

Tipps zur Qualitätsüberprüfung generierter Adressen

Für Portalbetreiber und Marketer, die ihre Produkte im Internet bewerben möchte, ist der Aufbau einer eigenen Adressdatenbank essentiell. Dies geschieht oft über Co-Registrierungen und Co-Sponsoring bei Community Portalen und Gewinnspielen oder über diverse Affiliate Programme.

Doch wie überprüfe ich die Qualität dieser neu gewonnen Adressen? Was für Kriterien sind wichtig für mich dabei wichtig? Wie erkenne ich einen seriösen Dienstleister?

Das Bezahlen pro Lead verleitet oftmals dazu, die Überprüfung der generierten Adressen nicht allzu genau zu gestalten. Doch dies kann fatale finanzielle Folgen haben, denn niemand möchte schliesslich viel Geld für so genannte „Fake-Adressen“ ausgeben.

Bernhard Graf, Technischer Projektleiter bei Newsmarketing, erklärt im folgenden Artikel welche wichtigen Punkte es hierbei zu beachten gilt, damit die für Sie generierten Adressen Ihrem qualitativen Anspruch gerecht werden.

Woher kommen die Adressen?

Für den Kontakt zu potenziellen Kunden benötigt ein Anbieter deren Adressen zusammen mit der Einwilligung, sich kontaktieren zu lassen. Generiert das eigene Angebot selbst nicht genügend neue Kontakte, so kann man über andere Web-Seiten versuchen, zu neuen Kontakten zu gelangen. Fehlen dafür Zeit, Geld oder Kompetenz, dann ist die so genannte Co-Registrierung oder auch das Co-Sponsoring ein effektiver Weg, der zugleich den gesetzlichen Anforderungen des Datenschutzes gerecht wird.

Bei einer Adresse stellt sich zunächst die Frage: Stimmt die denn auch? Einmal abgesehen von Tippfehlern verleitet oft schon die Methode, mit der ein Anbieter im Internet zu Adressen zu gelangen versucht, den Benutzer zur bewussten Falschangabe von Daten. Umfragen oder Gewinnspiele, aber vor allem Affiliate-Programme bieten den Teilnehmern Anreize, teilweise oder sogar komplett falsche Daten anzugeben. Anders als im persönlichen Kontakt lässt sich im Internet die Identität einer Person nicht unmittelbar überprüfen und obendrein entfällt die Hemmung, unkorrekte Angaben zur eigenen Person zu machen.

! *Der erste Schritt besteht also darin sich über die Seriosität und Kompetenz des Adress-Anbieters zu erkundigen. Achten Sie darauf, dass nicht Masse vor Klasse kommt. Affiliate-Partner, die Ihnen hunderte oder gar tausende Leads pro Tag versprechen, arbeiten meist mit „gefakten“ Adressbeständen oder sie bieten dem sich eintragenden User einen (finanziellen) Anreiz, seine Adressdaten zu hinterlassen. Das inhaltliche Interesse und damit auch die zukünftige Bindung an Ihr Portal wird damit verschwindend gering sein und die so generierte Adresse ihr Geld nicht wert.*

Ebenfalls nicht unwichtig hierbei ist das Portal, über die die Adressen gewonnen werden. Inwieweit hat ein User einen Nutzen davon, hier seine wirklichen Adressen zu hinterlegen? Hat er eine gute Bindung an das Portal? Gewinnspiel-Adressen und Umfrage-Adressen sind per se weniger wert als z.B. Adressen, die über Communitys gewonnen werden.

Maßnahmen zur Überprüfung von Adresdaten für Marketing-Zwecke

Es geht hierbei ausdrücklich nicht um erkennungsdienstliche Verfahren, also Kontrolle mit Lichtbild, Ausweis und dergleichen - das Ziel lautet schließlich "Kosten sparen". Denn Sie möchten schliesslich:

- Kein Geld für falsche Adressen ausgeben.
- Keine Folgekosten durch Kontaktversuche zu ungültigen Adressen produzieren.

Zunächst gibt es zwei Sachen zu unterscheiden, wenn man vom "Überprüfen" redet: Validierung und Authentifizierung.

- **Validierung** erfolgt durch Vergleich eines Wertes mit bestimmten Vorgaben: "Ist die E-Mail-Adresse formal korrekt? Besteht die PLZ aus fünf Ziffern?"
- Mit **Authentifizierung** bezeichnet man die Überprüfung einer behaupteten Identität: "Hat Petra Mustermann selbst die Adresse mustermann@xyz.com angemeldet? Ist 12345 wirklich eine Postleitzahl in Berlin?"

Bei der Frage, "Was" geprüft wird, unterscheiden wir drei Bereiche:

1. Die E-Mail-Adresse
2. Die Post-Adresse
3. Alles Andere

Prüfung von E-Mail-Adressen

- Syntaktische Prüfung: Das Format von E-Mail-Adressen wurde bereits 1982 festgelegt und hat sich seitdem praktisch nicht verändert. Wer gerne technische Dokumente liest, findet die Definition in seiner neuesten Auflage unter: <http://www.ietf.org/rfc/rfc5322.txt>

Ergänzen lässt sich diese Prüfung durch Anbieter- spezifische Einschränkungen, beispielsweise muss der lokale Name einer aol.com-Adresse (also der Teil vor dem '@') 3 bis 16 Zeichen lang sein, und darf nur aus Buchstaben (a-z) und Ziffern bestehen.



Wenn Sie Adressen generieren lassen – fragen Sie unbedingt nach, ob der Adress-Anbieter eine syntaktische Überprüfung durchführt! Denn nur so ist gewährleistet, dass Sie erst gar keine (offensichtlich) ungültigen Adressen erhalten.

- Double Opt-in: Häufig als problematisch und abschreckend eingestuft, vereint dieses Verfahren dennoch gleich zwei, wenn nicht sogar drei unschlagbare Vorteile: Man erhält zweifelsfrei die gesetzlich vorgeschriebene Permission und authentifiziert darüber hinaus den Anmelder als die Person, die im ersten Schritt ihre Adressdaten angegeben hatte. Kombiniert man die Aussendung der Bestätigungs-E-Mail mit einem Bounce-Management, so lassen sich unmittelbar die Adress-Daten aus der Datenbank aussortieren, deren E-Mails unzustellbar - also falsch - waren.

! *Fragen Sie den Adress-Anbieter, ob er mit Double-OptIn arbeitet! Nehmen Sie nur Adressen ab, die mit Hilfe dieses Verfahrens validiert und authentifiziert wurde.*

- Blacklists: Mit (oftmals maschinell) generierten Adressdaten versuchen manche "Spezialisten" ihre Chancen bei Gewinnspielen zu verbessern oder - noch direkter - Ihre Einnahmen als Affiliate-Partner zu erhöhen. Abgesehen von E-Mail-Accounts bei großen Freemail-Providern generieren diese Leute entweder E-Mail-Adressen unter ihren eigenen Domains oder sie bedienen sich sogenannter Wegwerf-E-Mail-Adressen. Aus der Durchsicht seiner neuen Adressdaten kann man im Laufe der Zeit eine recht effektive Blacklist aufbauen. Es bleibt zwar ein Katz-und-Maus-Spiel, doch verhindert man Schlimmeres.

! *Mit welchen Blacklisten arbeitet Ihr Partner für Adress-Generierung? Wie oft werden diese aktualisiert? Werden Adressen von der Blacklist sofort gesperrt und somit gar nicht an Sie weitergereicht? Stellen Sie diese Fragen, um sicherzugehen, dass Sie nicht hunderte oder gar tausende von „Fake-Adressen“ erhalten.*

Wir kennen eine Firma, die eine Ganztags-Stelle schaffen musste, die nur damit beschäftigt ist, solche „Fake-Adressen“ aus deren Datenbestand herauszufiltern und bei dem Adress-Anbieter zu annullieren. Rechnen Sie sich das einmal auf die Kosten pro Lead hoch – ist es das wert? Achten Sie lieber von vornherein, dass so etwas nicht vorkommt und sparen Sie sehr viel Geld sowie erhöhen Sie dadurch die Qualität Ihrer Adressen.

Prüfung von Post-Adressen

- Der erste Schritt ist wieder die syntaktische Prüfung: Da das Format von Post-Adressen aber nicht so präzise und vor allem einheitlich festgelegt ist, muss man sich auf Teile beschränken. Soviel ist aber (fast) sicher: Eine Adresse besteht aus mindestens drei Teilen, die zunächst einmal nur auf Vorhandensein geprüft werden:
 1. Ein Name für einen Empfänger oder eine Organisation
 2. Straße, Platz, Postfach oder ähnliches
 3. Ein Ort mit Namen, in den meisten Ländern einen Post-Code (nicht immer eine Zahl!) und ein Land (bei internationalen Erhebungen).

Einzig sicher lässt sich nur der Post-Code überprüfen, der in D immer eine fünfstellige Zahl sein muss, die mit (maximal) einer 0 beginnen kann. In A und CH sind Zahlen zwischen 1000 und 9999 gültig, während in NL oder UK auch immer Buchstaben im Post-Code vorkommen.

! *Fragen Sie Ihren Partner für Adress-Generierung, ob noch während der Generierung eine Überprüfung der PLZ nach sowohl seiner syntaktischen Richtigkeit als auch nach der Übereinstimmung zu der angegebenen Ortschaft stattfindet. 32105 ist zwar zum Beispiel eine syntaktisch korrekte PLZ aus Deutschland – aber wenn der User den Ort „Münster“ dazu eingegeben hat, so ist die Postadresse nichts wert – denn das stimmt nicht überein, 32105 steht für Bad Salzuflen!*

- Postadresse gegen IP-Adresse prüfen: Mit der Anmeldung über eine Web-Site erhält man die IP-Adresse des Anmelders. IP-Adressen werden in Blöcken an Provider vergeben, die sich in fast 100% der Fällen bestimmten Ländern, und meistens sogar bestimmten Regionen innerhalb dieser Ländern zuordnen lassen. Es gibt eine Reihe kommerzieller Anbieter, die solche Listen pflegen und anbieten, mindestens einer davon bietet eine kostenlose Edition, mit der sich immerhin das Land recht zweifelsfrei verifizieren lässt (z.B: <http://www.maxmind.com/>).
- Verifikation anhand öffentlicher Adressbestände, z.B. OpenGeoDB [<http://sourceforge.net/projects/opengeodb/>], GoogleMaps-API [<http://code.google.com/intl/de-DE/apis/maps>]: "Kann man machen - muss man aber nicht" – und manchmal darf man es auch nicht: OpenGeoDB ist ein ambitioniertes Projekt, das allerdings ein wenig an Schwung verloren hat. Google-Maps verbietet in den Nutzungsbedingungen die nicht-öffentliche Abfrage seiner (kostenlosen) API. Letzten Endes muss man sich natürlich die Frage stellen, inwieweit auf diesem Wege eine Adresse zweifelsfrei verifizierbar ist - die Fehlerrate dürfte nicht unbeträchtlich sein. Und zu guter Letzt muss man den Daten der Adress-Datenbank vertrauen.
- PostIdent Verfahren der Deutschen POST: Dieses Verfahren verbindet sichere Validierung von Post-Adressen mit einer hohen Rücklaufquote (praktisch 100%). Es ist jedoch mit Kosten und Zeitaufwand verbunden.
- Double-Opt-in auf Brief-Basis: Analog zum E-Mail-Opt-in. Besitzt dessen Vorteile und die Nachteile des PostIdent Verfahrens.
- Auch über die Schufa lassen sich die meisten Postadressen validieren, sowie zusätzlich die Kreditwürdigkeit, wenn es denn nötig ist. Die Internet-Auktionsplattform Ebay bedient sich dieses Verfahrens.

Prüfung sonstiger Daten:

Für fast alles gibt es formale Definitionen, die immerhin eine Validierung gestattet: Telefonnummern, Kreditkartennummern, Kontoverbindungen – all das ist irgendwo mehr oder weniger verbindlich definiert. Allein die Beschreibung der Prüfverfahren für diese genannten drei würde ein ganzes Buch füllen - deshalb lassen wir es hier.

Zur Authentifizierung reicht hingegen ein Satz: Sie ist normalerweise nur möglich, indem man die zu diesen Daten gehörigen Verfahren anwendet (anrufen, Konto oder Kreditkarte belasten) und den Erfolg des Vorgangs ermittelt.

Fazit

Nur wer selbst Adressdaten erhebt, ist in der Lage, Maßnahmen gegen automatisierte Masseneintragungen zu implementieren. Mit IP-Adressen, aber vor allem Browser-Cookies lassen diese sich vergleichsweise einfach enttarnen. Oftmals sind auch bestimmte Muster in den Daten erkennbar. Wasserdicht sind aber selbst diese Tests nicht, denn natürlich sind solche User auch nicht alle technisch unversiert, und wissen durchaus, was sie tun müssen, damit ihr Treiben möglichst unentdeckt bleibt.

Erst die Kombination mehrerer hier beschriebenen Verfahren, unter Berücksichtigung der Verfahrenssicherheit, ergibt eine relativ hohe Trefferquote bei der Erkennung ungültiger Adressdaten.

Deshalb lassen Sie sich nicht blenden, wenn ein Anbieter für Adressen Ihnen garantiert, tausende von Leads für Sie pro Woche oder gar pro Tag zu generieren. Fragen Sie genauer nach, wie die Leads generiert wurden und welchen Überprüfungen diese Adressen unterlaufen. Ansonsten kann aus einem Leadpreis von zum Beispiel 2,00 EUR ganz schnell 8,00 bis 10,00 EUR werden, denn dann ist nur jede vierte bis fünfte Adresse wirklich etwas wert...

! Bevor Sie eine Adressgenerierungs-Kampagne buchen, stellen Sie folgende Fragen:

- Wieviele Leads pro Woche verspricht Ihnen der Anbieter? Werden Sie misstrauisch, wenn die Zahl sehr hoch liegt, denn dann wird zu 99% mit einem finanziellen Anreiz für die sich eintragenden User gearbeitet und damit ist diese Adresse für Sie fast wertlos, da kein ernsthaftes Interesse an Ihren Angeboten besteht.
- Über welche Methoden werden die Adressen generiert? Gewinnspiele, Umfragen oder Communitys? Letztere sind zwar oft hochpreisiger und es kommen weniger Leads pro Woche zustande, aber die Qualität dieser Adressen ist meist ungleich viel höher.
- Werden die Adressen (ob Post oder E-Mail) syntaktisch überprüft und nur die syntaktisch korrekten an Sie weitergegeben?
- Arbeitet der Anbieter im E-Mail-Bereich mit einem Double OptIn Verfahren?
- Arbeitet der Anbieter mit Blacklisten, die regelmässig aktualisiert werden?
- Unterbindet der Anbieter Masseneintragungen über IP-Sperren und Überprüfung mittels Cookies?
- Werden bei postalischen Adressen als Mindestanforderung die PLZen syntaktisch überprüft und eine Zuordnung zu dem eingetragenen Ort gemacht?

Mit Hilfe dieser Tipps werden Sie bares Geld sparen können und die Conversion über die so für Sie generierten Listen deutlich steigern!



Autor: Bernhard Graf, Technischer Projektleiter der Newsmarketing GmbH.

Er weiss, wovon er schreibt, denn über Newsmarketing können Adressen generiert werden mit Hilfe für die User kostenlosen Communities. Die dort generierten Adressen werden sehr streng nach oben stehenden Regeln überprüft und so gewährleistet, dass die Kunden von Newsmarketing möglichst fehlerfreie Adressen erhalten. Mehr Informationen darüber finden Sie unter www.newsmarketing.ch/coreg.htm

