

Pressemitteilung

Adressqualität deutscher Unternehmen hat sich leicht gebessert

- **14,7 Prozent fehlerhafte Kundendaten: Anteil ist im Vergleich zu 2018 um 1,7 Prozentpunkte gesunken**
- **Adress-Studie 2021 der Deutschen Post Direkt vergleicht die Adressqualität von 200 Unternehmen in zehn Branchen**
- **Versicherungen haben die beste Adressqualität, Touristik ist das Schlusslicht**

Bonn, 23. Juni 2021: Kundendaten und insbesondere Adressen sind der Treibstoff im Marketing. Aber immer noch ist jede siebte Adresse in den Kundendatenbanken deutscher Unternehmen falsch. So lautet das Resümee der aktuellen Adress-Studie 2021 der Deutschen Post Direkt. Ein Lichtblick bei den Ergebnissen: Die Datenqualität hat sich im Laufe der vergangenen drei Jahre wieder leicht gebessert. Der Anteil fehlerhafter Kundendaten sank von 16,4 auf 14,7 Prozent, wie die Untersuchung zeigt. Die auf Adress- und Datenmanagement spezialisierte Tochtergesellschaft der Deutschen Post hat für die Studie eine Stichprobe der in 2020 durchgeführten Adressbereinigungs-Projekte untersucht. Dafür wurden Ergebnisstatistiken von 200 Unternehmen in zehn Branchen anonymisiert und ausgewertet.

Gepflegte Kundendaten sind unverzichtbar für das Dialogmarketing

Das Ziel der Studie besteht darin, zu untersuchen, warum Post nicht an Kunden zugestellt werden kann. Die Hauptursache mit einem Anteil von 8 Prozent liegt darin, dass eine Person ohne Bekanntgabe ihrer neuen Anschrift umgezogen oder die Person verstorben ist. 2,8 Prozent der Adressen sind zwar bei den Unternehmen nicht aktuell und wären eigentlich unzustellbar. Aber zu diesen Adressen liegen bei Deutsche Post Direkt Nachsendeaufträge oder andere Umzugs-Informationen vor. Das heißt, durch eine Adressbereinigung kann diese Ursache für Unzustellbarkeit beseitigt werden. Das gilt auch für Rechtschreibfehler. Die führen zwar nicht direkt dazu, dass ein Brief nicht zugestellt werden kann. Aber sie werfen ein schlechtes Licht auf den Absender und haben einen negativen Einfluss auf das Image. Bei durchschnittlich 6,5 Prozent der Adressen mussten Schreibfehler korrigiert werden: besonders viele in den Bereichen Touristik (10,7 Prozent) und im Einzelhandel (10,1 Prozent), besonders wenige bei Versicherungen (3,0 Prozent) und Verlagen (4,3 Prozent).

„Angesichts von knapp 15 Prozent falschen und veralteten Daten gibt es noch viel zu tun. Denn gepflegte Kundenadressen sind auch für das Dialogmarketing unverzichtbar und Voraussetzung dafür, dass Geschäftspost und Pakete zugestellt werden können“, sagt Petra Weber, Geschäftsführerin der Deutschen Post Direkt. „Die Studienergebnisse ermöglichen es Unternehmen, den Zustand der eigenen Kundendatenbank ins Verhältnis zu ihrer Branche wie auch zur Gesamtwirtschaft zu setzen. Dazu

Pressemitteilung

können sie den kostenfreien Adress-Check der Deutschen Post Direkt nutzen und gratis die Adressqualität testen lassen.“

Verlage und der öffentliche Sektor haben die Adressqualität deutlich verbessert

Die Studie zeigt deutliche Unterschiede zwischen den zehn untersuchten Branchen. So haben Versicherungen als Gewinner des Adressqualitäts-Vergleichs annähernd 89 Prozent aktuelle und richtige Interessenten- und Kundendaten, nur 11,4 Prozent waren unzustellbar. Sie lösen auf Platz 1 die Banken ab. Deren Adressqualität hat sich im Vergleich zu 2018, als die Deutsche Post Direkt ihre letzte Adress-Studie durchführte, verschlechtert: von 7 Prozent unzustellbarer Adressen auf 13 Prozent – Platz 5. Deutlich verbessert haben sich dagegen Verlage und Versandhandel: 2018 zeigten sich hier noch eklatante Probleme bei der Adressqualität. 2021 stehen sie mit 12 Prozent (Verlage) bzw. 12,3 Prozent (Versandhandel) auf den Plätzen zwei und drei. Auch im öffentlichen Sektor hat sich die Adressqualität verbessert: Lag 2018 der Anteil unzustellbarer Adressen noch bei 26,7 Prozent, liegt er 2021 bei 14,9 Prozent. Bei Unternehmen des Touristik-Sektors dagegen sind 21 Prozent der Adressen nicht zustellbar. Sie landen wie 2018 am Schluss des Branchenvergleichs.

Ein Blick in die Statistik zeigt, dass Adressen permanenten Änderungen unterliegen. 2020 änderten sich in Deutschland 100 Ortsnamen und rund 9.000 Straßen wurden neu angelegt, aufgeteilt oder umbenannt. Zudem veralteten Adressen durch etwa 14 Millionen Umzüge, 990.000 Todesfälle sowie 370.000 Hochzeiten und 150.000 Scheidungen und die damit verbundenen Namensänderungen.

Die Studie kann unter postdirekt.de/studien heruntergeladen werden.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: dpdhl.de/presse

Pressemitteilung

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt. Mit der starken Marke Deutsche Post und rund 155.000 Mitarbeiter*innen, die höchsten Servicestandards und nachhaltigem Handeln verpflichtet sind, ist das Unternehmen „Die Post für Deutschland“. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post verbindet Gegenwart und Zukunft der Post- und Kommunikationsdienstleistungen: von der Brief- und Paketzustellung über die sichere elektronische Kommunikation bis zum Dialogmarketing für Privat- und Geschäftskunden. Dabei ist das Unternehmen ein Vorreiter für neue Technologien, wie den CO₂-neutralen Versand und Logistiklösungen für den Online-Handel.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.