

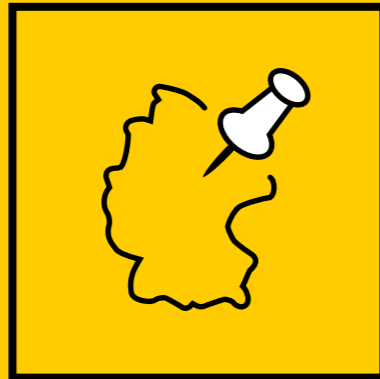
# Adress-Studie 2025

Untersuchung zur Qualität von  
Adressdaten in Deutschland

## Inhalt

1   <b>Überblick</b>	3–6
2   <b>Branchenvergleich</b>	7–9
3   <b>Vergleich im Zeitablauf</b>	10–11
4   <b>Die Branchen</b>	12–22
4.1 Onlinehandel	
4.2 Banken	
4.3 Versicherungen	
4.4 Touristik	
4.5 Einzelhandel	
4.6 Verlage	
4.7 Automotive	
4.8 Konsumgüter	
4.9 Gemeinnütziger Sektor	
4.10 Öffentlicher Sektor	
5   <b>Erfolgsfaktor Adressbereinigung</b>	23–24
6   <b>Methodensteckbrief</b>	25–27

# Überblick



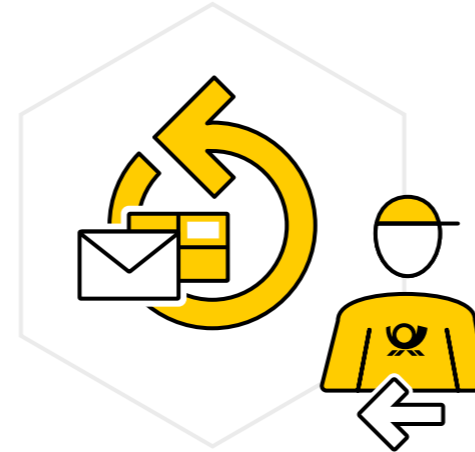
## Warum diese Studie?

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) verpflichtet seit 2018 Unternehmen, ihre Kundendaten aktuell und richtig zu halten. Zusätzlich hat die Wirtschaft ein großes eigenes Interesse an korrekten Adressen. Denn aktuelle Kundenadressen vermeiden unnötige Kosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen beim Versand von Post- und Paketsendungen, sie festigen den Kundenkontakt und steigern die Kundenzufriedenheit. Interessenten- und Kundendaten sind daher für alle Unternehmen ein wichtiger Bestandteil des Betriebskapitals, immerhin garantieren sie den Kontakt zu denjenigen, die sich schon einmal für Leistungen und Angebote des Unternehmens interessiert haben oder sich aktuell dafür interessieren.

Die in den Datenbanken der Wirtschaft gespeicherten Kundenadressen können jedoch die Realität nicht zu jedem Zeitpunkt 1:1 widerspiegeln. Dafür ändern sich tagtäglich zu viele Adressen, zum Beispiel durch neue Wohngebiete, Eingemeindungen, Umzüge, Sterbefälle und Namensänderungen. Im Laufe der Zeit nimmt damit die Qualität jeder Kundendatenbank ab, wenn Adressen nicht aktualisiert werden.

Daher stellt sich die Frage, wie gut pflegt die Wirtschaft ihr wichtiges Kapital „Kundenadressen“? Welche Branchen schauen auf eine gut gepflegte und aktuelle Datensubstanz und in welchen Bereichen gibt es noch Nachholbedarf?

### Adressen unterliegen Änderungen



1 Daten für 2024 (Quellen: Deutsche Post, Statistisches Bundesamt)

2 Daten für 2023 (Quelle: Statistisches Bundesamt)

**350**

veränderte Ortsnamen/-zusätze<sup>1</sup>

**5.700**

neue/geänderte Straßen<sup>1</sup>

**8 Mio.**

Umzüge<sup>1</sup>

**680.000**

Geburten<sup>1</sup>

**1 Mio.**

Todesfälle<sup>1</sup>

**360.000**

Hochzeiten<sup>2</sup>

**130.000**

Scheidungen<sup>2</sup>

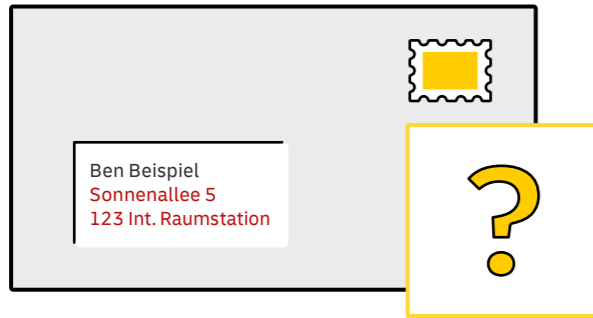
**In der Untersuchung „Adress-Studie 2025“ analysiert Deutsche Post Direkt, die auf Adress- und Datenmanagement spezialisierte Tochtergesellschaft der Deutschen Post, wie der derzeitige Stand der Adressdatenqualität in Deutschland ist und beantwortet folgende Fragen:**

- Wie gut sind Adressdaten gepflegt?
- Was sind die häufigsten Fehler bei Interessenten- und Kundenadressen?
- Welche Branchen haben besonders gut gepflegte Daten?
- Wie hat sich die Adressqualität im Laufe der vergangenen Jahre entwickelt?

## Sechs verschiedene Fehlerkategorien

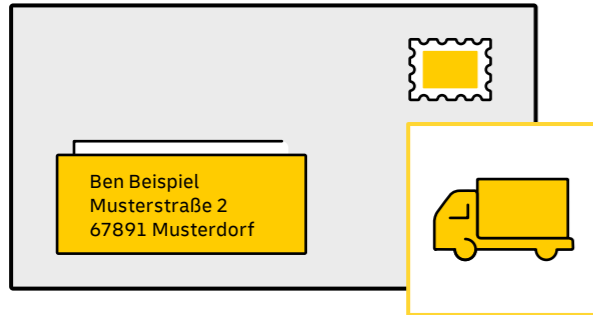
### Postalisch unzustellbar

Postalische Anschrift ist fehlerhaft, mehrdeutig oder ausländisch, sodass keine maschinelle Korrektur möglich ist



### Umzüge

Zur Adresse liegen Nachsendeaufträge oder andere Umzugsinformationen vor



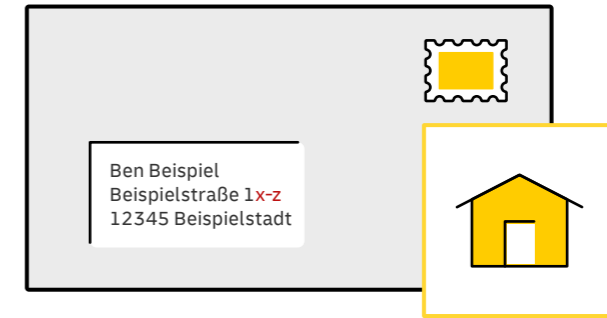
### Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene

Anschrift ist nicht mehr aktuell und es ist keine Nachsendeinformation vorhanden oder Person ist verstorben



### Unzustellbar auf Gebäudeebene

Gebäudeanschrift ist nicht in der Postreferenz-Datenbank der Deutschen Post Direkt vorhanden



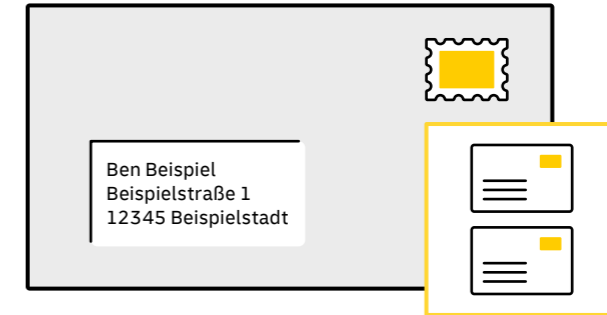
### Korrigiert

Vorname, Nachname, Straße, Hausnummer, Postleitzahl und/oder Ort wurden korrigiert



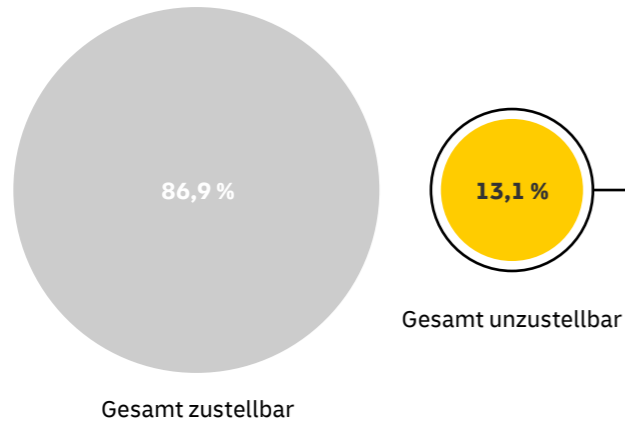
### Dubletten

Adresse ist mehrfach mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise gespeichert

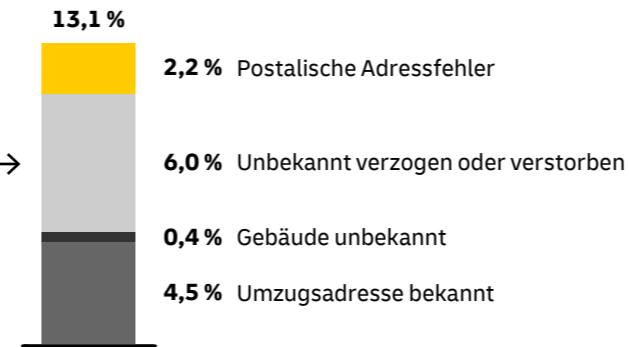


## Die wichtigsten Ergebnisse

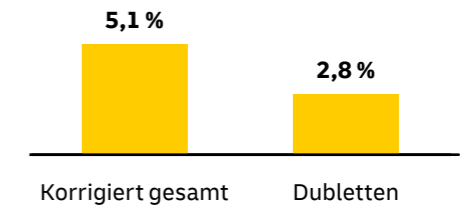
### Jede achte Kundenadresse ist fehlerhaft



### Die größte Fehlerquelle sind veraltete Kundenadressen

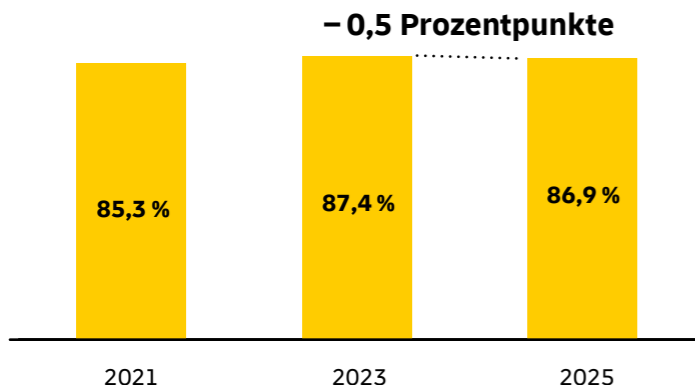


### Durchschnittlich konnten 5 Prozent der Adressen korrigiert werden

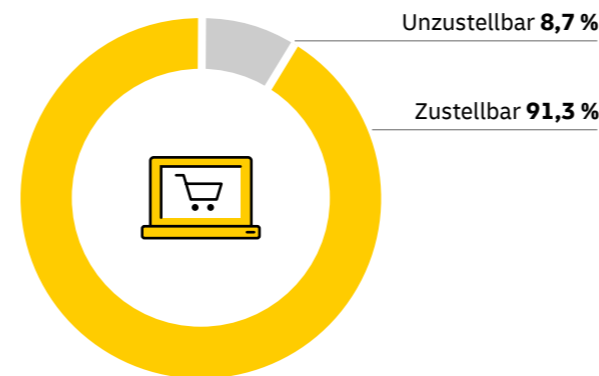


### Die Kundendatenqualität hat sich verschlechtert

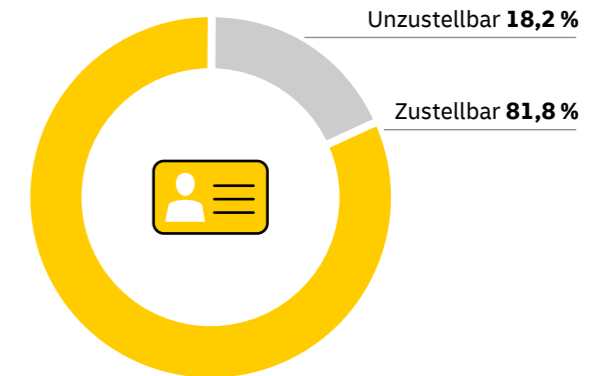
Gesamt zustellbar



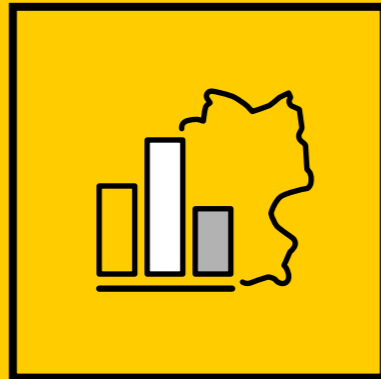
### Der Onlinehandel belegt Platz 1 in puncto Adressqualität



### Schlusslicht ist der öffentliche Sektor



# Branchenvergleich

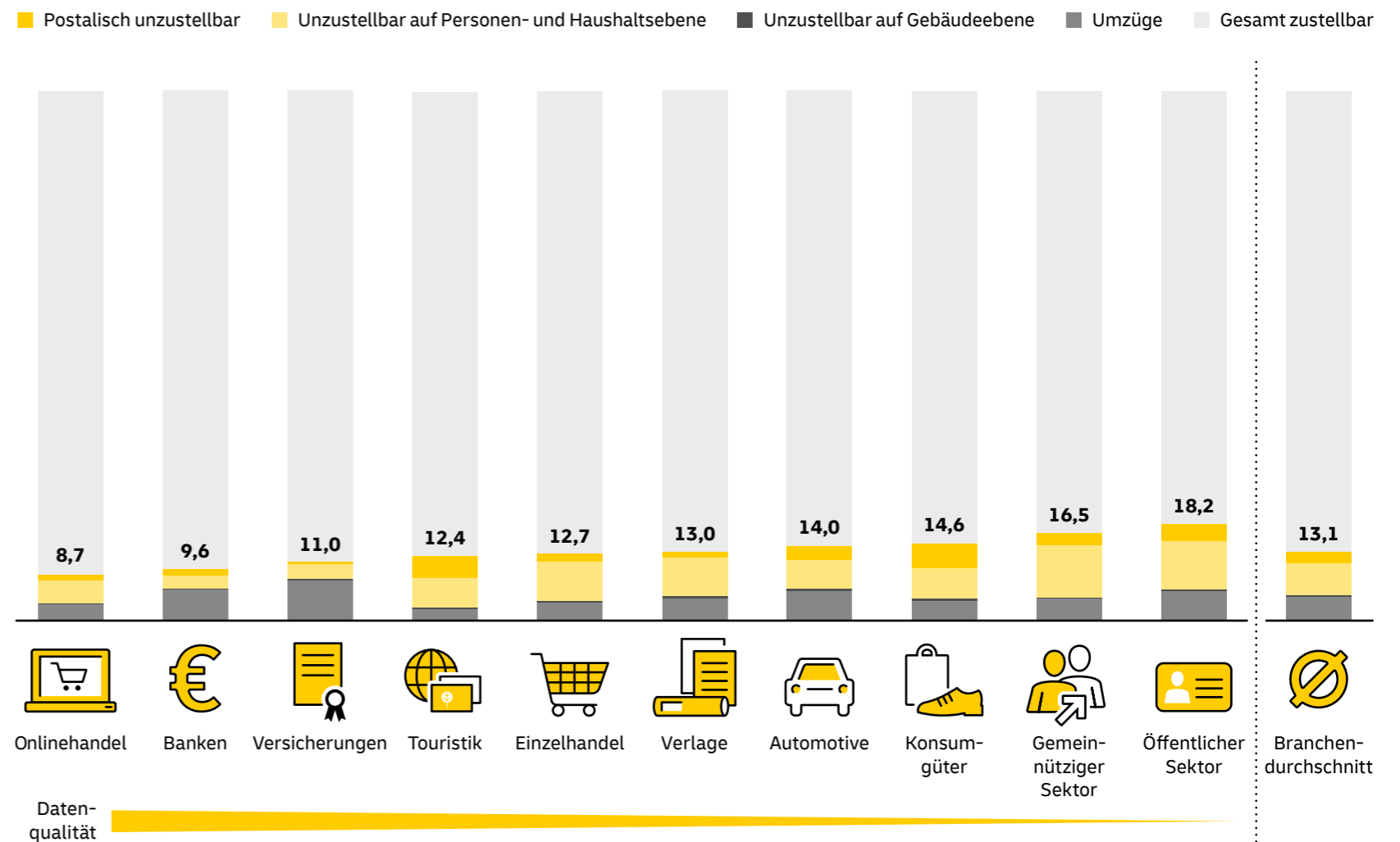


## Höchste Kundendatenqualität beim Onlinehandel

Onlinehändler haben bestens gepflegte Kundendaten. Schließlich sind Adressen für sie ein besonders wichtiges Betriebskapital. 91,3 Prozent aktuelle und zustellbare Adressen sind in den Datenbanken von E-Commerce-Unternehmen gespeichert. Kaum schlechter schneidet der Finanzsektor ab. Bei Banken sind 90,4 Prozent der Kundenadressen aktuell. Mit rund einem Prozent Abstand sichern sich Versicherungen den dritten Platz im Branchenranking. 89 Prozent der Interessenten- und Kundenadressen der Assekuranz sind zustellbar. Mit veralteten und falschen Adressen haben dagegen der gemeinnützige und der öffentliche Sektor zu kämpfen. Spendenorganisationen, Verbände und Gewerkschaften haben 16,5 Prozent unzustellbare Adressen in ihren Datenbanken. Beim öffentlichen Sektor sind es sogar 18,2 Prozent. Ohne eine Adressbereinigung würde hier fast jede fünfte Postsendung vergebens produziert und auf den Weg gebracht werden.

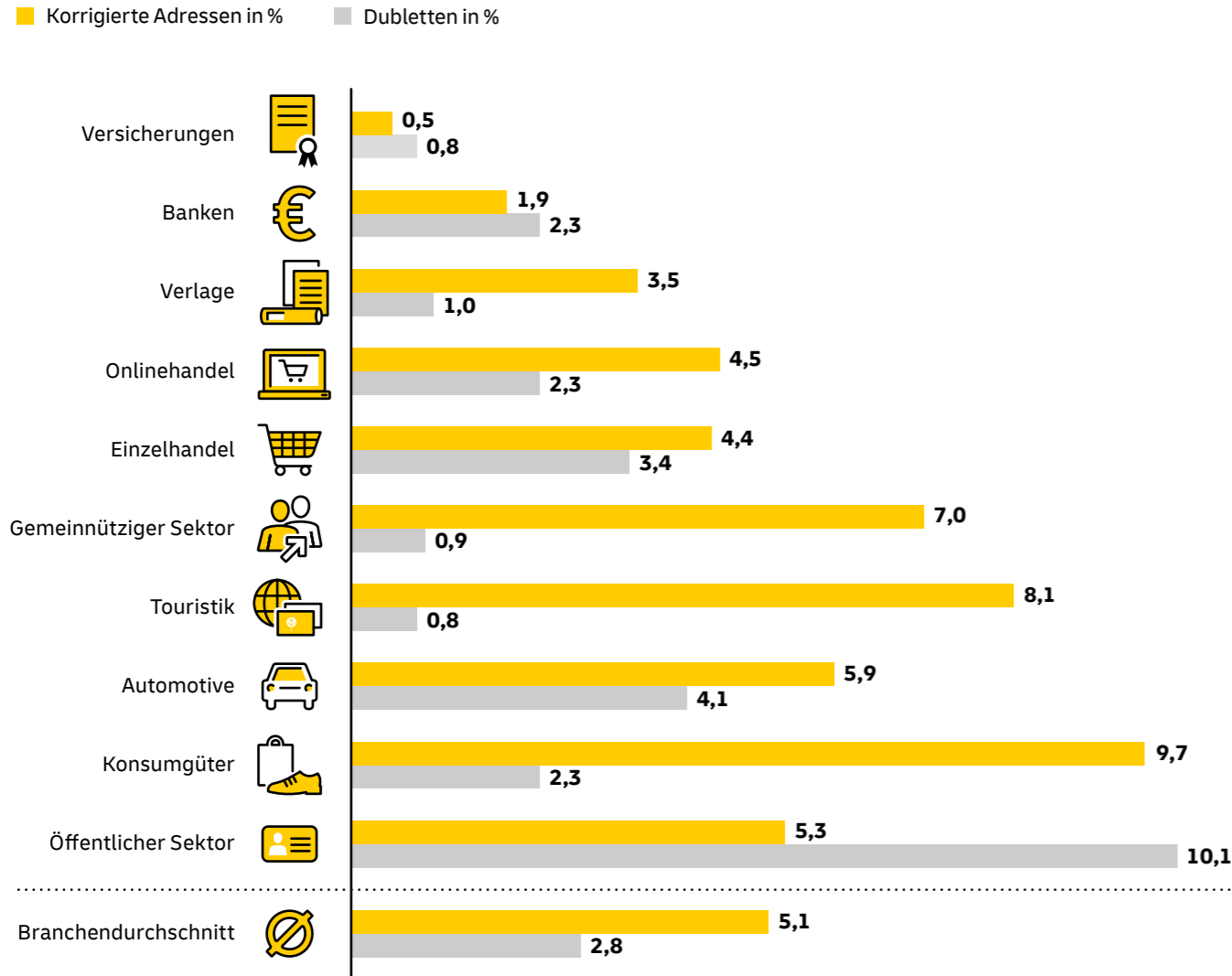
### Kundendatenqualität nach Branche

Anteile der verschiedenen Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken in %





## Anteil korrigierter Adressen und Dubletten

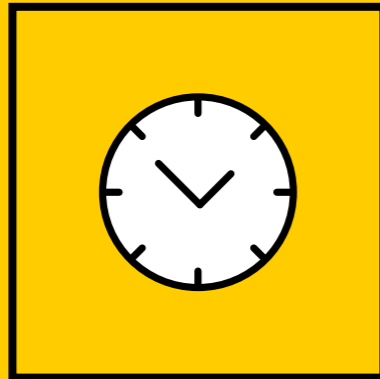


## Schreibfehler und Dubletten beeinflussen Adressqualität

Großen Einfluss auf die Adressqualität haben Schreib- und Tippfehler. Denn schon kleine Buchstaben- oder Zahlendreher können dafür sorgen, dass beispielsweise der Frachtleitcode beim Paketversand nicht richtig erzeugt wird und die Sendung dadurch ihren Empfänger nicht oder verzögert erreicht. Schleichen sich Schreibfehler in Vor- und Nachnamen ein, so fühlen sich Adressaten mitunter nicht wertgeschätzt. Negative Ausstrahlungseffekte auf das Unternehmensimage sind dann zu vermuten. Wie die Grafik zeigt, haben Versicherungen und Banken die wenigsten Tipp- und Schreibfehler im Adressbestand. Die meisten Adresskorrekturen fallen bei Touristik- und Konsumgüterunternehmen an.

Adressen, die mehrfach mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise in einer Datenbank zu finden sind, beeinflussen ebenfalls die Qualität und verursachen unnötige Druck- und Versandkosten. Im Durchschnitt enthält jede Datenbank 2,8 Prozent dieser sogenannten Dubletten. Dabei verschlechtern Dubletten vor allem im öffentlichen Sektor (10,1 Prozent) die Datenqualität. Wie bei den früheren Adress-Studien spielen sie bei Versicherungen (0,8 Prozent) und bei Touristikunternehmen (0,8 Prozent) kaum eine Rolle.

# Vergleich im Zeitablauf



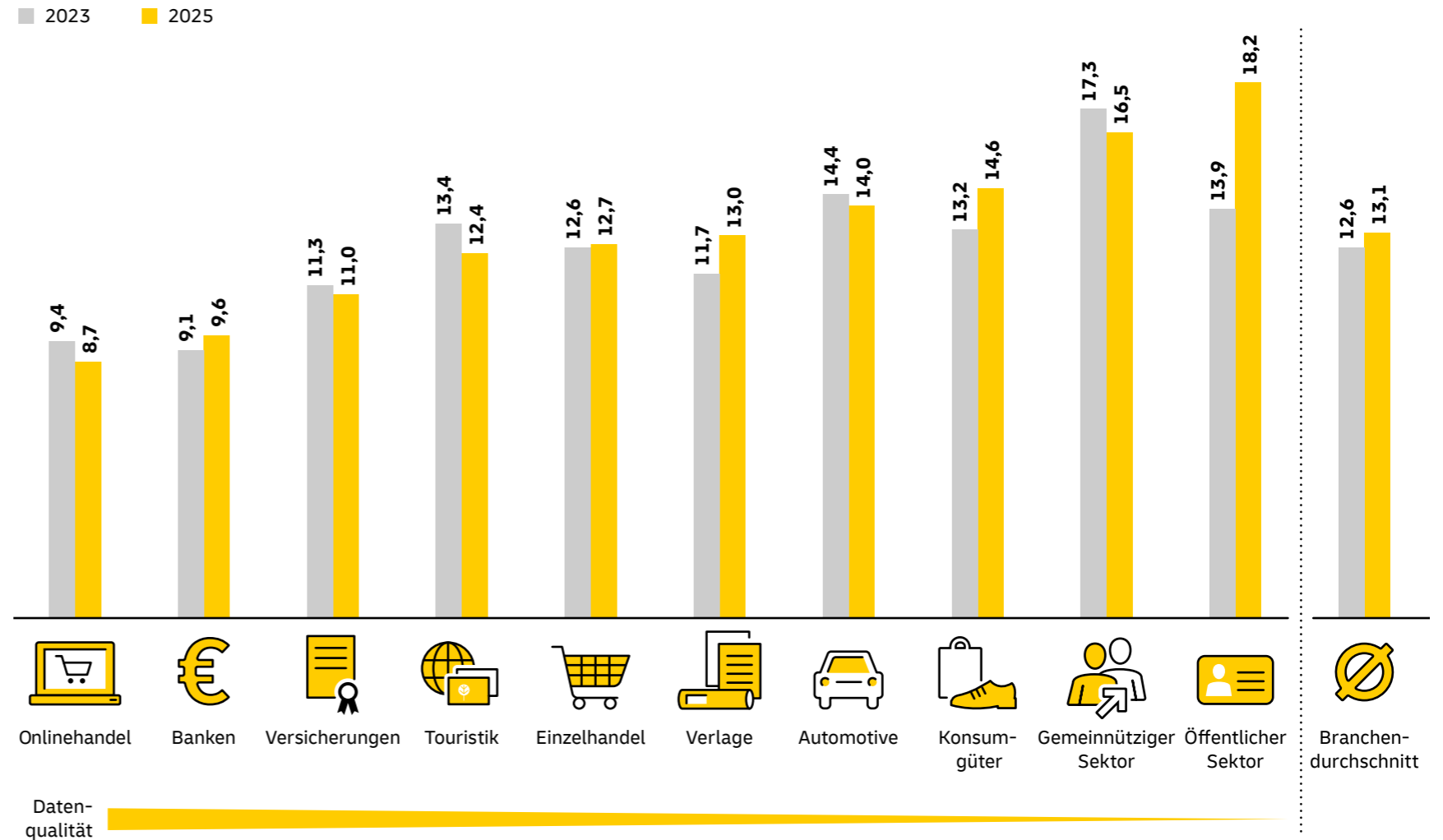
## Datenqualität leicht verschlechtert

Die Qualität von Kundenadressen wird seit 15 Jahren von Deutsche Post Direkt im Rahmen mehrerer Studien untersucht. War bis 2018 noch eine stetige Abnahme der Datenqualität zu beobachten, hat sich das Bild seit 2018 geändert, und die Datenqualität stieg auf zuletzt 87,4 Prozent zustellbare Adressen im Jahr 2023. In diesem Jahr ist dagegen eine leichte Verschlechterung (0,5 Prozentpunkte) festzustellen. Der Anteil unzustellbarer Kunden- und Interessentenadressen stieg von 12,6 Prozent auf 13,1 Prozent.

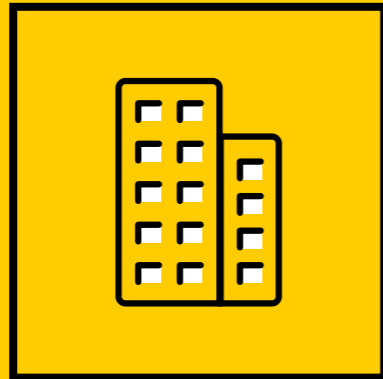
Reiseanbieter, Spendenorganisationen und der Onlinehandel steigerten deutlich die Qualität ihrer Kundendaten im Lauf der vergangenen beiden Jahre. So erzielten Reiseanbieter den höchsten Sprung und reduzierten den Anteil falscher und fehlerhafter Adressen von 13,4 auf 12,4 Prozent. Dagegen hat sich die Datenqualität im öffentlichen Sektor deutlich verschlechtert. Hier kletterte der Anteil unzustellbarer Adressen von 13,9 auf 18,2 Prozent.

### Entwicklung der Kundendatenqualität

Anteil unzustellbarer Kunden- und Interessentenanschriften in %



# Die Branchen



## 4.1 Onlinehandel

### 1. Platz



Keine Branche hat aktuellere Kundendaten als der Onlinehandel. Im Schnitt sind 91,3 Prozent der Adressen aktuell, richtig und damit zustellbar. Nur rund neun Prozent der Kundenadressen sind falsch oder veraltet. Hauptgrund dafür sind vor allem Kunden, die unter der gespeicherten Adresse nicht anzutreffen sind (4,2 Prozent). Zu drei Prozent aller Kundenadressen können im Onlinehandel

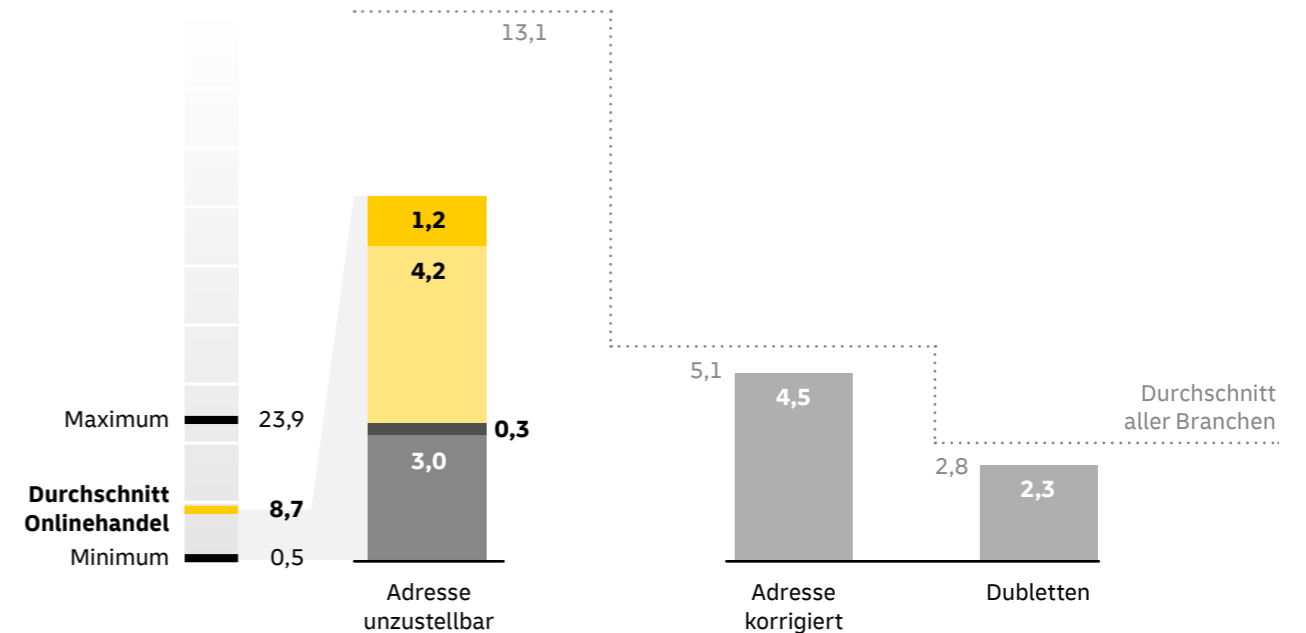
Umzugsadressen und damit die aktuelle Neuadresse ermittelt werden. Dieser Wert ist im Branchenvergleich sehr gering und deutet darauf hin, dass die meisten Kundenadressen aktuell und gepflegt sind. 1,2 Prozent der Adressen weisen Fehler bei Straßen, Postleitzahlen und Orten auf, die dazu führen würden, dass diese Sendungen die Empfänger nicht erreichen. Im Schnitt sind in den Kundendatenbanken des Onlinehandels 2,3 Prozent Dubletten, also mehrfache Adressen mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise, vorhanden.

Die Adressqualität im Onlinehandel ist im Zeitvergleich nahezu konstant. Im Jahr 2023 waren 90,6 Prozent der Kundenadressen zustellbar, nun sind es 91,3 Prozent. Mit diesem guten Wert klettert der Onlinehandel von Platz 2 im Jahr 2023 auf den obersten Podestplatz im Jahr 2025 und führt damit das Branchenranking an.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**0,7 Prozentpunkte verbessert**

## 4.2 Banken

### 2. Platz



Der Finanzsektor belegt mit insgesamt 90,4 Prozent zustellbaren Adressen Platz 2 im Branchenranking. Banken haben nur wenige postalisch falsche Adressen in ihrem Datenbestand (1,2 Prozent). 2,5 Prozent der Adressen sind auf Personen- oder Haushaltsebene unzustellbar, der Empfänger ist also nicht mehr unter der gespeicherten Adresse erreichbar. Es gibt kaum unbekannte Gebäude-

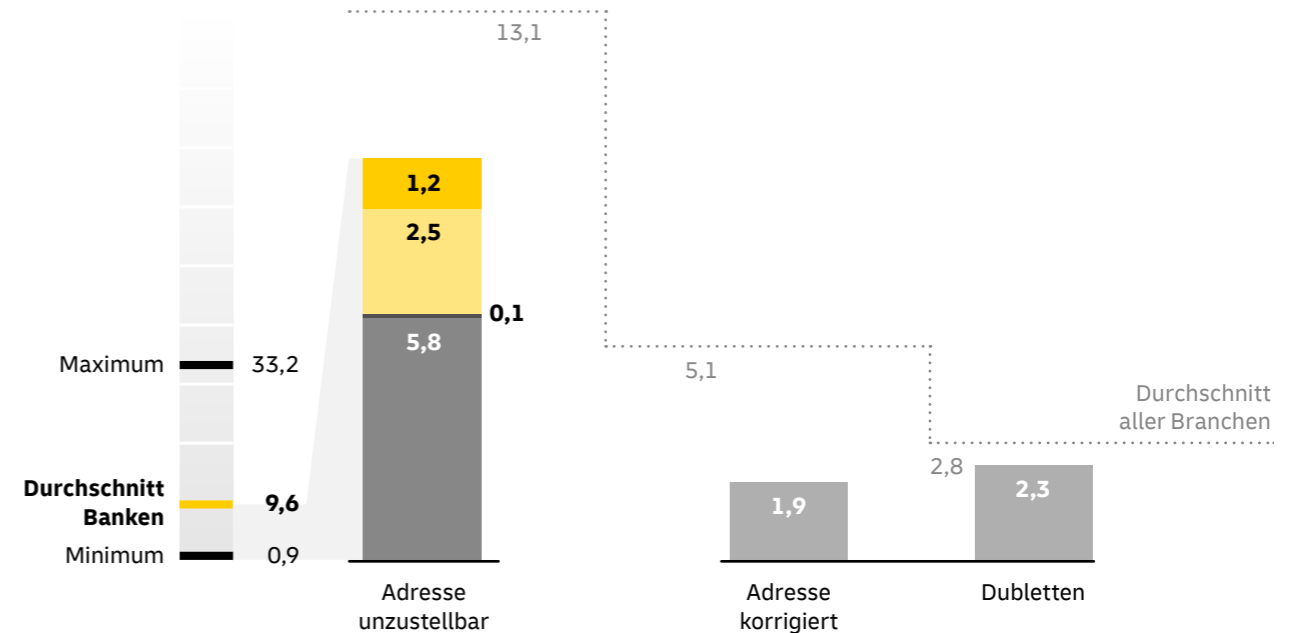
adressen (0,1 Prozent) und wenige Dubletten (2,3 Prozent). Zu knapp 6 Prozent der Kundenadressen kann eine aktuelle Umzugsadresse ermittelt werden, etwa weil die Kunden einen Auftrag zur Nachsendung von Post erteilt haben. Dieser Wert liegt über dem Branchendurchschnitt von 4,5 Prozent.

Im Vergleich zur Adress-Studie 2023 hat sich die Adressqualität nur leicht verschlechtert. Die Zahl zustellbarer Anschriften sank vom 90,9 auf 90,4 Prozent. Damit belegen Banken seit Studienbeginn im Jahr 2010 erneut einen der Top-Plätze.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**0,5 Prozentpunkte verschlechtert**

### 4.3 Versicherungen

#### 3. Platz



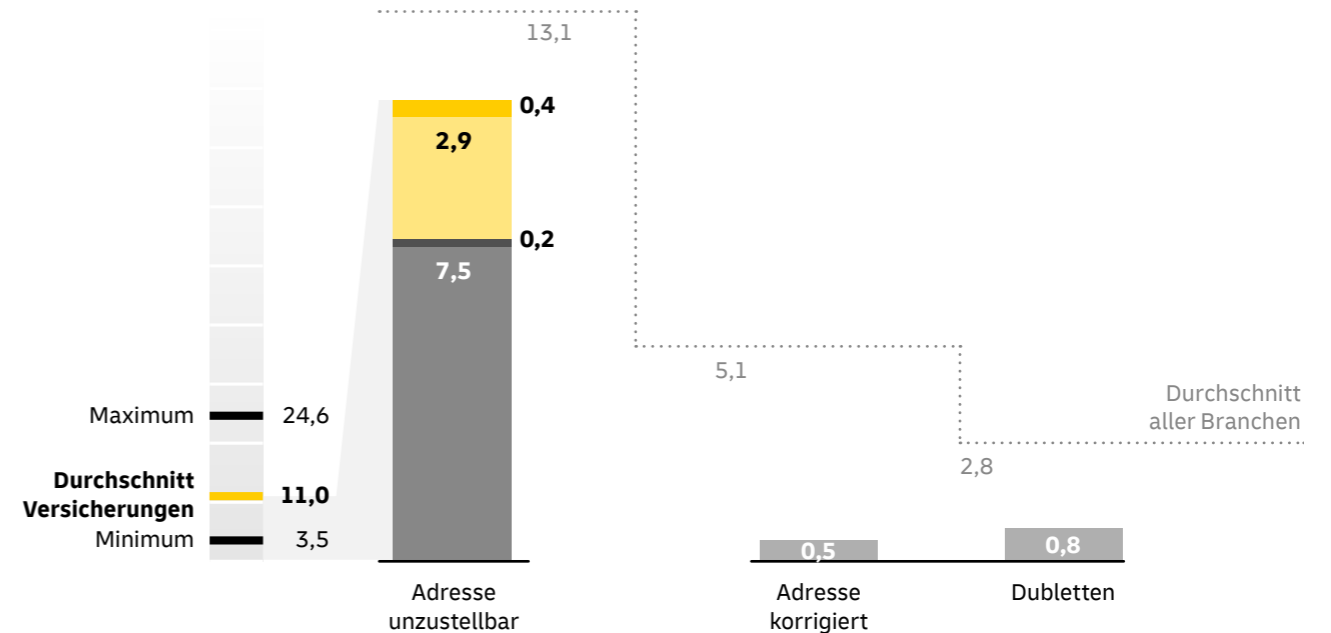
Die Bronzemedaille und damit den dritten Platz im Branchenranking gewinnen die Versicherungen. 89 Prozent aller Kundenadressen sind im Durchschnitt zustellbar. Es gibt sehr wenige postalisch unzustellbare Adressen (0,4 Prozent), wenige Dubletten (0,8 Prozent) und auch sehr wenige unbekannte Gebäude (0,2 Prozent). Allerdings bereiten der Assekuranz Versicherungsnehmer

Probleme, die unter der Empfängeradresse nicht mehr erreichbar sind (2,9 Prozent), weil sie verstorben oder ohne Adressmitteilung umgezogen sind. Zu weiteren 7,5 Prozent der geprüften Adressen lagen bekannte Umzugsinformationen vor. Ohne eine Aktualisierung wären diese Adressen ebenfalls unzustellbar.

#### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**0,3 Prozentpunkte verbessert**

## 4.4 Touristik

### 4. Platz



Touristikunternehmen haben mit 87,6 Prozent zustellbaren Adressen eine zufriedenstellende Datenqualität. Der Wert liegt über dem Branchendurchschnitt von 86,9 Prozent. Allerdings gibt es auch in einigen Bereichen Verbesserungspotenzial. Überdurchschnittlich viele Adressen (4,3 Prozent) haben postalische Fehler, die eine Postzustellung unmöglich machen.

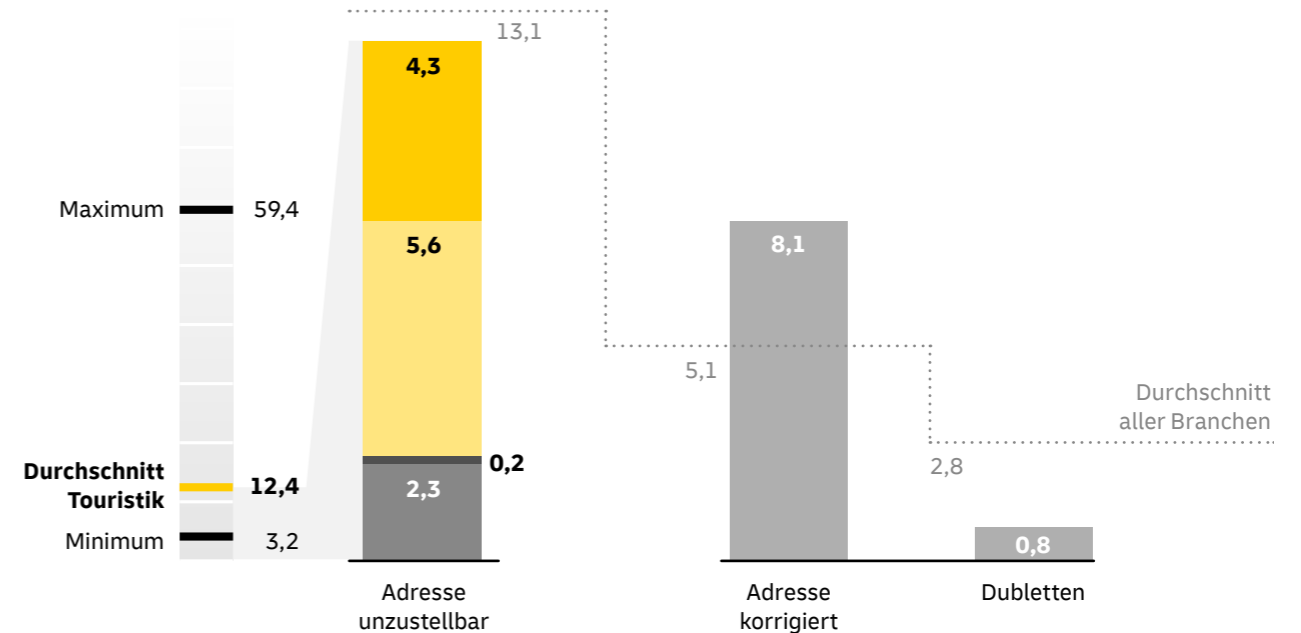
5,6 Prozent der Adressen sind auf Personen- oder Haushaltsebene unzustellbar, weil die Kunden verstorben oder ohne bekannte Adresse umgezogen sind. Auffällig sind zudem viele Schreib- und Tippfehler im Adressbestand (8,1 Prozent). Diese verhindern zwar in vielen Fällen nicht, dass die Post im Briefkasten landet, haben aber unter Umständen einen negativen Einfluss auf das Unternehmensimage, da sich die Adressierten nicht wertgeschätzt fühlen könnten.

Im Vergleich zu 2023 hat sich die Datenqualität von Reiseanbietern leicht verbessert. Die Quote aktueller und richtiger Adressen stieg von 86,6 auf 87,6 Prozent.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**1,0 Prozentpunkte verbessert**



## 4.5 Einzelhandel

### 5. Platz

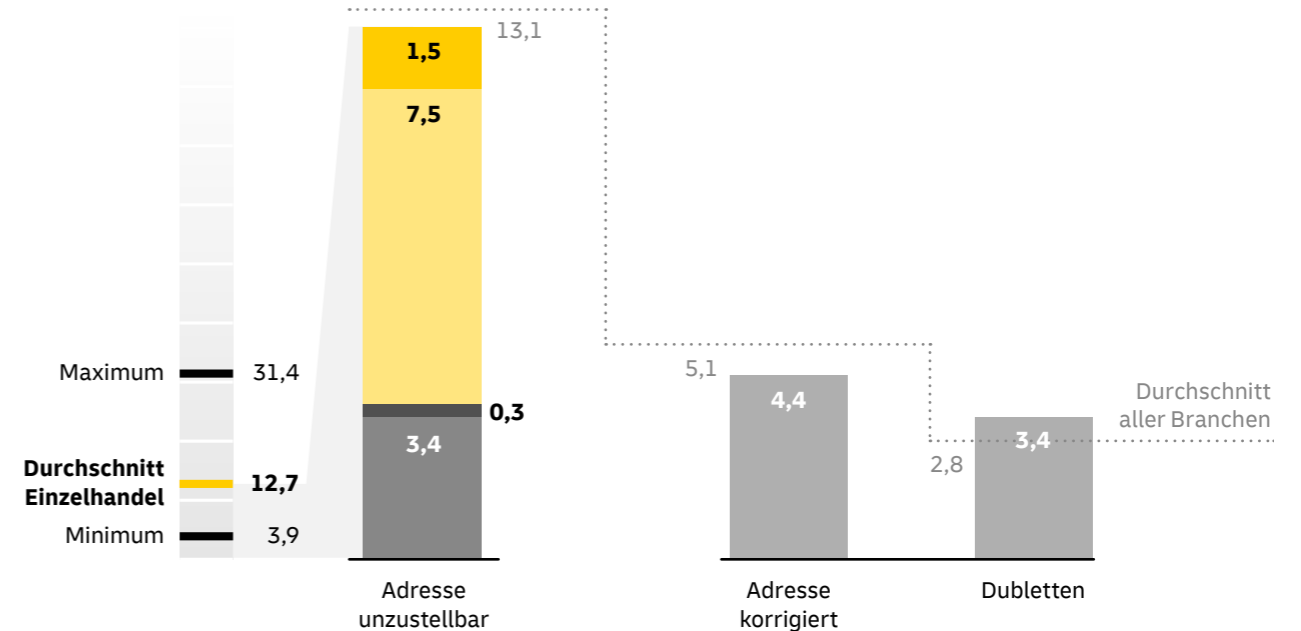


Die Kundendatenqualität im Einzelhandel ist im Laufe der vergangenen beiden Jahre konstant geblieben. 87,3 Prozent aller Kundenadressen sind aktuell und zustellbar (2023: 87,4 Prozent). Optimierungsbedarf gibt es vor allem in der Kategorie „Unzustellbar auf Personen- oder Haushaltsebene“: Bei 7,5 Prozent aller Adressen sind die Empfänger entweder verstorben oder unbekannt verzogen. Dieser Wert liegt über dem Durchschnittswert aller zehn Branchen von 6,0 Prozent. Zu 3,4 Prozent der Anschriften konnte eine aktuelle Umzugsadresse ermittelt werden. Der Einzelhandel hat viele Dubletten in seinen Adressdatenbanken: Insgesamt sind 3,4 Prozent der Adressen mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise gespeichert. 4,4 Prozent der Kundenanschriften weisen Schreib- oder Tippfehler auf.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**0,1 Prozentpunkte verschlechtert**

## 4.6 Verlage

### 6. Platz



Mit 87 Prozent zustellbaren Kundenadressen liegen die Verlage im Mittelfeld des Branchenrankings. Im Vergleich zu 2023 rutschen sie um zwei Plätze ab. Bei einem Blick in die Datenauswertung fällt auf, dass 7,4 Prozent der Verlagskunden nicht mehr unter ihrer angegebenen Anschrift anzutreffen sind. Zu 4,1 Prozent der Adressen kann eine aktuelle Umzugsadresse ermittelt werden.

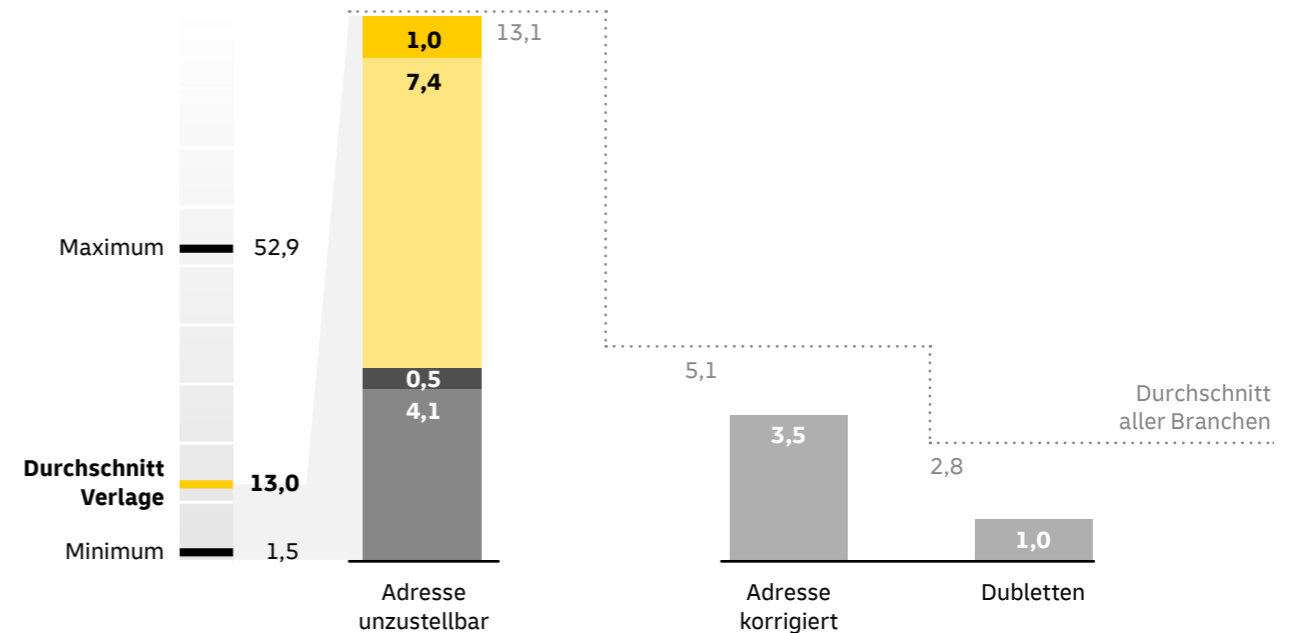
Dagegen gibt es kaum postalische Fehler (1,0 Prozent), unbekannte Gebäude (0,5 Prozent) oder Dubletten (1,0 Prozent). 3,5 Prozent der Adressen weisen geringfügige Tipp- oder Schreibfehler auf.

Während bei der Studie 2023 noch 88,3 Prozent der Kundenadressen aktuell und fehlerfrei waren, sinkt dieser Wert nun auf 87 Prozent.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**1,3 Prozentpunkte verschlechtert**

## 4.7 Automotive

### 7. Platz



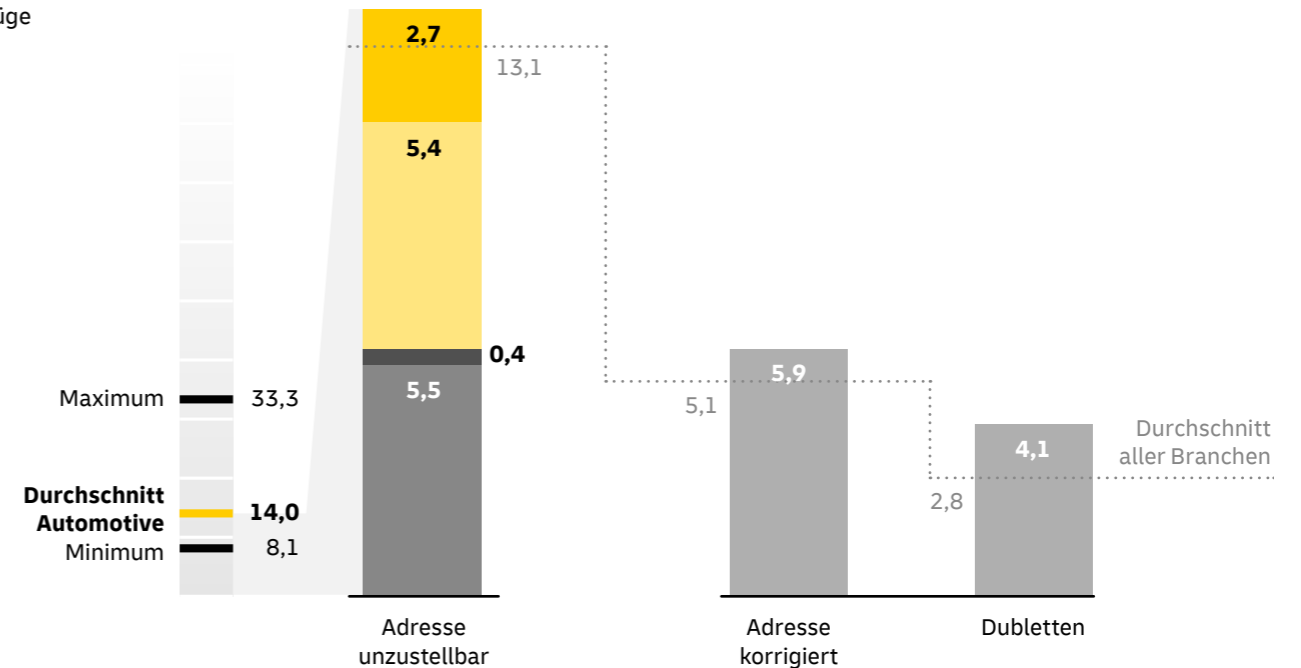
Im Vergleich zur Studie 2023 ist die Adressqualität in der Automotive-Branche nahezu konstant. 86 Prozent der Kundenadressen sind richtig, aktuell und zustellbar. Besonders große Probleme im Hinblick auf die Datenqualität bereiten den Unternehmen Personen, die nicht unter der gespeicherten Adresse anzutreffen sind (5,4 Prozent), weil sie verstorben oder ohne Bekanntgabe

der Neuadresse umgezogen sind. Zu 5,5 Prozent der Adressen konnten aktuelle Umzugsanschriften ermittelt werden. Ohne eine Aktualisierung wären diese Adressen ebenfalls unzustellbar. Auffällig ist, dass viele Adressen Schreibfehler enthalten (5,9 Prozent), die jedoch nicht zwangsläufig die Zustellung von Briefen oder Paketen verhindern. Im Vergleich zum Branchendurchschnitt (2,8 Prozent) haben Automobilhändler und -vermieter mehr Dubletten in ihren Kundendatenbanken (4,1 Prozent).

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**0,4 Prozentpunkte verbessert**

## 4.8 Konsumgüter

### 8. Platz



Mit 14,6 Prozent falschen und veralteten Adressen landen die Hersteller von Konsumgütern auf Platz acht im Branchenranking. Bei einem Blick in die Daten fällt auf, dass viele Adressen postalisch falsch sind. Mit 4,7 Prozent liegt dieser Wert über dem Branchendurchschnitt von 2,2 Prozent. Hinzu kommen unbekannte Gebäudeadressen (0,5 Prozent). Zudem weisen sehr viele Adressen Schreib-

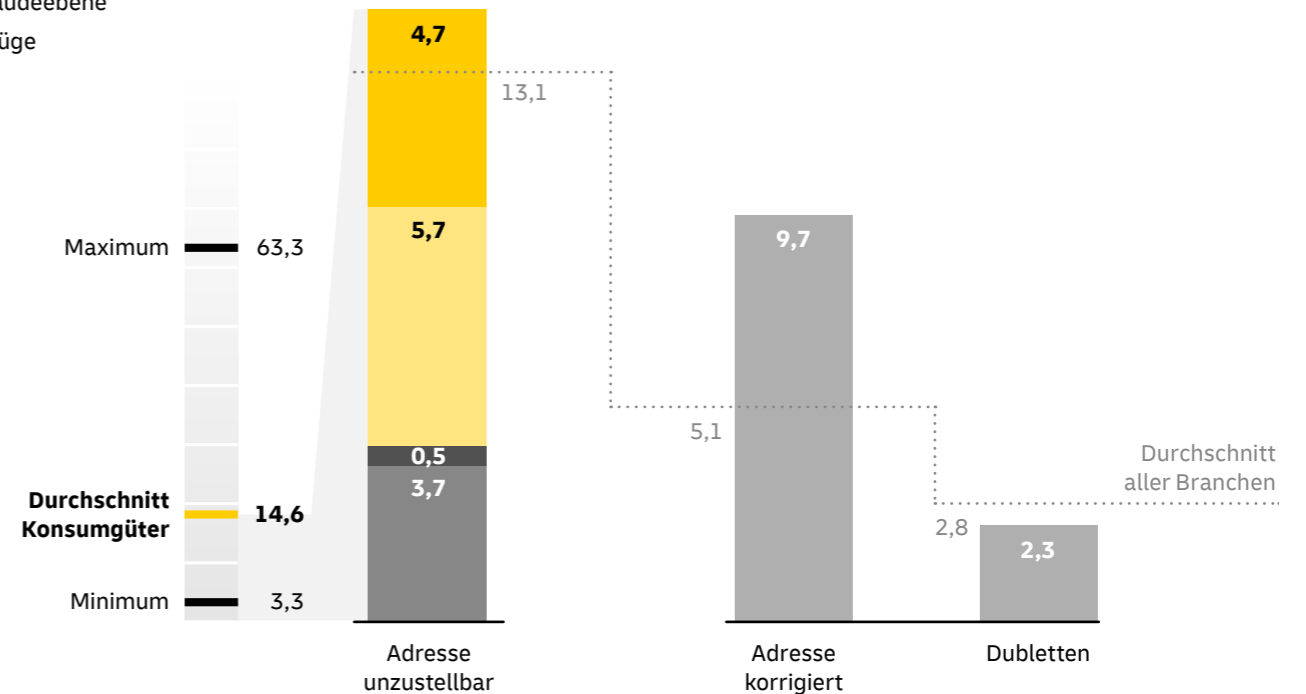
und Tippfehler auf. Mit 9,7 Prozent ist dies der höchste Wert aller Branchen. Möglicherweise gelangen die über Gewinnspiele oder Kundenkarten gewonnen Adressen aufgrund schlechter Lesbarkeit oder geringer Sorgfalt nicht korrekt in die Kundendatenbanken der Hersteller. Hier ist deutliches Optimierungspotenzial vorhanden. 4,7 Prozent der Adressen sind auf Personen- und Haushaltsebene nicht zustellbar, zu 3,7 Prozent der Adressen konnten Umzugsinformationen ermittelt werden.

Im Lauf der vergangenen beiden Jahre hat sich die Datenqualität leicht verschlechtert. Der Anteil zustellbarer Adressen sank von 86,8 auf 85,4 Prozent.

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %

- Postalisch unzustellbar
- Unzustellbar auf Personen- und Haushaltsebene
- Unzustellbar auf Gebäudeebene
- Umzüge



Gegenüber 2023 um  
**1,4 Prozentpunkte verschlechtert**

## 4.9 Gemeinnütziger Sektor

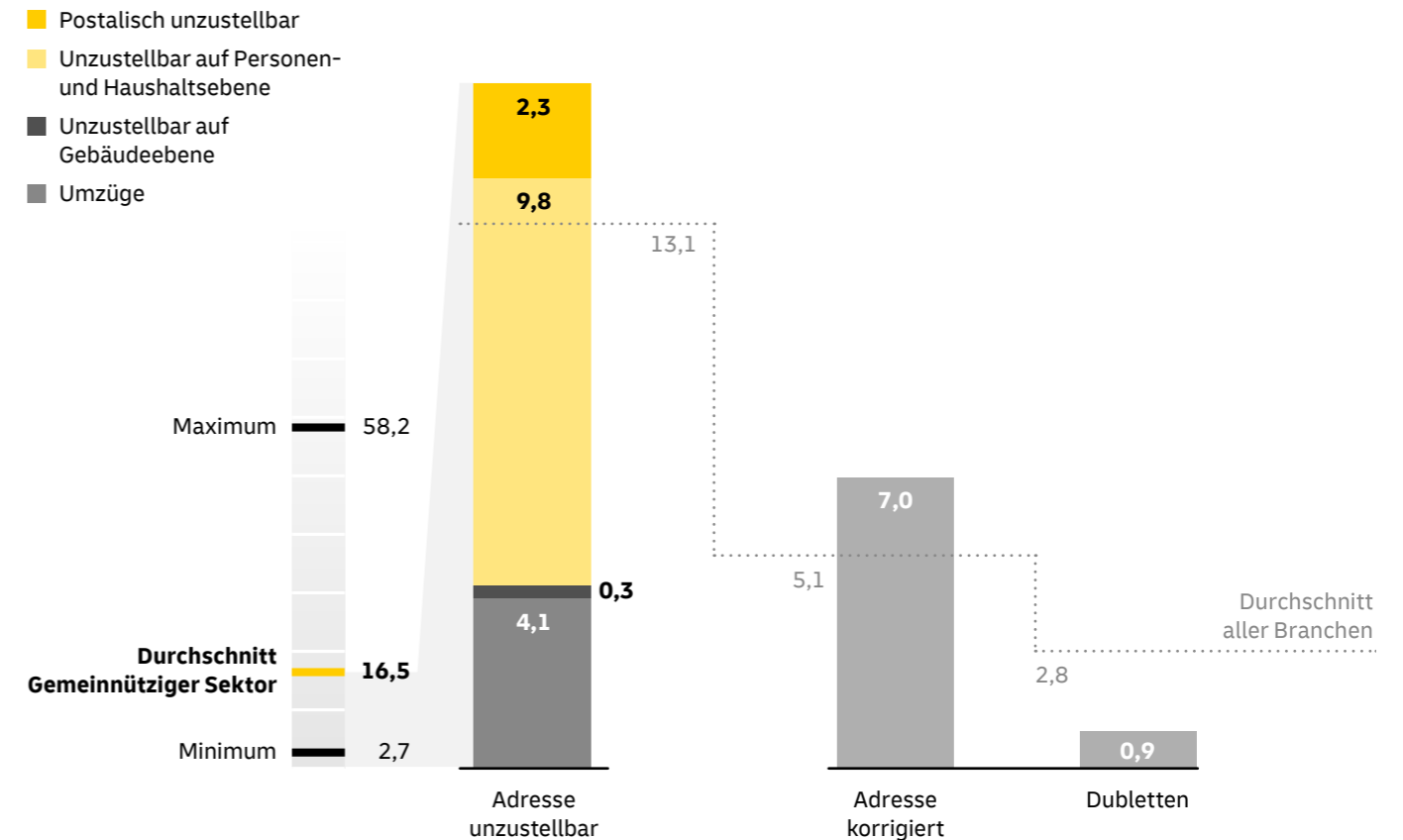
### 9. Platz



Die Adressqualität von Spendenorganisationen und anderen gemeinnützigen Unternehmen hat sich im Laufe der vergangenen beiden Jahre leicht gebessert, ist aber im Vergleich zu allen anderen Branchen eher schlecht. 16,5 Prozent der Adressen in den Kundendatenbanken sind falsch und veraltet. Sehr viele Adressen (9,8 Prozent) sind auf Personen- und Haushaltsebene nicht zustellbar, da die Adressaten entweder verstorben oder ohne Angabe einer neuen Adresse umgezogen sind. Dieser Wert liegt deutlich über dem Branchendurchschnitt von 6 Prozent und ist der höchste Wert in diese Kategorie. Dubletten sind dagegen weniger in den Datenbanken vorhanden. Hier liegt die Branche mit 0,9 Prozent klar unter dem Branchendurchschnitt von 2,8 Prozent. Zu 4,1 Prozent der Interessenten- und Kundenadressen kann eine neue Umzugsadresse ermittelt werden. Zudem enthalten die Datenbanken des gemeinnützigen Sektors viele Schreib- und Tippfehler (7,0 Prozent).

### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %



Gegenüber 2023 um  
**0,8 Prozentpunkte verbessert**

## 4.10 Öffentlicher Sektor

### 10. Platz

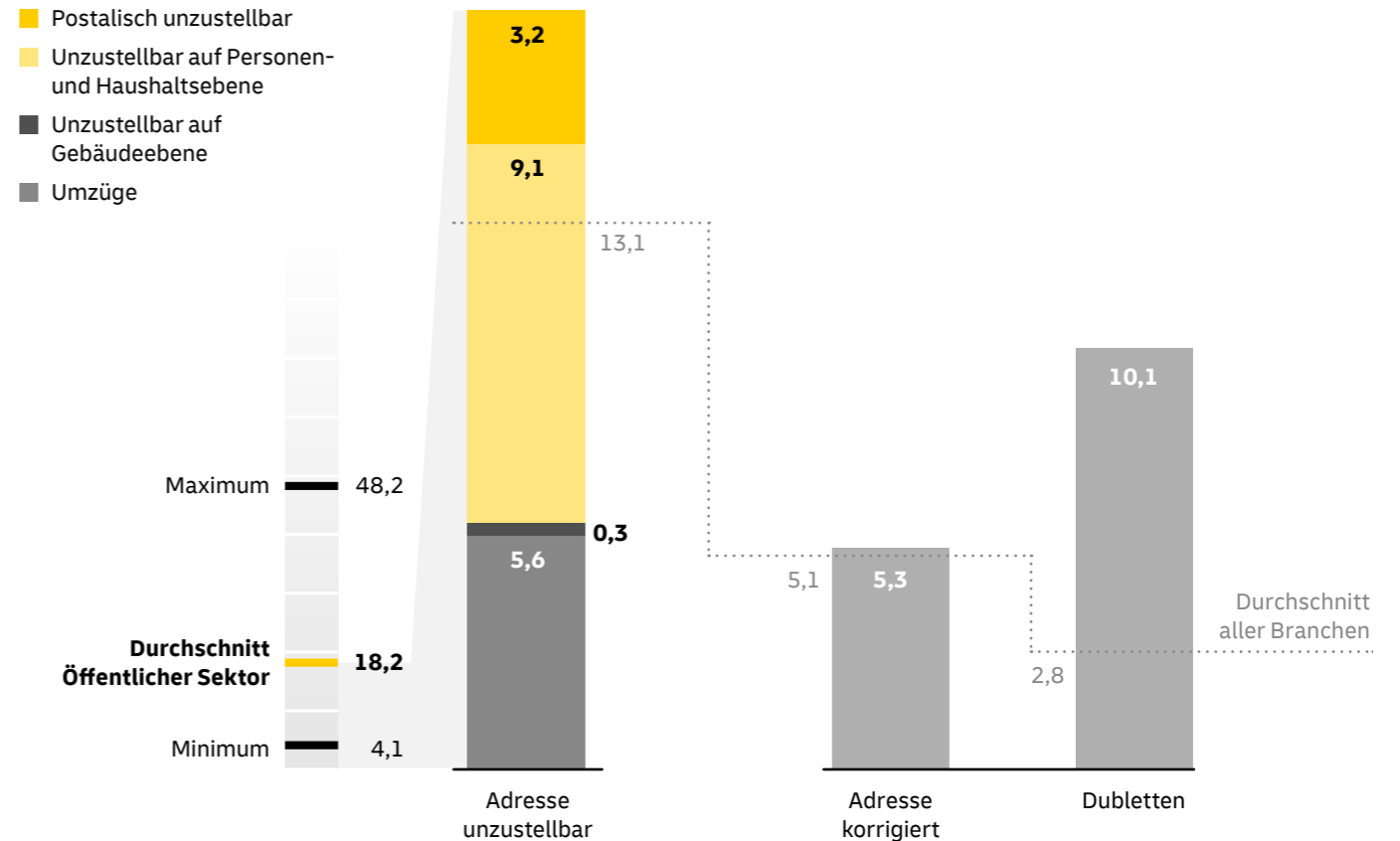


Schlusslicht im Branchenvergleich mit insgesamt 18,2 Prozent nicht zustellbaren Kundenadressen ist der öffentliche Sektor. Damit rutscht die Branche im Vergleich zur Studie 2023 vom achten auf den zehnten Platz. Hauptursache für die schlechte Datenqualität sind Personen, die umziehen, ohne ihre neue Anschrift mitzuteilen, sowie Verstorbene (9,1 Prozent). Zu 5,6 Prozent der Adressen

kann eine aktuelle Umzugsadresse ermittelt werden. Ohne einen Adress-Check wären diese Adressen für eine Brief- oder Paketsendung nicht mehr nutzbar. Auch postalische Fehler sind überdurchschnittlich häufig in den Datenbanken zu finden (3,2 Prozent). Ein besonderes Problem zeigt sich bei den Dubletten. 10,1 Prozent der Adressen sind mehrfach mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise gespeichert. Dieser Wert liegt deutlich über dem Branchendurchschnitt von 2,8 Prozent.

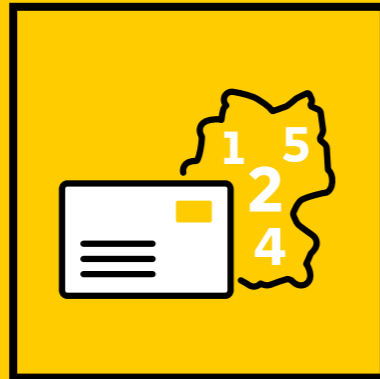
### Verteilung verschiedener Fehlerarten in den Kunden- und Interessentendatenbanken

in %



Gegenüber 2023 um  
**4,3 Prozentpunkte verschlechtert**

# Erfolgsfaktor Adressbereinigung



## Korrekte Adressen: Pflicht und Kür

Die Adress-Studie 2025 hat gezeigt, dass keine Interessenten- und Kundendatenbank zu 100 Prozent aktuell und fehlerfrei sein kann. Dafür ändern sich tagtäglich zu viele Adressen zum Beispiel durch neue Wohngebiete, Eingemeindungen, Umzüge, Sterbefälle und Namensänderungen. Jedoch gibt es in puncto aktuelle und richtige Kundenadressen deutliche Unterschiede zwischen den zehn untersuchten Branchen. So hat der Onlinehandel rund 91 Prozent richtige und aktuelle Adressen in seinen Datenbanken, der öffentliche Sektor dagegen nur rund 82 Prozent.

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) verpflichtet seit 2018 Unternehmen, ihre Kundendaten aktuell und richtig zu halten. So haben nach dem Grundsatz der Richtigkeit gemäß Art. 5 DSGVO Firmen selbst dafür zu sorgen, dass die personenbezogenen Daten, die sie verarbeiten, richtig sind.

Betriebe haben zudem ein großes eigenes Interesse, personenbezogene Kundendaten aktuell zu halten:

- Aktuelle und korrekte Adressen fördern eine schnelle Zustellung von Sendungen und erhöhen die Kundenzufriedenheit.
- Mit zustellbaren Adressen werden unnötige Kosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Postrückläufer vermieden.

- Erkannte Dubletten sparen unnötigen Ressourcenverbrauch, Emissionen und Kosten.
- Geprüfte und somit aktuelle Anschriften sichern eine dauerhafte Kundenbeziehung, Umsatz und Ertrag.
- Richtig geschriebene Namen und Adressen signalisieren die Wertschätzung des Kunden durch den Absender.

Aktuelle und richtige Adressdaten stellen Dienstleister wie beispielsweise Deutsche Post Direkt zur Verfügung. Das Tochterunternehmen der Deutschen Post ist auf Adress- und Datenmanagement spezialisiert. Dabei bildet die Postreferenz-Datenbank den Qualitätsgarant bei der Adressaktualisierung. Die Datenbank umfasst rund 220 Millionen Privatadressen, davon mehr als 77 Millionen aktive Empfänger. Die Datenbank enthält ebenfalls inaktive Adressen. Sie entstehen, wenn eine Adresse unzustellbar wird, z. B. bei Umzug oder Namensänderungen, und sind wichtig, um beispielsweise auf Basis der alten Adresse eine Umzugsadresse ermitteln zu können. Zur Adresspflege wird u. a. die Anschriftenprüfung der Deutschen Post genutzt. Hierbei prüfen und bestätigen Zustellerinnen und Zusteller täglich, ob Adressen richtig geschrieben und zustellbar sind. Die Korrekturen fließen direkt in die Postreferenz-Datenbank ein. Zudem werden täglich tausende Umzugsmeldungen, Verstorbenen-Informationen sowie Änderungen von Postleitdaten berücksichtigt.

## Schneller und kostenfreier Adress-Check

Um die Qualität eigener Kundendaten unverbindlich zu testen, bietet Deutsche Post Direkt einen Gratis-Check an. Er liefert innerhalb kurzer Zeit eine Übersicht über Adressfehler sowie die Kosten, die für eine Aktualisierung anfallen würden.

Gratis und unverbindlich. Hier geht's direkt zur Adressprüfung:

- [www.addressfactory.de](http://www.addressfactory.de) 

Mehr Informationen auch unter:

- [www.postdirekt.de](http://www.postdirekt.de) 



# Methodensteckbrief



## Studiendesign

Die in der vorliegenden Studie analysierten Daten stammen aus einer Zufallsstichprobe der im Jahr 2024 von Deutsche Post Direkt bearbeiteten Adressbereinigungsprojekte.

Dabei wurden pro Branche 20 Ergebnisstatistiken durchgeführter Adressdatenbank-Bereinigungen anonymisiert und analysiert. Die Untersuchung wurde auf Basis der Postreferenz-Datenbank von Deutsche Post Direkt durchgeführt. Für jede Branche wurde ermittelt:

- Wie viele postalisch nicht korrigierbare Interessenten- und Kundenadressen in der Datenbank enthalten sind. Diese Adressen können aufgrund gravierender Mängel in der Schreibweise, Mehrdeutigkeiten in der postalischen Anschrift oder einer ausländischen Empfängeranschrift maschinell nicht korrigiert werden.
- Wie viele unzustellbare Adressen auf Personen- oder Haushaltsebene in der Datenbank vorhanden sind. Diese liegen dann vor, wenn die Anschrift nicht mehr aktuell ist und keine Umzugsinformation existiert oder wenn eine Person verstorben ist.
- Wie viele unzustellbare Gebäude enthalten sind. Ein Gebäude wird als unzustellbar bezeichnet, wenn in der Postreferenz-Datenbank der Deutschen Post Direkt kein Eintrag zum Gebäude vorhanden ist.

- Wie viele Umzugsadressen bekannt sind. Zu diesen Adressen liegen Nachsendeaufträge oder Umzugsinformationen vor.
- Wie viele Interessenten- und Kundenadressen korrigiert wurden. Bei diesen Adressen wurden Korrekturen bei den Adressbestandteilen Vorname, Nachname, Straße, Hausnummer, Postleitzahl und/oder Ort vorgenommen.
- Wie viele Dubletten vorhanden sind. Dubletten liegen dann vor, wenn eine Adresse mehrfach mit gleicher oder ähnlicher Schreibweise gespeichert wurde.

Die durchgeführte Analyse erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Jedoch zeigt sie sehr klar, welche Unterschiede zwischen verschiedenen Branchen in Bezug auf die Aktualität und die Richtigkeit von Adressdaten existieren.

## Einteilung der Branchen

Welche Branchen wurden in der Studie näher betrachtet? Hier erhalten Sie Erläuterungen zu den untersuchten Branchen.

**Automotive** – Automobilindustrie, Automobilzulieferindustrie, Automobilhandel, Reparatur, Zubehörverkauf und Vermietung

**Banken** – Universalbanken, Genossenschaftsbanken, Privatbanken, Spezialbanken wie beispielsweise Bausparkassen

**Einzelhandel** – Klassischer Einzelhandel, Apotheken, Drogerien, Parfümerien, Optiker, Lebensmittelhändler und Non-Food-Fachmärkte

**Gemeinnütziger Sektor** – Spendenorganisationen, Hochschulen, Krankenhäuser, mobile soziale Dienste, Einrichtungen mit Sport-, Kultur- und Unterhaltungsangeboten, Gewerkschaften, Kirchen, Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Wohlfahrtsorganisationen, Organisationen der Heilberufe

**Konsumgüter** – Hersteller von Ge- und Verbrauchsgütern

**Onlinehandel** – Versandhandelsunternehmen des Business-to-Consumer-Sektors

**Öffentlicher Sektor** – Öffentliche Verwaltung, Arbeitsverwaltung, Stadtwerke, Finanzverwaltung, Gerichte und Justiz

**Touristik** – Reiseveranstalter, Reisemittler, Fremdenverkehrsorte, Tourismusvereine und -organisationen, Transport- und Beherbergungsbetriebe

**Verlage** – Verlage für Bücher, Fachzeitschriften, Musik, Publikumszeitschriften und Zeitungen

**Versicherungen** – Gesetzliche und private Krankenversicherungen, Kompositversicherungen, Lebensversicherungen und Sozialversicherungen

**Deutsche Post Direkt**  
**[www.postdirekt.de](http://www.postdirekt.de)**

Alle in diesem Dokument verwendeten Texte, Fotos, Daten und grafischen Gestaltungen sind urheber- oder datenbankrechtlich geschützt. Die Verwendung dieser Inhalte bedarf der vorherigen Zustimmung des jeweiligen Rechteinhabers.

Stand: April 2025