

Direktmarketing-Kosten

Ausgangslage

Sie sind neu verantwortlich für den Bereich Direktmarketing bei einer führenden, international tätigen Versicherungsgesellschaft. Eine der ersten Aufgaben, die Sie sich vornehmen, umfasst eine grössere Wirtschaftlichkeitsstudie. Ihrer Meinung nach ist es - überspitzt formuliert - völlig nebensächlich, was eine bestimmte Massnahme oder Kampagne im Direktmarketing kostet. Wichtig ist einzig und allein, was diese bringt. Die Wirtschaftlichkeit bzw. das optimale Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag steht bei Ihnen im Vordergrund.

Aufgabenstellung

Erstellen Sie ein Budget für ein durchschnittliches mehrteiliges Mailing (Auflage: 100'000) im Format C5. Die Realisierung vergeben Sie einer externen, spezialisierten DM-Agentur.

Lösungsvorschlag

Kostenart	Kostenfaktor	Kosten	Kostenanteil
Feste Kosten	Konzeption	10'000.-	7%
	Realisation	15'000.-	10%
Laufende Kosten	Produktion	50'000.-	33%
	Adressen	30'000.-	20%
	Porto	45'000.-	30%
Gesamtkosten		150'000.-	100%

Quelle: in Anlehnung an Gloor W.: Den Rotstift im Kopf - Sparpotentiale unter dem Strich, in Das Jahrbuch Marketing & Kommunikation 1997, St. Gallen, S. 166