Damit ist das Fundament für die Sicherstellung einer hohen Datenqualität gelegt.

„AKKURATE ADRESSEN SORGEN DAFÜR, DASS UNTERNEHMEN KOSTEN SENKEN UND GLEICHZEITIG UMSÄTZE STEIGERN KÖNNEN.“

ITM: Warum ist eine hohe Datenqualität nicht nur im Zusammenhang mit der Einhaltung der DSGVO für Unternehmen unabdingbar?

GANDAR: Akkurate Adressen sorgen dafür, dass Unternehmen Kosten senken und gleichzeitig Umsätze steigern können. Die unmittelbar verfügbare 360-Grad-Sicht auf einheitliche, korrekte Daten liefert konkretes Wissen, das Unternehmen nutzen können, um wirtschaftlich und effizient zu agieren. Zahlreiche Studien belegen bereits, dass die Qualität von Adress- und Kontaktdaten einen hohen Einfluss auf den Geschäftserfolg hat – angefangen bei Marketingaktionen über die gezielte Kundenkommunikation bis hin zur reibungslosen Bestellabwicklung. Unternehmen können ihre Conversion Rate steigern sowie neue Absatz- und Marketingkanäle erschließen.

ITM: Laut Studien sind Kontaktdaten von Kunden in Datenbanken deutscher Unternehmen oft fehlerhaft. Was sind die Gründe und welche Folgen kann das haben?

GANDAR: In erster Linie liegt das an gravierenden Schreibfehlern bei Straßen- und Ortsnamen sowie Postleitzahlen und Hausnummern. Denn viele Daten liegen nicht standardisiert bzw. nicht normalisiert auf unterschiedlichen Datenbanken. Klassisches Beispiel ist der Straßename, der mit „ß“ oder „ss“ geschrieben oder als „Str.“ abgekürzt wird. Darüber hinaus sind Umzüge und Todesfälle sowie Familienstandsänderungen dafür verantwortlich, dass personenbezogene Daten fehlerhaft

sind. Dies hat u.a. hohe Retourenquoten bei Bestellungen aufgrund nicht zustellbarer oder verspätet eingegangener Lieferungen zur Folge. Analysten haben übrigens ermittelt, dass 100 Euro Kosten pro Datensatz entstehen, wenn Unternehmen die Adressqualität vollständig vernachlässigen. Diese Summe bildet sich aufgrund von Fehlsendungen, zurückgesandter Post und verpasster Umsatzchancen.

ITM: Wie stellen Unternehmen eine hohe Datenqualität bei der Erfassung und Pflege ihrer Kundendaten sicher?

GANDAR: Nach unserer etablierten Faustformel fallen bei der initialen Eingabe von Kontaktinformationen mithilfe professioneller Software pro Datensatz durchschnittliche Kosten von nur einem Euro an. So gelingt es Unternehmen, dafür zu sorgen, dass in ihren Online-Formularen nur validierte Namen und Adressen eingetragen werden. Mithilfe einer Autovervollständigung ist gewährleistet, dass die Anschrift existiert. Die Lösung erkennt nach wenigen Tastenanschlägen, welche Adresse der Kunde eintippen will, und gibt ihm passende Vorschläge mit gültigen Anschriften aus. Dies trägt übrigens auch zu einer optimierten User Experience beim Onboarding und im Check-out-Prozess bei, indem die eingegebenen Kundendaten automatisch komplettiert werden – ein nicht zu unterschätzender Faktor in einem engen Wettbewerbsumfeld. Die Dateneingabe ist allerdings nur eine Momentaufnahme, da Kundendaten kontinuierlich Änderungen unterworfen sind. Deshalb ist es erforderlich, die Kontaktdaten regelmäßig zu validieren. ➔

ALEXANDER LORBER

AUSZUG AUS...

IT MITTELSTAND

AUSGABE 1-2|2024