



# Hochwertige und datenschutzkonforme Adresslösungen.

## 1. Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) im Überblick

---

Das Bundesdatenschutzgesetz bezieht sich auf die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung **personenbezogener Daten**. Mit dem Inkrafttreten der BDSG-Novelle am 1. September 2009 wurde die zuvor geltende Widerspruchslösung aufgehoben. Stattdessen ist grundsätzlich eine Einwilligung des Betroffenen erforderlich, wenn dessen Daten zu Werbezwecken verwendet werden.

Es gibt **7 Ausnahmen vom Einwilligungsvorbehalt**:

### 1. Bestandskundenwerbung

Eigene Angebote dürfen gegenüber Privat- und Geschäftskunden<sup>1</sup> beworben werden, sofern die Daten bei dem Betroffenen erhoben wurden. Werden die Daten bei der betroffenen Person selbst erhoben, so ist sie bereits zum Zeitpunkt der Erhebung auf die geplante werbliche Nutzung der Daten und auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs hinzuweisen.

### 2. Interessentenwerbung

Eigene Angebote dürfen gegenüber Interessenten<sup>2</sup> beworben werden, sofern sie bei dem Betroffenen erhoben wurden. Werden die Daten bei der betroffenen Person selbst erhoben, so ist sie bereits zum Zeitpunkt der Erhebung auf die geplante werbliche Nutzung der Daten und auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs hinzuweisen.

### 3. Daten aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen

Eigene und fremde Angebote dürfen mit Daten aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen<sup>3</sup> beworben werden.

### 4. B-to-B-Werbung

Werbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit und unter der beruflichen Anschrift ist erlaubt. Dies gilt sowohl für natürliche Personen (Mitarbeiter des Unternehmens) als auch für gewerblich und freiberuflich Tätige.

<sup>1</sup>Eine Kundenbeziehung besteht, wenn ein Rechtsgeschäft zugrunde liegt wie bspw. ein Kaufvertrag oder der Kauf einer Ware.

<sup>2</sup>Eine Interessentenbeziehung besteht, wenn ein rechtsgeschäftsähnliches Schuldverhältnis zugrunde liegt wie bspw. die Anforderung von Angeboten oder Informationen.

<sup>3</sup>Allgemein zugängliche Verzeichnisse sind bspw. Adress-, Rufnummern-, Branchenverzeichnisse (Urheberrechte sind zu beachten).



## 5. Spendenwerbung

Steuerbegünstigte Organisationen wie z. B. gemeinnützige Vereine sowie Parteien dürfen für Spenden werben. Die Spendenwerbung muss im Vordergrund stehen, kann jedoch auch mit anderer Werbung verknüpft werden. Wahlwerbung von politischen Parteien hingegen ist nicht privilegiert.

## 6. Transparente Übermittlung

Die Übermittlung von Adressdaten ist erlaubt, wenn aus dem Werbemittel die erstmalig erhebende Stelle<sup>4</sup> hervorgeht.

## 7. Transparente Nutzung

Die Nutzung von Adressdaten zur Bewerbung fremder Angebote ist erlaubt, wenn aus dem Werbemittel die für die Nutzung verantwortliche Stelle<sup>5</sup> hervorgeht.

Für alle sieben Ausnahmen von dem Einwilligungsvorbehalt gilt: Zu den Empfängerdaten dürfen weitere Daten hinzugespeichert werden, die nicht bei der betroffenen Person erhoben worden sein müssen, wie bspw. Selektionsmerkmale.

## 2. Auswirkungen des BDSG auf die Produkte und Dienstleistungen von Deutsche Post Direkt

---

Mit Hilfe von Adresslösungen wird Direktwerbung ermöglicht bzw. optimiert. Hier bietet Deutsche Post Direkt das komplette Leistungsspektrum professionellen Adressmanagements – von der Adressbereinigung über die Anreicherung und Analyse bis hin zur Vermietung von Adressen. Deutsche Post Direkt vermarktet **personenbezogene Daten** nach den Regelungen des § 29 BDSG. Neben Adressdaten wie Name und Anschrift gehören dazu auch Echtinformationen zu Bonität<sup>6</sup>, Konsumverhalten oder Kaufabsichten. Zusätzlich zu den personenbezogenen Daten bietet Deutsche Post Direkt Zielgruppenmerkmale zur Anreicherung, Analyse und Selektion, die auf **statistischen Daten** basieren.

### 2.1 Auswirkungen des BDSG auf die Adressbereinigung

**Die Pflege und Aktualisierung von Kunden-/Interessentenadressen ist zulässig.** Unter den Voraussetzungen des Ausnahmetatbestands Bestandskunden- bzw. Interessentenwerbung dürfen Unternehmen ihre Kunden- und Interessentendaten zur Bewerbung eigener Angebote nutzen, sofern die Daten direkt beim Betroffenen erhoben wurden oder aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen stammen. Zudem ergibt sich nach § 35 Abs. 1 Satz 1 BDSG sogar eine Pflicht zur Berichtigung unrichtiger Adressdaten.

<sup>4</sup>Die ersterhebende Stelle ist diejenige Stelle, welche die Daten erstmals bei dem Betroffenen oder aus einem allgemein zugänglichen Verzeichnis erhoben hat.

<sup>5</sup>Die verantwortliche Stelle ist diejenige Stelle, die personenbezogene Daten für sich selbst erhebt, verarbeitet oder nutzt oder dies durch andere im Auftrag vornehmen lässt.



Grundlage der Bereinigung der Privatkundendaten von Unternehmen ist die Postreferenz-Datei von Deutsche Post Direkt. Die Datenbank mit mehr als 190 Mio. aktuellen und ehemaligen Privatadressen ist in Deutschland einzigartig hinsichtlich Größe, Vollständigkeit und Aktualität. Zur kontinuierlichen Adresspflege wird unter anderem die Anschriftenprüfung der Deutschen Post genutzt. Dabei prüfen und bestätigen die Zusteller der Deutschen Post, ob Adressen richtig geschrieben und zustellbar sind. Zudem werden Änderungen von Postleitdaten sowie täglich tausende Umzugsmeldungen berücksichtigt, sofern die Betroffenen in die Weitergabe ihrer neuen Anschrift eingewilligt haben. Eine zentrale Datei, in der Todesfälle im Zusammenhang mit Adressdaten hinterlegt werden, besteht nicht. Zudem darf diese Information aus datenschutzrechtlichen Gründen auch nicht aus Personenstandsregistern abgefragt werden. Daher nutzt die Deutsche Post Direkt Verstorbeneninformationen ihrer Kooperationspartner zur Bereinigung der Privatkundendaten von Unternehmen: Die SCHUFA Holding AG erhält Verstorbenen-Anschriften von ihren rund 8.500 Vertragspartnern, darunter alle Großbanken, Privat- und Regionalbanken mit Retailgeschäft. Weiterhin verarbeitet Deutsche Post Direkt Anschriften von Verstorbenen, die auf freiwilliger Basis der Hinterbliebenen im Rahmen einer Kooperation mit dem Bundesverband Deutscher Bestatter übermittelt werden. Trotz umfangreicher Pflegemaßnahmen sind Retouren aufgrund von Unzustellbarkeit nicht auszuschließen.

## 2.2 Auswirkungen des BDSG auf die Adressanreicherung

Deutsche Post Direkt bietet statistische sowie personenbezogene Zusatzinformationen zur Anreicherung an. Dies ist die Voraussetzung für die Analyse und Segmentierung von Kundenadressen bzw. die zielgruppengenaue Selektion von Vermietsubstanzen.

### 2.2.1 Statistische Daten

Zu den statistischen Daten zählen neben Geokoordinaten und Risikoindizes vor allem auch die mikrogeografischen Informationen aus der microdialog-Datenbank. microdialog umfasst soziodemografische, Konsum- und Strukturdaten sowie Informationen zu Gebiet und Region, zu bestimmten Branchen und Lebenseinstellungen. Die Daten werden auf Mikrozellebene mit durchschnittlich 6,6 Haushalten aggregiert. Mit Hilfe von Wahrscheinlichkeitsaussagen wird ermittelt, welche Zielgruppenmerkmale in der Mikrozelle vertreten sind. Ob diese statistischen Näherungswerte, z. B. in Bezug auf ein bestimmtes Kaufverhalten, tatsächlich auf Personen in der Mikrozelle zutreffen, ist unbekannt. Die microdialog-Datenbank enthält keinen Personenbezug und unterliegt nicht dem BDSG. Die mikrogeografischen Informationen sind streng von den Vermietsubstanzen getrennt. Insoweit erfolgt keine Speicherung von statistischen Wahrscheinlichkeitsaussagen zusammen mit personenbezogenen Adressdaten. Jeweils einmalig für den speziellen Kundenauftrag wird ausschließlich auf der Mikrozellebene eine Selektion durchgeführt und dieses Ergebnis dann mit den vorhandenen Adressdaten befüllt. Hieraus wird am Ende dieses Prozesses eine reine Adressdatei ohne weitere Merkmale erstellt. Die Selektion auf Mikrozellebene wird wieder gelöscht. Dabei sind die personenbezogenen und



statistischen Daten sowohl von Deutsche Post Direkt als auch von dem werbung-treibenden Unternehmen stets getrennt voneinander zu speichern. D. h. ein Datensatz mit personenbezogenen Daten darf nicht gleichzeitig auch die statistischen Merkmale beinhalten. **Die Anreicherung von Bestandskunden-/Interessentenadressen und Vermietsubstanzen mit statistischen Informationen ist zulässig.**

### 2.2.2 Personenbezogene Zusatzinformationen

Weiterhin bietet Deutsche Post Direkt personenbezogene Zusatzinformationen wie bspw. Telefonnummern oder Bonitätsinformationen<sup>6</sup> an. **Die Anreicherung von Bestandskunden-/Interessentenadressen mit personenbezogenen Informationen ist zulässig, sofern ein berechtigtes Interesse<sup>7</sup> des Unternehmens vorliegt.**

### 2.3 Auswirkungen des BDSG auf die Adressanalyse

Die Datenschutznovelle I (Scoring) hat zu einer Reihe von neuen Vorschriften für die Übermittlung von Daten an Auskunftsteien und den Einsatz von Scoring-Verfahren im Zusammenhang mit Vertragsverhältnissen geführt. Hiervon nicht erfasst ist das Scoring für die Auswahl von Adressen zu Werbezwecken, solange die Werbung kein unmittelbar verbindliches Vertragsangebot enthält. Werbung stellt üblicherweise eine Einladung zur Abgabe eines Angebotes dar, z. B. wenn ein Katalog mit Bestellformular versendet wird. **Daher ist die Analyse von Bestandskunden-/Interessenten-adressen erlaubt**, solange ein daraus generiertes Mailing kein unmittelbar verbindliches Vertragsangebot enthält. **Unter diesen Voraussetzungen ist ebenfalls die Analyse zwecks Selektion von Vermietsubstanzen erlaubt.**

### 2.4 Auswirkungen des BDSG auf die Adressvermietung

Deutsche Post Direkt bietet werbungtreibenden Unternehmen ein breites Spektrum an Zielgruppenadressen an, die im Einklang mit geltendem Datenschutzrecht zur Kundengewinnung eingesetzt werden dürfen.

Datenschutzbestimmungen für Zielgruppenadressen

Vermietsubstanzen von Deutsche Post Direkt	Opt-In	Rechtsgrundlage für die erlaubte Nutzung	Datenübermittlung	Datenschutzrechtliche Hinweise im Mailing
<b>Consumer-Adressen aus der Vermietdatenbank</b> Adressdaten von Privatpersonen, die z. T. auch in allgemein zugänglichen Verzeichnissen enthalten sind oder deren erste-erhebende Stelle z. T. bekannt ist	✘	Deutsche Post Direkt vermarktet die Consumer-Adressen unter den Voraussetzungen des Ausnahme-tatbestands der trans-parenten Nutzung	Die Daten werden nicht an Werbungtreibende direkt übermittelt, sondern an einen beauftragten verarbeitenden Dienstleister*	Bei Spendenwerbung nur Hinweis auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs. Ansonsten ist zusätzlich ein Hinweis auf die verant-wortliche Stelle (= Deutsche Post Direkt) erforderlich
<b>Listbroking-Adressen (B-to-C, B-to-B)</b> Angebot / Vermittlung von Nutzungsrechten an Adress-/Kundendaten Dritter	✘	Ausnahmetatbestand: transparente Nutzung	Die Daten dürfen nicht an Werbung-treibende direkt übermittelt werden, sondern ausschließlich an einen beauftragten verarbeitenden Dienstleister <sup>8</sup>	Hinweis auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs sowie zusätzlich auf die verantwortliche Stelle (= Listesigner)
<b>Business-Adressen</b> Firmenadressen sowie Namen der Entscheider nach Führungsebenen und Funktionen	✘	Ausnahmetatbestand: B-to-B-Werbung	Die Daten dürfen an Werbungtreibende direkt übermittelt werden	Hinweis auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs

<sup>6</sup>Quelle: arvato infoscore

<sup>7</sup>Werbung ist auch ein berechtigtes Interesse

<sup>8</sup>Lettershop, Rechenzentrum



#### 2.4.1 Vermietung von Consumer-Adressen aus der Vermietdatenbank

Deutsche Post Direkt vermarktet die Consumer-Adressen aus der Vermietdatenbank unter den Voraussetzungen des Ausnahmetatbestands der transparenten Nutzung. Demzufolge ist die Nutzung von Adressdaten zur Bewerbung fremder Angebote erlaubt, sofern aus dem Werbemittel die für die Nutzung verantwortliche Stelle hervorgeht.

- **Datenübermittlung:** Deutsche Post Direkt übermittelt die Adressdaten nicht direkt an werbungtreibende Unternehmen, sondern stellt sie dem beauftragten Lettershop zur Verfügung, welcher den Druck und Versand übernimmt.
- **Datenschutzrechtliche Hinweise:** Der Empfänger des Mailings muss über die Möglichkeit des Werbewiderspruchs informiert werden. Aus dem Werbemittel muss zusätzlich hervorgehen, dass Deutsche Post Direkt die für die Nutzung der Daten verantwortliche Stelle ist.

#### 2.4.2 Vermittlung von Listbroking-Adressen

Deutsche Post Direkt vermittelt Nutzungsrechte an Adressdaten Dritter (sogenannte Listbroking-Adressen) unter den Voraussetzungen des Ausnahmetatbestands der transparenten Nutzung. Demzufolge ist die Nutzung von Adressdaten zur Bewerbung fremder Angebote erlaubt, sofern aus dem Werbemittel die für die Nutzung verantwortliche Stelle hervorgeht.

- **Datenübermittlung:** Deutsche Post Direkt übermittelt die Adressdaten nicht direkt an werbungtreibende Unternehmen, sondern stellt sie dem beauftragten Lettershop zur Verfügung, welcher den Druck und Versand übernimmt.
- **Datenschutzrechtliche Hinweise:** Der Empfänger des Mailings muss über die Möglichkeit des Werbewiderspruchs informiert werden. Aus dem Werbemittel muss zusätzlich hervorgehen, dass der Lister die für die Nutzung der Daten verantwortliche Stelle ist.

#### 2.4.3 Vermietung von Business-Adressen

Unter den Voraussetzungen des Ausnahmetatbestands der B-to-B-Werbung ist Werbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit und unter der beruflichen Anschrift erlaubt. Dies gilt sowohl für natürliche Personen (Mitarbeiter des Unternehmens) als auch für gewerblich und freiberuflich Tätige.

- **Datenübermittlung:** Deutsche Post Direkt darf die Adressdaten direkt an werbungtreibende Unternehmen übermitteln.
- **Datenschutzrechtliche Hinweise:** Der Empfänger des Mailings muss über die Möglichkeit des Werbewiderspruchs informiert werden.



#### 2.4.4 Pflege der Vermietsubstanzen

Zur Pflege der Vermietsubstanzen wird die Postreferenz-Datei von Deutsche Post Direkt eingesetzt. Die Datenbank mit mehr als 190 Mio. aktuellen und ehemaligen Privatadressen ist in Deutschland einzigartig hinsichtlich Größe, Vollständigkeit und Aktualität. Zur kontinuierlichen Adresspflege wird unter anderem die Anschriftenprüfung der Deutschen Post genutzt. Dabei prüfen und bestätigen die Zusteller der Deutschen Post, ob Adressen richtig geschrieben und zustellbar sind. Zudem werden Änderungen von Postleitdaten sowie täglich tausende Umzugsmeldungen berücksichtigt, sofern die Betroffenen in die Weitergabe ihrer neuen Anschrift eingewilligt haben. Eine zentrale Datei, in der Todesfälle im Zusammenhang mit Adressdaten hinterlegt werden, besteht nicht. Zudem darf diese Information aus datenschutzrechtlichen Gründen auch nicht aus Personenstandsregistern abgefragt werden. Daher nutzt die Deutsche Post Direkt Verstorbeneinformationen ihrer Kooperationspartner zur Pflege ihrer Vermietsubstanzen: Die SCHUFA Holding AG erhält Verstorbene-Anschriften von ihren rund 8.500 Vertragspartnern, darunter alle Großbanken, Privat- und Regionalbanken mit Retailgeschäft. Weiterhin verarbeitet Deutsche Post Direkt Anschriften von Verstorbenen, die auf freiwilliger Basis der Hinterbliebenen im Rahmen einer Kooperation mit dem Bundesverband Deutscher Bestatter übermittelt werden. Trotz umfangreicher Pflegemaßnahmen sind Retouren aufgrund von Unzustellbarkeit nicht auszuschließen.

#### 2.5 Datenschutzrechtliche Hinweise im Werbemittel

Datenschutzrechtliche Hinweise werden im Werbemittel an „präsender“ Stelle platziert, z. B. im Fuß des Mailings, auf Bestellformularen oder in Katalogen auf den Umschlaginnenseiten.

##### 2.5.1 Hinweis auf die verantwortliche Stelle

- Bei der Miete von Consumer-Adressen aus der Vermietdatenbank lautet der Hinweis wie folgt: Verantwortliche Stelle i. S. d. BDSG: Deutsche Post Direkt GmbH, Postfach 220159, 42371 Wuppertal.
- Bei Listbroking-Adressen wird der jeweilige Listeigner als verantwortliche Stelle eingesetzt.

Das gesetzlich normierte Recht des Betroffenen, der Nutzung oder Übermittlung seiner Daten jederzeit gegenüber der verantwortlichen Stelle widersprechen zu dürfen, wird bei Deutsche Post Direkt mittels einer internen Sperrliste umgesetzt. Zusätzlich hat sich Deutsche Post Direkt verpflichtet, bei jedem Auftrag die Daten mit der Robinsonliste des Deutschen Dialogmarketing Verbands DDV abzugleichen. Die Aufnahme von Sperrvermerken und Beantwortung von Anfragen zur Datenherkunft erfolgt innerhalb kürzester Zeit. Dies geschieht im Interesse der Betroffenen und auch zur Vermeidung von Beschwerden gegenüber den werbungtreibenden Unternehmen.



### 2.5.2 Hinweis auf die Möglichkeit des Werbewiderspruchs

- Der Hinweis auf die Identität des Absenders und auf das Widerspruchsrecht des Empfängers hinsichtlich der Verwendung seiner Daten ist verpflichtend – und zwar in jedem Werbemittel, unabhängig davon, ob es an Bestands- oder Neukunden, Geschäftsleute oder Privatpersonen verschickt wird.
- Beispieltext: Wenn Sie künftig unsere Informationen und Angebote nicht mehr erhalten möchten, können Sie der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke widersprechen. Teilen Sie uns dies bitte möglichst schriftlich unter Beifügung des Werbemittels und Angabe Ihres Namens und Ihrer Anschrift an unsere Adresse mit.

### 3. Deutsche Post Direkt und Datenschutzaufsichtsbehörden

---

Als einer der führenden deutschen Adressdienstleister steht Deutsche Post Direkt in engem Kontakt zu den Vertretern der Datenschutzaufsichtsbehörden und unterliegt im Rahmen der Verarbeitung personenbezogener Daten der Meldepflicht gegenüber dem Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen. Zudem fällt die Deutsche Post in den direkten Geltungsbereich des Bundesdatenschutzbeauftragten. Mit ihm wird ein regelmäßiger Dialog geführt, in den auch der betriebliche Datenschutzbeauftragte von Deutsche Post Direkt prüfend und beratend einbezogen ist.

### 4. Maßnahmen von Deutsche Post Direkt für Datenschutz und Datensicherheit

---

Die **Mitarbeiter** von Deutsche Post Direkt haben sich schriftlich zur Einhaltung des Datengeheimnisses nach § 5 BDSG verpflichtet und sich über ggf. auf Kundenseite bestehende weitergehende Geheimhaltungspflichten wie Bank- oder Sozialgeheimnis informiert. **Organisatorische und sicherheitstechnische Maßnahmen** gewährleisten, dass nur befugte Mitarbeiter Zugang zu den Daten haben. Im Bereich der Adressvermietung arbeitet Deutsche Post Direkt mit im DDV organisierten Lettershops zusammen, die sich an die Vorgaben zur Wahrung des Datenschutzes halten und nach Umsetzung eines Kundenauftrages eine Löschbestätigung der Adressdaten abgeben. Kontrolladressen in der Mietsubstanz stellen sicher, dass die Daten nicht weitergegeben werden. Beim Online-Adressabgleich setzt Deutsche Post Direkt **aktuelle Sicherheitsstandards** ein. Neben individuellen Verschlüsselungen werden bei der Datenübertragung zu und von den Servern von Deutsche Post Direkt Verschlüsselungstechniken verwendet, wie sie bspw. auch beim Online-Banking genutzt werden. Die Techniken zur Verschlüsselung und Authentifizierung reichen von der Datenübertragung mittels https bis zu Virtual Private Networks. Der sicherste Weg für den Datentransfer zwecks Bereinigung und Aktualisierung von Kundendaten oder Übermittlung von Vermietsubstanzen ist der FTP-Transfer über die Online-Services von Deutsche Post Direkt. Dazu erhalten Unternehmen einen benutzerbezogenen Zugang und bestimmen ihr Passwort individuell. Als zusätzliche Sicherheitsmaßnahme ist die passwortgeschützte oder PGP-verschlüsselte Übertragung der Daten möglich.

Deutsche Post Direkt GmbH  
Kundenmanagement  
Junkersring 57  
53844 Troisdorf

Telefon: +49 2241 2661-0  
Telefax: +49 2241 2661-1111  
E-Mail: [info@postdirekt.de](mailto:info@postdirekt.de)  
[www.postdirekt.de](http://www.postdirekt.de)

Seite 7/8



Deutsche Post Direkt ist **nach ISO 27001 auf der Basis von IT-Grundschutz zertifiziert**. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik hat die Geschäftsprozesse der Produktfamilie ADDRESSFACTORY zur Bereinigung und Anreicherung von Kundenadressen sowie die Online-Services ([www.postdirekt.de/online-services](http://www.postdirekt.de/online-services)) und die darin integrierte Datenaustauschplattform ausgezeichnet. Mit der Zertifizierung dokumentiert Deutsche Post Direkt die Durchführung besonderer technischer und organisatorischer Sicherheitsmaßnahmen. Diese schreibt § 9 BDSG für die Verarbeitung personenbezogener Daten im Kundenauftrag vor. Die Auszeichnung des BSI entlastet Kunden von ihrer datenschutzrechtlichen Kontrollverpflichtung gegenüber Deutsche Post Direkt als Auftragnehmer.

#### **5. Deutsche Post Direkt ist Mitglied des Deutschen Dialogmarketing Verbands DDV**

Deutsche Post Direkt ist Mitglied im Council DirectMail Services und gewährleistet als im DDV organisiertes Unternehmen durch eine regelmäßige Zertifizierung ein Höchstmaß an Professionalität und Qualität. Mitarbeiterschulungen und -unterweisungen im Datenschutz, Transparenz der Auftragsabwicklung und -dokumentation sowie Einhaltung der technischen und organisatorischen Datensicherheitsmaßnahmen sind dabei wichtige Voraussetzungen, um das Qualitäts- und Leistungssiegel des DDV zu erhalten. Die Council-Mitglieder werden jährlich geprüft, so dass sich werbungtreibende Unternehmen auf die Einhaltung der Dienstleistungsqualität sowie der datenschutzrechtlichen Anforderungen verlassen können. Somit ist das Qualitäts- und Leistungssiegel des DDV auch ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern.

**Haftungsausschluss:** Diese Zusatzinformation ersetzt nicht eine juristische Prüfung im Einzelfall. Eine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität des Inhalts kann trotz sorgfältiger Prüfung nicht übernommen werden.