

# Keine Direktwerbung an Verstorbene – Daten zur Bereinigung von Kundenadressen.

Viele der jährlich rund 850.000 Sterbefälle in Deutschland werden nicht in den Kundendatenbanken von Unternehmen registriert. Daher erhalten Angehörige häufig noch Jahre später Werbebriefe, die an die Verstorbenen adressiert sind. Mit dem Ziel, die Anzahl dieser unerwünschten Werbesendungen deutlich zu verringern, hat Deutsche Post Direkt eine Kooperation mit der SCHUFA Holding AG sowie weiteren Datenpartnern geschlossen. Die SCHUFA erhält Verstorbene-Anschriften von ihren rund 9.500 Vertragspartnern wie Großbanken, Privat- und Regionalbanken mit Retailgeschäft. Dadurch verfügt Deutsche Post Direkt über eine einzigartige Datenbasis. Auf dieser Grundlage werden die Privatkundendaten werbungstreibender Unternehmen vor dem Versand von Werbepost aktualisiert. Das Resultat: Hinterbliebene erhalten deutlich weniger unerwünschte Werbesendungen. Werbungstreibende Unternehmen erhöhen ihr Ansehen und ihre Glaubwürdigkeit bei ihren Kunden und vermeiden zudem Kosten für Werbemittelproduktion, Versand und Retouren.

Mit Deutsche Post Direkt profitieren Sie von postgeprüften Kundendaten. Qualitätsgarant ist die Postreferenz-Datenbank mit rund 220 Millionen aktuellen und ehemaligen Privatadressen – in Deutschland einzigartig hinsichtlich Größe, Vollständigkeit und Aktualität. Zur Adresspflege wird unter anderem die Anschriftenprüfung der Deutschen Post genutzt. Hierbei prüfen und bestätigen die Zusteller kontinuierlich, ob Adressen richtig geschrieben und zustellbar sind. Zudem werden täglich tausende Umzugsmeldungen, Verstorbene-Informationen und Änderungen von Postleitzahlen berücksichtigt, die direkt in die Postreferenz-Datenbank einfließen.

