#Zielgruppen #B2C #Adressen #Beilagen #IT

Zielgruppe Umzügler

Relevanter Zeitraum für Kauf- und Vertragsentscheidungen

Pro Jahr ziehen in Deutschland zwischen 8 und 9 Millionen Bürger um, also über 10% der Bevölkerung. Nach dem ersten Umzug, weg vom Elternhaus, folgt in jüngeren Jahren oft eine vermehrte Umzugsaktivität, meist beruflich bedingt oder durch eine beginnende Familienphase. Spätestens mit der Geburt des ersten Kindes folgt eine deutliche Umzugswelle, vor einer Phase der Sesshaftigkeit.

Ein Umzügler ist der Einzelne dann für eine relativ kurze Zeitspanne: Es beginnt mit der Suche und Planung und endet in der fertigen Einrichtung des neuen Heims. Was das mit Dialogmarketing zu tun hat? Eine ganze Menge: Vom Energieversorger über die Tageszeitung hin zur Einrichtung und zu angepassten Versicherungen stehen viele Kauf- und Vertragsentscheidunugen an. Mit jedem Umzug wird die alte Anschrift aber auf Sicht unzustellbar für Print-Botschaften, denn auch wenn die meisten Umzüge innerhalb der Gemeinde stattfinden: Die Zustellbarkeit von Printsendungen hängt nicht von der Distanz der Adressenänderung ab.

Im Laufe eines Umzugs werden also viele Entscheidungen getroffen und Weichen für Konsumentscheidungen gestellt:

1 Umzugsvorbereitungen: Recherche und Anbieterwechsel

Die frühe Phase ist geprägt von Recherchen und es werden Grundsteine für Entscheidungen zu vielen Anbieterwechseln gelegt: Über die Hälfte der Umzügler wechseln ihren Energieversorger (63%) oder den Internetprovider (53%). Aber auch Telefon, Versicherungen und Banken werden auf den Prüfstand gestellt. In dieser frühen Planungsphase sind aktive Kontaktaufnahmen seitens der Unternehmen schwierig, da zu dieser Zeit kaum Umzugsinformationen erhoben werden. Gute Kundenbindung kann hier aber präventiv wirken.

2 Umzugsphase

Umzüge sind meist ein willkommener Anlass, Einrichtung und technisches Equipment zu erneuern. Manches geht aber auch beim Umzug selbst zu Bruch und muss ersetzt werden. Möbel, Lampen, Geschirr, Haushalts- und Elektrogeräte, Gartenbedarf und alles rund um das Thema Renovieren stehen dabei im Fokus. Passende Angebote in dieser Phase versprechen hohe Aufmerksamkeit.

Weitere Informationen

Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

© Dialoghaus GmbH

3 Phase des Ankommens

Auch im nachgelagerten Zeitraum werden noch viele Kaufentscheidungen getroffen. Umzügler, die in dieser Phase Vertragspartner noch nicht über die Änderung der Anschrift informiert haben, werden dies auch später nicht mehr nachholen. Während Krankenkassen, Banken und Versicherungen noch von über 50% informiert werden, bilden Spendenorganisationen, lokale Einzelhändler und Reiseanbieter mit unter 10% das Schlusslicht.

Was bedeutet das für Dich als Dialogmarketer? Zum einen bieten sich dir Chancen für anlassbezogene Ansprachekonzepte, zum anderen solltest du dafür sorgen, dass deine Kundendaten kontinuierlich gepflegt werden.

Zielgruppe Umzügler: Chancen für aktive Ansprache

+ Für adressierte Printmailings und gezielte Kampagnen stehen Consumerdaten mit aktuellen Anschriftenänderungen aus unterschiedlichen Referenzdatenbanken zur Verfügung.

+ Ebenso möglich sind Beilagen in Bestätigungen von Nachsendeaufträgen der Deutschen Post (alte Anschrift) oder im Starter-Set (Neuadresse).

Datenaktualisierung und Umstellung alt auf neu

Kundengewinnung wird für viele Unternehmen zunehmend schwieriger und somit teurer. Dem Verlust von Kunden durch Umzug beugt die regelmäßige Umstellung der alten Adressen auf neue Anschriften vor. Hierfür gibt es unterschiedliche Referenzbestände am Markt, die in Summe einen hohen Anteil aller Umzüge abdecken und somit Kundenverlusten vorbeugen.

Klingt relevant und spannend? Dann sprich uns gerne auf das Thema Umzüge an.

Quellen

+ EnBW: Statistiken und Fun Facts rund um den Umzug (https://www.enbw.com/blog/wohnen/umzug/fun-facts-rund-um-den-umzug/)
+ Aktuelle Umzugsstudie (https://www.presseportal.de/pm/141805/4653976)
+ Umzugsstudie Deutsche Post Adress https 2021 https://www.postadress.de/umzugsstudie.pdf

Weitere Informationen

Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

© Dialoghaus GmbH