

# Zuverlässige Informationen für Durchblick und Wachstum

## D&B unterstützt den Deutschen Paket Dienst (DPD) im umkämpften Markt

Der Markt für Logistik befindet sich in einem starken Wandel. Während der vollständige Fall des Briefmonopols sich entgegen erster Planungen auf Ende 2007 verschoben hat, sind die richtungsweisenden Bewegungen im KEP-Markt für Kurier-, Express- und Paketdienste bereits vor einigen Jahren geschehen. So übernahm die französische La Poste-Gruppe im Jahr 2001 die Mehrheit am etablierten Deutschen Paket Dienst DPD und machte unter dem Dach der GeoPost den DPD zum Kern ihrer europäischen Paketaktivitäten.

Den Herausforderungen, die mit dem Wandel verbunden sind, ist der Deutsche Paket Dienst mit Flexibilität, lokaler Präsenz und der damit einhergehenden Nähe zu seinen Kunden erfolgreich entgegengetreten. Doch das Unternehmen denkt schon weiter: „Heute erfordert die verstärkte Internationalisierung, dass der DPD als schlagkräftiger Anbieter nicht mehr auf einer Vielzahl nationaler Märkte operiert, sondern sich als wirklich paneuropäischer Dienstleister präsentiert“, sagt Peter Kellner, Director Marketing & Sales der DPD GeoPost (Deutschland) GmbH & Co. KG. Mit dieser Neupositionierung ist eine Vielzahl von neuen Herausforderungen verbunden. Themen wie Produktentwicklung, Marktplanung und Marktbearbeitung rücken in den Vordergrund.

### Transparente Sicht auf den europäischen Markt

Zentrale Fragen wie zum Beispiel:

- Wie viele Kunden haben wir überhaupt?
- In welchen Branchen sind wir besonders stark?
- Wer sind unsere größten und profitabelsten Kunden?
- Welchen Anteil am Paketvolumen des Kunden besitzen wir bereits?
- Welche Unternehmen benötigen welche Produkte?
- Wo finden wir neue Geschäftspartner?
- Wie können wir unsere Vertriebsressourcen effizient einsetzen?

ließen sich nicht objektiv und nachweislich beantworten. „Selbstverständlich hat jeder Verkäufer, Vertriebs- oder Marketingleiter Antworten auf diese Fragen, aber ohne vergleichbares Datenmaterial sind dies keine Fakten, sondern lediglich Meinungen,



die subjektiv und heterogen sein können“, so Peter Kellner.

Deshalb begab sich das Unternehmen auf die Suche nach einem externen Partner, der den Kunden- und Interessentendaten von DPD GeoPost ein einheitliches Fundament geben sollte – allein aufgrund der Menge an Datensätzen im sechsstelligen Bereich keine leichte Aufgabe. Nach einer Testanalyse der kompletten Stammdaten fiel die Entscheidung für D&B Deutschland. Der Wirtschaftsinformationsanbieter gliederte alle Kunden- und Interessentendaten in einem

# PraxisBeispiel

## DPD und D&B



Sales & Marketing  
Solutions

mehrstufigen Verfahren mit der D&B Referenzdatenbank ab, um zunächst den weltweit eindeutigen Unternehmensidentifikator, die D&B D-U-N-S® Nummer, zuzuordnen.

Anschließend wurden alle Datensätze mit dem von DPD GeoPost ausgewählten Informationsprofil angereichert. Hauptaugenmerk besaß dabei die Branchenzuordnung mittels SIC-Code (Standard Industrial Classification). Diese findet, wie die D-U-N-S® Nummer, weltweit Anerkennung und segmentiert auf der globalen D&B Datenbank über 110 Mio. Unternehmen.

„Die internationale Konsistenz der D&B Daten und Lösungen war sicher ein Hauptargument für die Auswahl als Content-Partner“, merkt Peter Kellner an. „Denn auch andere Ländergesellschaften arbeiten mit vergleichbaren Informationen von D&B, wodurch eine transparente Sicht auf unseren europäischen Markt möglich wird.“ Auch innerhalb Deutschlands erreicht das Unternehmen interessante Ergebnisse, wenn bisher dezentral gehaltene Kunden- und Interessentendaten mit Hilfe von D&B betrachtet werden – innerhalb des Adressenstamms befanden sich jeweils über 10% Mehrfacheinträge und inaktive Unternehmen. „Außerdem konnten wir bereits in den ersten Gesprächen feststellen, dass D&B uns nicht nur bei der Bereinigung und Harmonisierung unserer Stammdaten, sondern überdies auch in der Marktanalyse und dem effizienten Einsatz unserer Marketing- und Vertriebsressourcen voranbringen wird“, fasst Peter Kellner zusammen.

Was ist das Besondere an den Lösungen von D&B? Es besteht darin, dass die wichtigen Erkenntnisse für die Akquisition neuer Kunden aus dem bereits vorhandenen Kundenstamm gewonnen werden – dem Wissensschatz, den jedes Unternehmen bereits selbst besitzt. Richtig aussagekräftig wird die eigene Datenbasis dann, wenn D&B diese mit der Benchmark, also dem deutschen oder dem jeweils relevanten Markt vergleicht. Bei der „D&B Customer Insight Analyse“ erfährt man die Zusammensetzung seines Adressenstamms, der Umsätze und vor allem die eigene Marktdurchdringung in den vielfältigsten Segmenten. Dabei werden beispielsweise Komponenten wie Branche, Mitarbeiterzahl, Jahresumsätze oder auch Verflechtungsstatus der Kunden berücksichtigt. Die eigenen Geschäftspartner erhalten auf diese Weise ein Profil. Dies hilft dabei, Unternehmen im Markt zu finden, die ähnliche Merkmale besitzen wie bereits

bestehende Kunden. Letztlich können alle Unternehmen des Zielmarktes mit einem Ranking versehen werden, das die Erfolgswahrscheinlichkeit eines Abschlusses widerspiegelt.

D&B nahm darum an regionalen Sales Meetings teil und stellte den „Best fit Customer“-Ansatz dort vor, wo am Ende die Umsatzverantwortung liegt. Diese Veranstaltungen hatten eine sehr gute Resonanz. Um noch flexibler zu sein und den kompletten Prozess von der Kundenanalyse über Marktplanung und Bezug hochaffiner Leadadressen bis hin zum Kampagnenmanagement völlig selbständig durchführen zu können, prüft DPD GeoPost momentan den Einsatz der webbasierten D&B Lösung „Market Insight“. Optimale Voraussetzungen, um auch in Zukunft in einem hart umkämpften Markt die Nase vorn zu behalten.

### Über DPD

Mit dem Transport von täglich mehr als 1,4 Millionen Paketen in einem internationalen Netzwerk zählt die DPD GmbH & Co. KG zu den führenden KEP-Dienstleistern in Europa. Dabei bietet der Franchisegeber mit Sitz in Aschaffenburg, Deutschland, durch seine Franchisenehmer eine breite Produkt-Palette für das In- und Ausland. Das Angebot reicht vom Standard-, Garantie- und Expresspaket über Serviceleistungen wie z. B. Nachnahme bis hin zu individuellen Kundenlösungen. In rund 500 Depots in 35 europäischen Ländern sind mehr als 22.000 Mitarbeiter und 15.000 Fahrzeuge im Einsatz, um 200.000 gewerbliche Kunden zu bedienen.

### Über GeoPost

GeoPost, die Express- und Paket-Holding der Groupe La Poste, zählt zu den führenden Unternehmen im internationalen Paket- und Expressmarkt. Das operative Netzwerk umfasst mehr als 30 Länder. Weltweit nehmen 300.000 Kunden an über 220 Standorten die Transportdienstleistungen von GeoPost in Anspruch. Im europäischen KEP-Markt nimmt GeoPost den zweiten Platz ein und erwirtschaftete 2006 einen Umsatz von knapp 3 Milliarden Euro. Im französischen Markt ist GeoPost bereits der führende Anbieter von Paketdienstleistungen. Partner und Tochtergesellschaften von GeoPost sind DPD sowie Chronopost und Parceline, die von dem gut ausgebauten Netzwerk des DPD profitieren. GeoPost hält die Mehrheit der Anteile am DPD.

# PraxisBeispiel

## DPD und D&B



Sales & Marketing  
Solutions

### Über D&B

D&B Deutschland (früher Dun & Bradstreet) ist ein Unternehmen der Bisnode Gruppe und gehört zum weltweiten D&B Netzwerk, dem Weltmarktführer für Wirtschaftsinformationen und Firmenbewertungen. Unternehmen aus allen Branchen nutzen die Daten und Lösungen von D&B Deutschland zur Bonitätsprüfung, bei der Kundengewinnung und im strategischen Einkauf.

Basis dafür ist die D&B Datenbank mit Informationen über 3,7 Millionen deutsche und mehr als 110 Millionen Unternehmen weltweit. In die

Bonitätsbewertung der Firmen fließt auch deren Zahlungsverhalten ein. Dazu wertet D&B alleine in Deutschland jährlich über 400 Millionen Rechnungen aus.

Die Zuordnung aller Informationen zu den Unternehmen ist durch die von D&B eingeführte D-U-N-S® Nummer eindeutig. Die D-U-N-S® Nummer wird u. a. vom Verband der Automobilindustrie (VDA), dem Verband der chemischen Industrie (VCI), der Europäischen Kommission und der ISO als Standard empfohlen und eingesetzt.

## D&B Solutions

Risk Management Solutions  
Sales & Marketing Solutions  
Supply Management Solutions

[www.dnbgermany.de](http://www.dnbgermany.de)

D&B Deutschland GmbH  
Havelstraße 9 | 64295 Darmstadt  
T (0 6151) 13 75-777 | F (0 6151) 1375-675  
[service-de@dnb.com](mailto:service-de@dnb.com)



Decide with Confidence