

Qualität aus Überzeugung

DataM Services, der Spezialist für Adressmanagement, Dialogmarketing und Vertriebsconsulting feiert sein zehnjähriges Firmenjubiläum. Geschäftsführerin Sigrid Siebert erklärt, wie sich ihr Unternehmen strukturell auf die veränderten Marktbedingungen eingestellt hat.

1998 begann mit der Gründung der DataM-Services GmbH für alle Mitarbeiter bei DataM eine Zeit des Wandels und der Veränderung. Aus der Position der Stärke heraus, mit über 20 Jahren Adress-, Vertriebs- und Branchenkompetenz als Vertriebseinheit des Würzburger Vogel Verlages, hatte das neue Serviceunternehmen eine klare Zielvorgabe: die Entwicklung zu einem führenden Dienstleistungsunternehmen für Adressmanagement, Direktmarketing und Vertriebsconsulting.

Mit über 75 Medien-IT- wie Dialogmarketingspezialisten steht DataM heute als Gemeinschaftsunternehmen der Vogel Business Media in Würzburg, der VF Medien-gruppe in Mainz und der dsb AG in Neckarsulm für innovative Konzepte und individuelle Dienstleistungen. Modernstes Datenmanagement sorgt für die jähr-

liche Verbreitung von bis zu 35 Mio. Publikationen. Über 20 Verlage nutzen die DataM Serviceleistungen in den Bereichen Vertrieb, Abonnement, crossmediales Dialogmarketing, Kundenkontaktmanagement, Kampagnenmanagement, Outbound Call-Center oder Anmietung fein justierter Zielgruppenadressen.

dnv: Wie hat der Wandel der Medien das Portfolio von DataM verändert?

Sigrid Sieber: Unser Fokus der letzten Jahre lag auf der Weiterentwicklung vertriebsorientierter Services rund um die Print- wie Online-Bereiche. Um den Kommunikationswandel für Medienmarken gewinnbringend zu begleiten, haben wir die einst klassischen Unternehmensbereiche in viel schneller operierende Service-Einheiten gewandelt, multimedial ausgebaut, und das Ganze im Laufe der Zeit kontinuierlich mit neuen Units, wie zuletzt MarketingServices, ergänzt. Unseren Medienkunden bietet sich heute rund um das Thema Customer-Services ein zeitgemäßes Leistungsgeflecht, welches sich schnell, einfach und flexibel gestalten lässt.

dnv: Welchen Nutzen bietet MarketingServices Verlagen?



„Unser Fokus liegt auf der Weiterentwicklung vertriebsorientierter Services rund um die Print- wie Online-Bereiche.“

DataM-Geschäftsführerin Sigrid Sieber

Sieber: Auf den Punkt gebracht: mehr Abonnenten, hohe Haltbarkeitsquoten, effizientes Kundenmanagement. Bei der Abonnentenbetreuung, im Servicebereich wie auch in der Neukundenakquise übernehmen unterschiedlichste Kommunikations- wie Werbekanäle verschiedenste Funktionen. Und genau hier setzt DataM an. Für jede Botschaft das richtige Format – die zunehmende Fragmentierung der Medien und der Zielgruppen erfordert mehr denn je eine punktgenaue Feinjustierung vor bzw. bei der Vergabe von Budgets, wie auch bei der aktionsbezogenen Auswahl der Kommunikationswege.

dnv: Mit dem Slogan ‚Lösungen mit Zukunft‘ wecken Sie Erwartungen. In welche Richtung entwickelt sich DataM?

Sieber: Der Kundennutzen ist für uns das oberste Unternehmensziel. Wir kümmern uns intensiv um Kundenwünsche, indem Konzepte umgesetzt werden, die Print- wie Online-Portale und Events auf intelligente Weise komplementär verknüpfen. Mit unserer plattformübergreifenden Servicekomponente sind Zeitschriften, Bücher, das Web, Kongresse, Fachseminare oder Events keine Insellösungen mehr. Damit bieten wir unseren Medienkunden die

Basis für eine multimediale Kundenbetreuung, die auch zukünftigen Anforderungen gerecht wird.

dnv: Wie sichern Sie in Ihrem Unternehmen Service- und Qualitätsstandards?

Sieber: Qualität ist für mich das Vertrauen in die Menschen und in die Funktionstüchtigkeit der Systeme. Wir lassen DataM regelmäßig durch neutrale Unternehmen hinsichtlich unserer Servicequalität messen und investieren gleichermaßen in Weiterbildungsprogramme für unsere Mitarbeiter. Unsere Marktorientierung wird von jedem unserer Mitarbeiter mit Leidenschaft gelebt. Darauf bin ich auch persönlich sehr stolz – das macht DataM aus. Systemtechnisch arbeiten wir seit 1998 sehr erfolgreich mit der dsb AG in Neckarsulm zusammen. Ebenso erfolgreich gestaltet sich die Kooperation mit dem Unternehmen BDL, Geisenheim, unserem Systempartner für operatives und analytisches CRM.

dnv: Im Dialogmarketing strömen immer kreativere Formate auf den Markt. Wie tauschen Sie sich mit Verlagskunden und Interessenten über die Effizienz dieser Methoden aus?

Sieber: Zu den Traditionsveranstaltungen von DataM gehört natürlich der Kongress der Deutschen Fachpresse in Wiesbaden auf dem wir jedes Jahr als Aussteller den intensiven Gedankenaustausch mit den Kongressteilnehmern suchen. DataM kennt den erhöhten Informationsbedarf der Branche. Gleichmäßig über das Jahr verteilt sind wir auf Messen, wie zum Beispiel den Mailingtagen in Nürnberg oder der Mail Order World in Wiesbaden nicht nur als Aussteller vertreten. Gezielt nutzen wir diese Plattformen, um Interessierten in kleinen Gruppen und angenehmer Atmosphäre den direkten Austausch mit Experten zu bieten.

dnv: Wie fällt Ihre Zwischenbilanz nach zehn Jahren DataM aus?

Sieber: Zu ihrem Jubiläum hat DataM die damals zur Unternehmensgründung gesetzten Zielvorgaben erreicht. Jetzt geht es für uns alle darum, den Weg dorthin weiter erfolgreich zu gestalten. Wir freuen uns auf die neuen Herausforderungen in der Servicewelt der Medienbranche und auf den gemeinsamen Erfolg mit unseren Kunden! (fm)

