

Pressemitteilung

Deutsche Post Direkt Adress-Studie 2025:

Adressqualität deutscher Unternehmen weiter verschlechtert

- **13 Prozent aller Kundenadressen sind fehlerhaft**
- **Onlinehandel verfügt über die beste Adressqualität, öffentlicher Sektor ist Schlusslicht von zehn untersuchten Branchen**
- **Jedes Jahr ändern sich Millionen Adressdaten durch Umzüge, Todesfälle, Hochzeiten und Scheidungen sowie neue Orts- und Straßennamen**
- **Deutsche Post Direkt Geschäftsführerin Petra Weber: „Korrekte Adressbestände senken Kosten und CO2-Emissionen“**

Bonn, 7. April 2025: Die Qualität der Kundenadressen in deutschen Unternehmen hat sich in den vergangenen zwei Jahren weiter verschlechtert. Der Anteil fehlerhafter Kundenanschriften stieg von 12,6 auf 13,2 Prozent. Damit ist jede achte Adresse in den Kundendatenbanken der deutschen Wirtschaft falsch – trotz künstlicher Intelligenz und zahlreicher digitaler Tools zur Automatisierung im Bereich des Adressmanagements. Das geht aus der aktuellen Adress-Studie 2025 der Deutschen Post Direkt hervor. Die auf Adress- und Datenmanagement spezialisierte Tochtergesellschaft der Deutschen Post hat für die Studie eine Stichprobe der im Jahr 2024 im Kundenauftrag durchgeführten Adressbereinigungen untersucht. Dafür wurden rund 120 Millionen Kundenadressen von 200 Unternehmen aus zehn Branchen anonymisiert und ausgewertet.

Die Studie untersucht die Gründe, warum Post nicht an Kunden zugestellt werden kann. An erster Stelle stehen Umzüge und Todesfälle (5,9 Prozent). Weitere 4,5 Prozent der Adressen sind zwar bei den Unternehmen nicht aktuell, aber zu diesen Adressen gibt es Umzugs-Informationen. Das heißt, mit Hilfe der Adressbereinigung kommen Briefe und Pakete bei der richtigen Person an ihrer neuen Adresse an.

Gravierende Fehler bei Straßen- und Ortsnamen sowie nicht korrekte Postleitzahlen verhindern bei 2,2 Prozent der Adressen die Zustellung. Hinzu kommen falsche Hausnummern (0,7 Prozent). Auch Dubletten, also doppelte oder mehrfach gleiche Adressen, sind keine Seltenheit in den Datenbanken (2,8 Prozent). Sie erzeugen unnötige Druck- und Versandkosten und damit zusätzliche CO2-Emissionen. Hinzu kommen falsch geschriebene Adressen (5,3 Prozent), die zwar den Empfänger erreichen, deren Fehlerhaftigkeit sich aber möglicherweise negativ auf das Image des versendenden Unternehmens auswirkt.

Seite 1 von 3

Pressemitteilung

Gepflegte Kundendaten sind unverzichtbar für viele Geschäftsprozesse

„Die frühzeitige Adressprüfung erkennt veraltete und falsche Kundenadressen, vermeidet Postrückläufer und trägt damit zu Kostensenkung und weniger CO2 Emissionen bei“, sagt Petra Weber, Geschäftsführerin der Deutschen Post Direkt GmbH. „Die Studienergebnisse zeigen, dass sehr viele Unternehmen noch Optimierungspotenzial bei der Pflege ihrer Kundendaten haben. Wer mit seinen Kunden dauerhaft im Dialog bleiben will, sollte bei der Adressaktualisierung beginnen.“

Onlinehandel vorn, öffentlicher Sektor auf dem letzten Platz

Die in der Studie untersuchten zehn Branchen schneiden in Sachen Datenqualität sehr unterschiedlich ab. So punktet der Onlinehandel mit 91,3 Prozent aktuellen und zustellbaren Adressen. Bei der zweitplatzierten Branche, den Banken, sind 90,4 Prozent der Kundenadressen aktuell. Mit nur 81,8 Prozent aktuellen und zustellbaren Adressen landet der öffentliche Sektor auf dem letzten Platz im Branchenvergleich. Hier hat sich die Datenqualität im Laufe der vergangenen beiden Jahre noch einmal verschlechtert und der Anteil unzustellbarer Adressen kletterte von 13,9 auf 18,2 Prozent.

Jährlich ändern sich Millionen Adressdaten

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 CO2-Emissionen beim Versand von Post- und Paketsendungen, sie festigen den Kundenkontakt und steigern die Kundenzufriedenheit. Jedoch ändern sich jährlich Millionen Adressdaten. So zeigt ein Blick in die Statistik, dass 2024 in Deutschland 350 Ortsnamen und 5.700 Straßennamen neu angelegt, aufgeteilt oder umbenannt wurden. Zudem verändern sich Adressen durch jährlich rund acht Millionen Umzüge, eine Million Todesfälle, 360.000 Hochzeiten und 130.000 Scheidungen.

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

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt

DHL Group
Media Relations

Pressemitteilung

Alexander Edenhofer
Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse
Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen.

Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der DHL Group mit rund 187.000 Mitarbeiter:innen. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Sein umfangreiches Angebot an Dienstleistungen und Produkten vertreibt Post & Paket Deutschland unter den beiden starken Marken Deutsche Post und DHL.

Mit seinen beiden Marken **Deutsche Post** und **DHL ist** Post & Paket Deutschland der größte Postdienstleister Europas, Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt, Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden sowie Betreiber des größten Paketautomaten-Netztes (Packstationen und Poststationen) in Deutschland. In seiner Branche ist Post & Paket Deutschland Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit.

DHL Group erzielte als Konzern 2024 einen Umsatz von rund 84,2 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.