



SAP® Customer Data Cloud: Personalisierte Marketingkampagnen steigern das Kundenvertrauen

- Mehrheit der Marketer sieht Anpassungsbedarf mit Blick auf die neuen Datenschutzbestimmungen (DSGVO)
- Studie von SAP Hybris und CMO Council zeigt: DSGVO gilt als Chance für die Stärkung der Kundenloyalität

München, 16. Mai 2018 – SAP SE lanciert mit [SAP® Customer Data Cloud von Gigya](#) die branchenweit einzige Lösung, die ein konsensbasiertes Datenmodell verwendet. Customer Data Cloud fördert vertrauliche Geschäftsbeziehungen, indem Kunden mehr Transparenz und Kontrolle hinsichtlich ihrer persönlichen Daten erhalten.

Verbraucher wollen zunehmend selbst bestimmen, wer auf welche Weise mit ihren Daten umgeht. Diesen Anforderungen wird die aus SAP Customer Identity, SAP Customer Consent und SAP Customer Profile bestehende Suite gerecht. Zugleich sind Unternehmen mit einer Vielzahl an lokalen und regionalen Vorschriften konfrontiert, die den Datenschutz bis ins Detail regeln. SAP Customer Data Cloud ist die einzige Cloud-Lösung, mit der sich diese Anforderungen erfüllen lassen, indem Front und Back Office nahtlos miteinander verknüpft werden.

„Bei dem Versuch, ihre Kunden zu verstehen, greifen Unternehmen auf die verschiedensten Methoden und externen Daten zurück. Das Resultat ist oft eine Nutzererfahrung, die wenig befriedigt“, weiß **Alex Atzberger, President SAP Customer Experience von SAP**. „Mit SAP Customer Data Cloud erfahren Marketingexperten ganz genau, welche Präferenzen ein Kunde hat. Und wenn der Kunde weiß, welche persönlichen Daten verwendet werden und wie er dies kontrollieren kann, wird er eher bereit sein, diese Daten zur Verfügung zu stellen, um zielgenaue Inhalte und Services zu erhalten. Das Ergebnis ist dann eine verbesserte Nutzererfahrung.“

Am 25. Mai 2018 tritt die Datenschutz-Grundverordnung ([DSGVO](#)) in Kraft. Im März und April führen SAP Hybris (SAP) und der CMO Council daher eine Befragung unter 165 Marktern in Nordamerika, Europa, Asien/Pazifik, Afrika, Südamerika und dem Nahen Osten durch. Drei Viertel der Befragten glauben demnach, dass die DSGVO die Verwendung von Kundendaten transparenter machen wird. Trotz dieser positiven Einschätzung verfügt nur etwas mehr als die Hälfte über eine entsprechende Compliance-Strategie und ist bereits dabei, die notwendigen Änderungen vorzunehmen.

„Vertrauen ist die ultimative Währung in der digitalen Ökonomie, und die DSVO beruht auf genau dieser Erkenntnis“, erklärt **Gigya-CEO Patrick Salyer**. „Für eine erfolgreiche Interaktion mit ihren Kunden müssen Unternehmen in der Lage sein, Verbraucher über alle Kanäle hinweg zu identifizieren und anzusprechen. In ihrem Bestreben, Kunden besser kennenzulernen, müssen sie deren Bedürfnis nach Datenschutz respektieren. Wenn ihnen dies gelingt, kann aus der Compliance ein Konkurrenzvorsprung werden.“

SAP Customer Data Cloud hilft Unternehmen dabei, zu einer besseren Kundenbindung und -loyalität zu gelangen, indem es eine transparente, flexible und sichere Digitalerfahrung bereitstellt. Die neue Lösung ermöglicht ihnen die zuverlässige Einhaltung von Datenschutzregelungen wie der DSGVO. Denn sie erfasst, verwaltet und synchronisiert Nutzerpräferenzen und Einwilligungserklärungen für den gesamten SAP-Technologiestack und Kundenlebenszyklus zentral.

Ausführliche Informationen zur SAP Customer Experience Suite erhalten Sie im <http://www.hybris.com/news-center> oder auf Twitter unter [@saphybris](#).

Besuchen Sie das [SAP News Center](#). Folgen Sie SAP auf Twitter unter [@sapnews](#).

Informationen zu SAP

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 365.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter www.sap.de.

###

Sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, die keine vergangenheitsbezogenen Tatsachen darstellen, sind vorausschauende Aussagen wie im US-amerikanischen „Private Securities Litigation Reform Act“ von 1995 festgelegt. Wörter wie „vorhersagen“, „glauben“, „schätzen“, „erwarten“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „planen“, „davon ausgehen“, „können“, „sollten“, „werden“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf SAP sollen solche vorausschauenden Aussagen kennzeichnen. SAP übernimmt keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen zu aktualisieren oder zu korrigieren. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen können. Auf die Faktoren, die das zukünftige finanzielle Abschneiden von SAP beeinflussen könnten, wird ausführlicher in den bei der US-amerikanischen „Securities and Exchange Commission“ (SEC) hinterlegten Unterlagen eingegangen, unter anderem im letzten Jahresbericht Form 20-F. Die vorausschauenden Aussagen geben die Sicht zu dem Zeitpunkt wieder, zu dem sie getätigten wurden. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessenes hohes Vertrauen zu schenken.

© 2017 SAP SE. Alle Rechte vorbehalten.

SAP und andere in diesem Dokument erwähnte Produkte und Dienstleistungen von SAP sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP SE in Deutschland und anderen Ländern. Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite <http://global.sap.com/corporate-de/legal/copyright/index.epx>.

Ansprechpartner für die Presse:

eloquenza pr gmbh, Ina Rohe, +49 89 2420380, saphybris@eloquenza.de, CET

Michael Baxter, SAP, +49 151 1719 6185, m.baxter@sap.com, CET

Pressebereich im SAP News Center: press@sap.com