

Zustellung aufs Haus genau optimiert

PTV und microm begleiten Medienhaus Südhessen

Das Medienhaus Südhessen wollte mehr Informationen und Transparenz über die Strukturen der Zustellgebiete. Hierzu setzt der Verlag die feinstmögliche Daten- und Kartenbasis ein, die derzeit verfügbar ist: hausgenau!

Anwender: **Medienhaus Südhessen** mit **Darmstädter Echo**, 1945 gegründet und auf dem Weg vom Verlag zum Medienhaus. Zum Programm gehören mehrere Tageszeitungen, ein Internet-Medium sowie Anzeigenblätter.

Aufgabe: Optimierung der Zustell- und Transportlogistik sowie des Anzeigenverkaufs, feinstmögliche Marketing-Analysen.

Lösung: Die Software PTV Print&Post, die seit Oktober 2007 **PTV Map&Market/Print** heißt und speziell für Verlage, Postzusteller und Werbemittelverteiler konzipiert ist, und die MOSAIC Datenbank von microm.

Professionell geplant statt historisch gewachsen

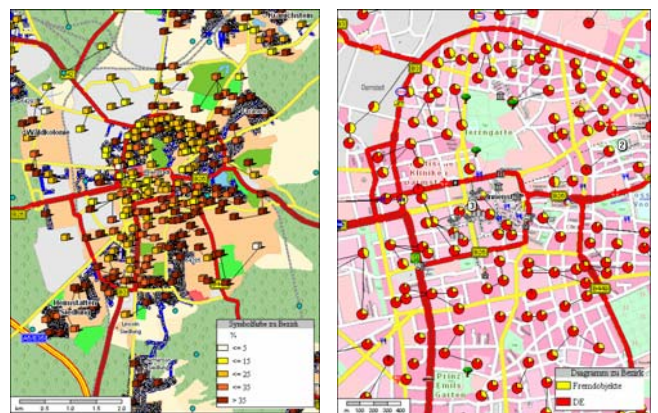
Früher haben sich die einzelnen Bezirke ganz im Einfluss des zuständigen Zustellers entwickelt. Seine persönlichen Präferenzen haben Größe und Zugschnitt des Gebiets beeinflusst, ohne die Effizienz der Gebietsgrenze zu prüfen.

„Wir wollten weg von den ungenauen Papierplänen und hin zu hausgenauen digitalen Karten als neue Planungsgrundlage.“, erzählt Projektleiterin Christina Neumann. Der Verlag kaufte zunächst digitales Kartenmaterial vom zuständigen Katasteramt. Aus dieser Quelle wurden Hauskoordinaten für alle ca. 250.000 Häuser des Verbreitungsgebiets zugesteuert.

Es galt, aus den verschiedenen historisch gewachsenen Bezirken mit oft unterschiedlichen Strukturen einen einheitlichen Stand für alle Medien, inklusive Briefpost, zu entwickeln. Das Darmstädter Echo ging dazu schrittweise vor: Zuerst wurden mit Unterstützung von microm die Daten bereinigt und unklare Datensätze eindeutig zugeordnet.

Im zweiten Schritt setzt der Verlag seine strategische Planung mit Hilfe des Planungsprogramms PTV Post ganz neu auf. Jeweils etwa 250 Haushalte ergaben einen neuen Bezirk. Auf Basis dieser Bezirke wurden dann, unter Berücksichtigung der PLZ-Grenzen, neue sinnvolle Zustellgebiete für die verschiedenen Ob-

jektgruppen geplant. Dabei war es nötig, eine Vielzahl von Rahmenbedingungen zu berücksichtigen, etwa wo geplante Abladestellen sind oder „Pseudo-Abladestellen“ für die Urlaubsvertretung. „Wichtig für uns war, dass neue, effiziente Gebiete entstehen. Für jedes Zustellgebiet können nun genaue Gangfolgen für die Zusteller mit digitalen Kartenausdrucken, Straßen-, Kilometer- und Zeitangaben erstellt werden,“ erläutert Neumann.



Feinstmögliche Planung bis aufs Haus genau

Der letzte Schritt ist die Anbindung des Planungssystems an die Abo-Verwaltung. Auch hier soll aufs Haus genau geplant werden, damit zentral die Kunden betreut und verwaltet werden können. Die große Umstellung auf eine gemeinsame Datenbank inklusive CRM ist für Ende 2003 geplant. Dann kommen alle Vorteile und Synergie-Effekte einer integrierten Lösung voll zur Geltung.

Der Erfolg gibt Recht

Vertriebsleiter Peter Kemper betont: „Die aufwändige Beschaffung und Vorbereitung der Datengrundlage und die neue Gebietstrukturierung mit PTV Post haben sich gelohnt: Nur so konnten wir feinstmögliche Transparenz über unsere Strukturen gewinnen. Bereits jetzt hat unser Medienhaus Stadtpläne mit allen notwendigen Detail-Informationen wie Abo-Zahlen zur Verfügung. Die Arbeit für Verlag, Gebietsleiter und Zusteller wird deutlich vereinfacht. Zukünftig werden wir auch hochwertige mikrogeografische Marketing-Analysen für unser Vertriebsgebiet anfertigen können.“