

## Ziemlich beste Freunde: Datenqualität und Datenschutz-Grundverordnung

---

Von der Pflicht zur Kür: Wie Sie mit einer hohen Datenqualität nicht nur die DSGVO einhalten, sondern auch Ihren Gewinn steigern können.



- 2 EINLEITUNG
- 3 EINE HOHE DATENQUALITÄT IST UNABDINGBAR, UM DSGVO-KONFORM ZU SEIN
- 4 WELCHE FAKTOREN WIRKEN SICH NEGATIV AUF DIE DATENQUALITÄT AUS?
- 5 TECHNISCHE MASSNAHMEN ZUR STEIGERUNG DER DATENQUALITÄT
- 6 WEITERE VORTEILE EINER HOHEN DATENQUALITÄT
- 7 WIE KANN MELISSA UNTERSTÜTZEN, DIE DSGVO UMZUSETZEN?
- 8 GASTKOMMENTAR

Seit 2016 ist die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft. Nach einer zweijährigen Übergangsfrist müssen diese alle EU-Mitgliedsstaaten verbindlich anwenden. Unternehmen waren bzw. sind immer noch damit konfrontiert, technische und organisatorische Maßnahmen zu treffen, um die hohen Anforderungen an den Datenschutz zu erfüllen und so Strafen zu vermeiden. Dass dies nicht jeder Organisation vollständig gelingt, zeigen zahlreiche Gerichtsverfahren, in denen Unternehmen verklagt wurden, da sie personenbezogene Daten nicht DSGVO-konform verarbeiteten bzw. speicherten. So sind laut des Enforcement Tracker Reports der Anwaltskanzlei CMS die europäischen Datenschutzbehörden seit Inkrafttreten der DSGVO in mehr als 1.500 Fällen aktiv geworden und verhängten allein in den vergangenen zwölf Monaten Bußgelder in Höhe von 1,19 Milliarden Euro.<sup>1</sup>

## DER SINN UND ZWECK DER DSGVO

Kurz gesagt, geht es in der DSGVO vor allem darum, personenbezogene Daten vor Ausspähung und Missbrauch zu schützen. Darüber hinaus haben Personen seit der Einführung der DSGVO Rechte, was die Speicherung und Verwendung ihrer Daten betrifft. Dabei unterscheidet die Verordnung nicht, ob sie analog oder digital aufbewahrt werden.

## WAS SIND PERSONENBEZOGENE DATEN?

Die Europäische Kommission hat dazu folgende Definition veröffentlicht: „Personenbezogene Daten sind alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare lebende Person beziehen. Verschiedene Teilm Informationen, die gemeinsam zur Identifizierung einer bestimmten Person führen können, stellen ebenfalls personenbezogene Daten dar. Personenbezogene Daten, die anonymisiert, verschlüsselt oder pseudonymisiert wurden, aber zur erneuten Identifizierung einer Person genutzt werden können, bleiben personenbezogene Daten und fallen in den Anwendungsbereich der Datenschutz-Grundverordnung.“<sup>2</sup>



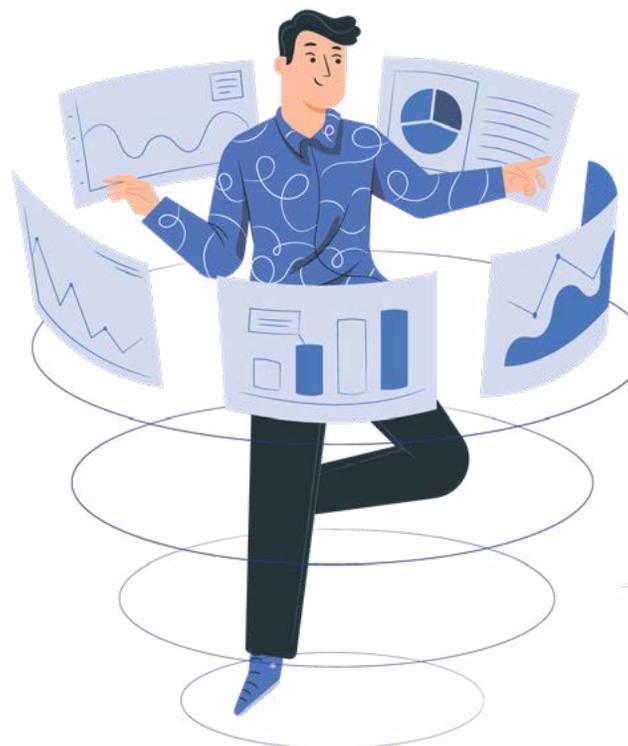
<sup>1</sup><https://www.onetoone.de/artikel/db/772501gehl.html>

<sup>2</sup>[https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data\\_de](https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data_de)

## EINE HOHE DATENQUALITÄT IST UNABDINGBAR, UM DSGVO-KONFORM ZU SEIN

Die DSGVO schreibt im Artikel 5, Absatz 1 lit. d vor, dass personenbezogene Daten korrekt sein müssen. Konkret heißt es: „Personenbezogene Daten müssen sachlich richtig und erforderlichenfalls auf dem neuesten Stand sein; es sind alle angemessenen Maßnahmen zu treffen, damit personenbezogene Daten, die im Hinblick auf die Zwecke ihrer Verarbeitung unrichtig sind, unverzüglich gelöscht oder berichtigt werden („Richtigkeit“).“

Von daher sind Unternehmen gefordert, eine hohe Qualität ihrer gespeicherten personenbezogenen Daten sicherzustellen. Dabei lässt sich die Datenqualität anhand folgender Kriterien bewerten:<sup>3</sup>



**KORREKTHEIT:** Die Daten müssen mit der Realität übereinstimmen.

**KONSISTENZ:** Ein Datensatz darf in sich und zu anderen Datensätzen keine Widersprüche aufweisen.

**ZUVERLÄSSIGKEIT:** Die Entstehung der Daten muss nachvollziehbar sein.

**VOLLSTÄNDIGKEIT:** Ein Datensatz muss alle notwendigen Attribute enthalten.

**GENAUIGKEIT:** Die Daten müssen in der jeweils geforderten Exaktheit vorliegen.

**AKTUALITÄT:** Alle Datensätze müssen jeweils dem aktuellen Zustand der abgebildeten Realität entsprechen.

**REDUNDANZFREIHEIT:** Innerhalb der Datensätze dürfen keine Dubletten vorkommen.

**RELEVANZ:** Der Informationsgehalt von Datensätzen muss den jeweiligen Informationsbedarf erfüllen.

**EINHEITLICHKEIT:** Die Informationen eines Datensatzes müssen einheitlich strukturiert sein.

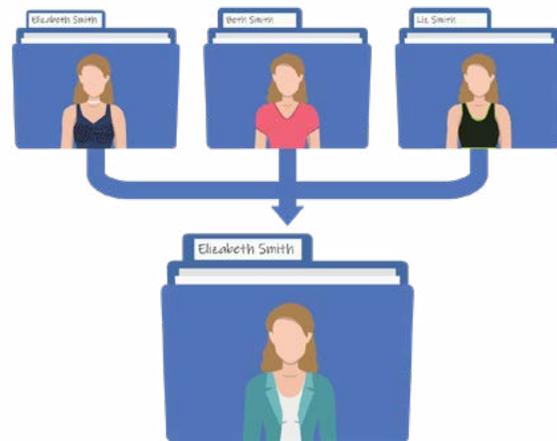
**EINDEUTIGKEIT:** Jeder Datensatz muss eindeutig interpretierbar sein.

**VERSTÄNDLICHKEIT:** Die Datensätze müssen in ihrer Begrifflichkeit und Struktur mit den Vorstellungen der Fachbereiche übereinstimmen.

<sup>3</sup><https://www.computerwoche.de/a/gute-daten-schlechte-daten,1931857>

## WELCHE FAKTOREN WIRKEN SICH NEGATIV AUF DIE DATENQUALITÄT AUS?

Allerdings ist es nicht ohne Weiteres möglich, die Erfüllung dieser Kriterien kontinuierlich sicherzustellen. Dies trifft insbesondere auf die Aktualität der Daten zu. So ist nach einer aktuellen Studie der Deutschen Post jede achte Kundenadresse in Datenbanken deutscher Unternehmen fehlerhaft.<sup>4</sup> Gründe dafür sind vor allem Umzüge und Todesfälle, gefolgt von gravierenden Fehlern bei Straßen- und Ortsnamen sowie Postleitzahlen und Hausnummern. Auch Familienstandsänderungen führen dazu, dass Daten nicht mehr aktuell sind.



Wenn Unternehmen solche veralteten oder falschen Daten aufbewahren, verstoßen sie grundsätzlich gegen den Artikel 5, Absatz 1 lit. d der DSGVO („Richtigkeit“). Hinzu kommt, dass sie kaum dem Artikel 17 („Recht auf Vergessenwerden“) nachkommen können, da sie die jeweiligen Datensätze schlichtweg nicht finden. Ähnliche Pannen können passieren, wenn die Daten redundant in unterschiedlichen Systemen abgelegt sind. So ist es in der Praxis häufig der Fall, dass der Vertrieb beispielsweise mit den im Customer-Relationship-Management(CRM)-System abgelegten Kontaktdaten arbeitet, während Rechnungen auf die im Enterprise-Resource-Planning(ERP)-System erfassten Adressen ausgestellt werden. Zusätzlich existieren Kontaktdaten, die Interessenten auf der Website eingetragen haben, um beispielsweise einen Newsletter zu abonnieren oder weitere Produktinformationen anzufordern. Für Unternehmen ist es dann kaum möglich, die Daten zur Person „Max Mustermann“ konsequent zu löschen, wenn sie in unterschiedlichen Systemen unter „Max Mustermann“, „Mustermann Max“ und „Herr Mustermann“ geführt werden. Das Risiko ist hoch, dass die Daten nur einmal gelöscht werden. In beiden Fällen würde der Betroffene weiterhin angeschrieben werden und könnte gegen das verantwortliche Unternehmen klagen.



<sup>4</sup><https://www.dpdhl.com/de/presse/pressemitteilungen/2023/deutsche-post-direkt-adress-studie-2023.html>

## TECHNISCHE MASSNAHMEN ZUR STEIGERUNG DER DATENQUALITÄT

Damit Unternehmen mit einer hohen Datenqualität den Anforderungen der DSGVO gerecht werden, müssen sie vor allem ein richtiges Daten-Management betreiben. „Richtig“ bedeutet in diesem Zusammenhang vor allem, dass die Daten strukturiert in einem System abgelegt sind. Dafür ist es erforderlich, die in der Vergangenheit entstandenen Datensilos aufzubrechen und personenbezogene Daten zu konsolidieren.

### Single Point of Truth definieren

Dazu sollten Verantwortliche zunächst definieren, welches System als Master, sozusagen als Single Point of Truth, fungiert und damit künftig die Basis für korrekte Daten bildet. Ob das die CRM- oder die ERP-Lösung ist, hängt von den individuellen Prozessen ab.

### Den Golden Record identifizieren

Im nächsten Schritt werden die darin enthaltenen Daten überprüft und bereinigt, also auch eventuelle „Karteileichen“ aussortiert. Manuell durchgeführt, ist diese Arbeit mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden. Günstiger und schneller arbeiten Lösungen, welche die Kontaktdaten automatisiert validieren. Anschließend wird ermittelt, welche zusätzlichen Daten in den anderen Systemen abgelegt sind. Auch diese müssen zunächst validiert und Dubletten entfernt werden. Im Ergebnis liegen die akkuraten Daten konsolidiert in einem System vor, was zum Golden Record führt. Damit ist das Fundament für die Sicherstellung einer hohen Datenqualität gelegt.

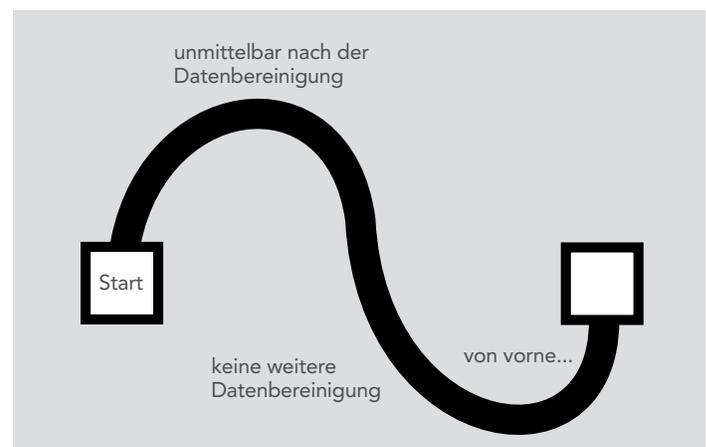
### Autovervollständigung implementieren

Damit nicht wieder inkorrekte oder doppelte Datensätze dazustoßen, ist es sinnvoll, eine Autovervollständigung direkt am Point of Entry einzusetzen. Solche Lösungen fungieren quasi als Wächter, damit falsche Daten keine Chance haben, in das System zu gelangen. Dies führt zusätzlich zu einer besseren Customer Experience, denn mithilfe einer automatischen Vervollständigung der eingegebenen Daten verbessert sich das Einkaufserlebnis. Die Grundlage dafür bildet eine standardisierte Datenbank mit validen Orts-

und Straßennamen. Der Kunde braucht nur die Anfangsbuchstaben einzugeben und erhält passende Vorschläge. Erfahrungsgemäß halbieren sich die Tastenanschläge und damit einhergehend das Risiko einer falschen Eingabe. Zudem beschleunigt sich das Erfassen der Adressdaten, sodass der Kunde seine Bestellung wesentlich schneller abschließen kann. Ein weiterer Aspekt ist die sogenannte „Google-Mentalität“ der internetaffinen und kaufkräftigen Generationen X, Y und Z. Nutzer möchten kaum noch Zeit darauf verwenden, aufwendig ganze Adressen in eine Maske einzutippen, sondern bevorzugen es, wenn das Tool qualifizierte Vorschläge unterbreitet. Anbieterseitig hat diese Herangehensweise den Vorteil, dass die eingegebenen Kontaktdaten in Echtzeit geprüft werden und so nur validierte Informationen in das Mastersystem gelangen. Dabei verifizieren leistungsfähige Lösungen Titel, Namen, Straßen, Postleitzahlen, E-Mail-Adressen und Telefonnummern.

### Regelmäßige Validierungen durchführen

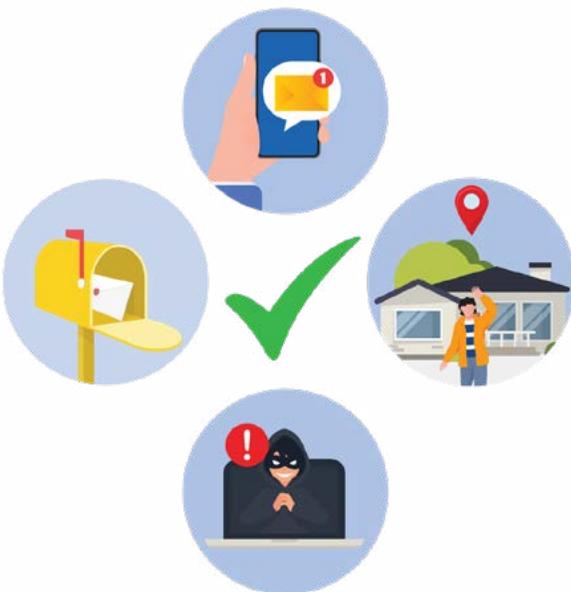
Da sich, wie bereits erläutert, Kundendaten ändern können, ist es – neben der initialen Validierung – erforderlich, diese regelmäßig zu überprüfen. Prüfen hingegen Unternehmen die Daten nur periodisch, beispielsweise einmal pro Quartal, dann entspricht deren Qualität einer Sinuskurve. Unmittelbar nach der Datenbereinigung ist die Qualität hoch und fällt bis zur nächsten Aktion, um dabei wieder zu steigen. Dagegen validieren Software-Lösungen die vorhandenen Einträge mit aktuellen Referenzdaten kontinuierlich.



## WEITERE VORTEILE EINER HOHEN DATENQUALITÄT

Eine hohe Datenqualität vereinfacht nicht nur die Einhaltung der DSGVO, sondern bringt auch folgende Vorteile mit sich:

- **Sinkende Kosten:** Schlechte Datenqualität kostet Geld, wie die seit Jahren gültige 1-10-100-Faustregel belegt. So kostet es durchschnittlich 1 Euro, Kundenstammdaten bei der initialen Dateneingabe mithilfe professioneller Software-Unterstützung zu verifizieren. Dieser Betrag steigt auf 10 Euro pro Datensatz, wenn die Daten nur von Zeit zu Zeit bereinigt werden, um eine ursprünglich fehlerhafte Eingabe zu korrigieren und Dubletten zu beseitigen. Pro Datensatz fallen etwa 100 Euro Kosten an, wenn ein Unternehmen die Adressqualität komplett vernachlässigt und überhaupt nichts unternimmt.
- **Geringere Retourenquote:** Mit korrekten Kundendaten können Postsendungen zuverlässig und schneller zugestellt werden. Damit steigt die Customer Experience.



- **Verbesserte Entscheidungsfindung:** Durch qualitativ hochwertige Daten ist das Risiko, Fehlentscheidungen zu treffen, geringer. Gleichzeitig sind potenzielle Auswirkungen besser vorhersehbar.
- **Bessere Markt- und Zielgruppensegmentierung:** Eine hohe Datenqualität ermöglicht es Unternehmen, fundierte Markt- und Zielgruppensegmentierungen vorzunehmen. Dies führt zu potenziellen Neukunden und zur Erschließung neuer Märkte. Somit sind Unternehmen der Konkurrenz einen Schritt voraus.
- **Effektive Marketingkampagnen:** Neben der Verbesserung der Segmentierung können Unternehmen mit qualitativen Daten mehr über ihre Zielgruppe erfahren und so personalisierte Angebote bzw. Kampagnen erstellen.

## WIE KANN MELISSA UNTERSTÜTZEN, DIE DSGVO UMZUSETZEN?

Noch heute kämpft die Mehrheit der deutschen Unternehmen damit, die DSGVO im Bereich Datenmanagement vollständig umzusetzen.<sup>5</sup> Unsere zuverlässigen, datenschutzgerechten Lösungen zur Autovervollständigung, Adress- und Dublettenprüfung helfen, die Datenqualität zu steigern und kontinuierlich auf hohem Niveau zu halten. So haben unsere Experten bereits zahlreiche Unternehmen dabei unterstützt, die Anforderungen der DSGVO nachhaltig umzusetzen. Bei unserer Arbeit erhalten wir professionelle Unterstützung durch externe Datenschutzexperten, darunter die renommierte Kanzlei Kinast, die sich auf den nationalen Datenschutz spezialisiert hat.

Lesen Sie dazu auch auf der folgenden Seite einen Gastkommentar von Dr. Karsten Kinast, LL.M von der KINAST Rechtsanwaltskanzlei mbH, unserem externen Datenschutzbeauftragten. Wir unterzeichnen mit allen unseren Kunden einen Auftragsverarbeitungsvertrag nach der DSGVO und entwickeln entsprechende technisch-organisatorische Maßnahmen. Zusätzlich verfügen wir über die nötigen Zertifizierungen und setzen beim Hosten unserer Web-Services auf zertifizierte Data Center. So stellen wir sicher, dass unsere Services den höchsten Sicherheitsstandards gerecht werden.



<sup>5</sup><https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Datenschutz-setzt-Unternehmen-unter-Dauerdruck>

Als auf das Datenschutzrecht spezialisierte Kanzlei arbeiten wir, KINAST Rechtsanwälte ([www.kinast.eu](http://www.kinast.eu)), seit vielen Jahren in der Funktion ihres externen Datenschutzbeauftragten mit der Melissa Data GmbH zusammen. Neben der Melissa-eigenen Pflicht zur Umsetzung der DSGVO als europäisches Unternehmen stellen wir dabei vor allem eines fest:

Die Nachfrage der datenschutzrechtlich verantwortlichen Kunden nach unterschiedlichen Aspekten des Datenschutzes bei Melissa als Dienstleister ist (völlig zurecht) sehr hoch. Schließlich verstehen sich die Dienstleistungen der Melissa Data GmbH als „Auftragsverarbeitung im Kerngeschäft“, bei der namhafte Kunden personenbezogene Daten ihres rechtlichen Verantwortungsbereichs den Spezialisten und systemischen Lösungen von Melissa anvertrauen. Schon deshalb legt Melissa in ihrer datenschutzrechtlichen Arbeit einen großen Wert darauf, die Datenschutzinteressen der Kunden in den Vordergrund zu stellen und das in Melissa als Dienstleister bzw. „Auftragsverarbeiter“ gesetzte Vertrauen zu rechtfertigen.

Doch nicht nur die rechtlichen Rahmenbedingungen sind DSGVO-relevant: Die Produkte und Dienstleistungen selbst haben nach unserem Verständnis zum Kern, die Umsetzung des Datenschutzrechts bei den Melissa-Kunden zu ermöglichen. Technisch-organisatorische Schutzziele der mit hohen Bußgeldern versehenen EU-Verordnung sind unter anderem die Integrität, Verfügbarkeit und Vertraulichkeit von Daten. Nach unserer vielfältigen Praxiserfahrung wird dabei die erstgenannte Integrität sehr stark unterschätzt und nicht selten vernachlässigt! Ebenso wie die deutlich bekanntere „Verfügbarkeit“ (Backups, schnelle Erreichbarkeit) und „Vertraulichkeit“ (z.B. Schutz vor unbefugten Zugriffen) ist die Datenintegrität jedoch eine unverzichtbare Querschnittskompetenz zur Umsetzung der DSGVO-Vorgaben.

**„Bei der Datenintegrität handelt es sich häufig um eine unterschätzte und vernachlässigte DSGVO-Anforderung!“**

Bei der Datenintegrität geht es um die Qualität und Richtigkeit der Daten selbst sowie die korrekte Funktionsweise von Systemen und Datenbanken, in denen sie verarbeitet werden. Geht man nun einem Großteil der Verstöße gegen die DSGVO und den sog. „Datenpannen“ auf den Grund, zeigt sich die Quelle des Problems häufig genau hier. In einem Kontrollverlust über die Einheitlichkeit der Speicherung, über die Richtigkeit der verarbeiteten Inhalte auf Basis von Tippfehlern oder unterschiedlichen

Schreibweisen, über die Aktualität der Daten im Zeitverlauf und allen hieraus resultierenden Folgefehlern.

Nicht selten wächst sich ein Mangel an Datenqualität und -integrität in mangelhaft, falsch oder unvollständig beantworteten Auskunftersuchen von Betroffenen, nicht technisch wirksam umgesetzten Werbe-Opt-Outs, nicht umgesetzten Löschroutinen oder Löschbegehren der Kunden aufgrund von doppelt angelegten Accounts aus oder zeigt sich im Fehlversand von sensiblen Inhalten an unberechtigte Dritte aufgrund von falschen postalischen oder digitalen Adressen oder gar Personenverwechslungen. Dies kann in der Folge mit der Pflicht zur Meldung eines Datenschutzverstößes bei der Datenschutz-Aufsichtsbehörde sowie in Schadensersatz- und Bußgeldforderungen enden.

Vor diesem Hintergrund wird unseren Mandanten ans Herz gelegt, die „Datenintegrität“, „-verfügbarkeit“ und „-vertraulichkeit“ als wechselwirkenden Dreiklang zu verstehen und durch technisch-organisatorische Maßnahmen sicherzustellen, dass die Vernachlässigung eines der drei Elemente und damit das Potential für erhebliche Auswirkungen auf die DSGVO-Compliance des Unternehmens vermieden werden kann. Neben wirtschaftlichen Aspekten zielen die Lösungen von Melissa somit erfolgreich darauf ab, wesentliche Elemente der DSGVO-Compliance sicherzustellen.

- **Dr. Karsten Kinast, LL.M.**

KINAST Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Externer Datenschutzbeauftragter der  
Melissa Data GmbH





[www.melissa.de](http://www.melissa.de)

## Über Melissa

Melissa ist ein führender Anbieter von Datenqualitäts-, Identitätsprüfungs- und Adressmanagementlösungen. Melissa unterstützt Unternehmen bei der Kundengewinnung und -bindung, bei der Validierung und Korrektur von Kontaktdaten, bei der Optimierung des Marketing-ROIs sowie beim Risikomanagement. Seit 1985 ist Melissa für Unternehmen wie die Mercury Versicherung, Xerox, Disney, AAA und Nestlé ein zuverlässiger Partner bei der Verbesserung der Kundenkommunikation.

### Deutschland

**Cäcilienstr. 42-44**  
**50667 Köln**

+49 (0) 221 97 58 92 40

---

### U.S.

1 800 MELISSA (635 4772)

### INDIA

+91 (0)80 4854 0142

### AUSTRALIA

+61 02 8091 6000

### CANADA

1 800 635 4772

### UK

+44 (0)20 7718 0070

### SINGAPORE

+65 8 2997442