



udo

powered by

Schober

# Die Customer Data Platform für den Mittelstand

Wie Schober mit udo eine sofort einsatzbereite, KI-fähige CDP für echte Datenintelligenz liefert

# Inhaltsverzeichnis

- Was Sie erwartet .....3**
- Einleitung: CDPs und der Mittelstand .....4**
- Typische Hürden für mittelständische Unternehmen.....5**
- Was udo anders macht – die Lösung für den Mittelstand .....6**
- Das Schober Datenuniversum: Integriert. Qualifiziert. Nutzbar. ....7**
- Von Datenqualität zur KI-Fähigkeit .....9**
- Zugriff auf Neupotenziale – kanalübergreifend aktivieren ..... 10**
- Technische Realität: Plug & Play statt Migrations-Marathon ..... 11**
- Fazit: udo bringt Daten auf den Punkt..... 12**



# Was Sie erwartet

## Zusammenfassung für Entscheider

In diesem Whitepaper erfahren Sie, warum udo – die Customer Data Platform von Schober – speziell für die Anforderungen des Mittelstands entwickelt wurde.

Es zeigt auf, wie Sie ohne langwierige IT-Projekte und ohne eigene Ressourcen sofort von konsolidierten, qualifizierten und KI-fähigen Kundendaten profitieren.

Sie erhalten Antworten auf zentrale Fragen:



- Welche typischen Hürden stehen dem Mittelstand bei der Einführung einer CDP im Weg – und wie umgeht udo diese?
- Wie sorgt udo mit dem integrierten Schober-Datenuniversum für saubere, anreicherbare und analysierbare Daten?
- Warum ist die erste Stufe der Brahm'schen Treppe – die Datenbereinigung – entscheidend, um verlässliche Analysen und kanalübergreifende Kampagnen zu ermöglichen?
- Wie identifizieren Sie Neupotenziale für Post, E-Mail und Digital – direkt aus der Plattform?
- Welche Vorteile bietet udo durch Plug & Play-Einstieg ohne Migration und ohne IT-Aufwand?

Kurzum: Dieses Whitepaper richtet sich an Entscheider, die schnell, sicher und wirkungsvoll in datengestütztes Marketing einsteigen möchten – und dafür eine Lösung suchen, die zur Realität des Mittelstands passt.

Wenn Sie Fragen haben oder einzelne Aspekte vertiefen wollen, wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!

Ihr Schober-Team

# Einleitung: CDPs und der Mittelstand

## Warum der Mittelstand eine CDP braucht, die nicht nach Konzernmaßstäben funktioniert

Customer Data Platforms (CDPs) versprechen, Daten zu vereinheitlichen, Kunden besser zu verstehen und personalisierte Kommunikation zu ermöglichen. Sie gelten als Schlüsseltechnologie für datengetriebenes Marketing und datenbasierte Vertriebsprozesse. In großen Unternehmen gehören CDPs längst zur digitalen Infrastruktur – betrieben von spezialisierten Data-Teams, integriert in komplexe Systemlandschaften und unterstützt durch millionenschwere Budgets. Doch was in Konzernen funktioniert, skaliert nicht automatisch im Mittelstand. Denn mittelständische Unternehmen ticken anders:



- Sie verfügen selten über eigene Data Engineers oder IT-Architekten.
- Projekte müssen nicht nur wirtschaftlich, sondern vor allem ressourcenschonend realisierbar sein.
- Lösungen müssen schnell zum Einsatz kommen – ohne langwierige Implementierungsphasen.
- Die Datengrundlagen sind oft heterogen, verteilt und unstrukturiert.

### Überdimensioniert, komplex und teuer

Klassische CDPs wie Salesforce, Adobe oder SAP bieten umfangreiche Funktionalitäten – doch diese setzen umfangreiche Vorkenntnisse, Integrationsaufwand und interne IT-Projektleitung voraus. Für viele mittelständische Unternehmen bedeutet das: zu komplex, zu teuer, zu aufwändig.

Was der Mittelstand stattdessen braucht, ist eine Lösung, die realitätsnah, pragmatisch und sofort wirksam ist. Eine CDP, die ohne dediziertes Projektteam funktioniert, sich an vorhandene Strukturen anpasst – und sofort Mehrwert liefert.

Genau hier setzt udo an: eine Customer Data Platform, die diese Lücke schließt. Sie wurde speziell dafür entwickelt, die realen Bedingungen und Strukturen mittelständischer Unternehmen zu berücksichtigen – mit begrenzten internen Ressourcen, hoher operativer Auslastung und zugleich wachsendem Druck zur Digitalisierung.

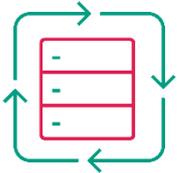
udo ist dort stark, wo viele andere Lösungen überfordert sind: beim Einstieg. Statt monatelanger Implementierungsprojekte und teurer Customizing-Phasen ermöglicht udo den direkten Start – datenschutzkonform, ressourcenschonend und mit dem Fokus auf schnellen, sichtbaren Nutzen. Damit wird udo nicht zum nächsten IT-Großprojekt, sondern zur pragmatischen Lösung für datenbasiertes Wachstum im Mittelstand. Eine Customer Data Platform, die speziell für mittelständische Unternehmen entwickelt wurde – mit sofortigem Nutzen, einfacher Handhabung und echter Datenintelligenz, die auch ohne Data Science Background funktioniert.

# Typische Hürden für mittelständische Unternehmen

## Warum viele CDP-Projekte gar nicht erst starten – und woran es wirklich liegt

Die Einführung einer Customer Data Platform im Mittelstand scheitert häufig nicht am Willen zur Digitalisierung, sondern an den strukturellen Realitäten im Tagesgeschäft. Zwar erkennen viele Geschäftsführungen das Potenzial datengetriebener Kundenansprache, doch in der operativen Umsetzung tun sich Hürden auf, die sich kaum mit Standardlösungen überwinden lassen.

### Dezentrale Daten als zentrales Problem



Die Datenlandschaft ist in den meisten mittelständischen Unternehmen historisch gewachsen – und entsprechend heterogen. Kundendaten liegen verteilt über ERP-Systeme, CRM-Anwendungen, Shopsysteme, Newsletter-Tools oder sogar noch in Excel-Dateien.

Diese Silos zu durchbrechen und ein einheitliches, konsolidiertes Datenmodell zu schaffen, ist anspruchsvoll – vor allem, wenn die IT-Abteilung aus zwei Personen besteht und keine Ressourcen für Integrationsprojekte vorhanden sind.

Hinzu kommt eine strategische Unsicherheit:

- Wie groß ist der tatsächliche Nutzen einer CDP?
- Wann zeigt sich der Return on Investment?
- Wie aufwendig ist der laufende Betrieb?

Diese Fragen bleiben oft unbeantwortet – oder werden von Anbietern nur vage beantwortet. Und dann ist da noch der Datenschutz: Gerade Cloud-Lösungen begegnen bei mittelständischen Entscheidern oft Skepsis, sei es aus regulatorischen oder kulturellen Gründen.

Was bleibt, ist ein hoher Wunsch nach besserer Datenverfügbarkeit – aber auch die Angst, ein weiteres IT-Projekt zu starten, das mehr Ressourcen bindet als es Nutzen bringt. Die Folge: Man bleibt im Status quo, arbeitet mit fragmentierten, unvollständigen und nicht analysierbaren Datenbeständen – und verschenkt das volle Potenzial, das in den eigenen Daten steckt.

# Was udo anders macht – die Lösung für den Mittelstand

## Ein pragmatischer Weg zu echten Kundendaten – ohne IT-Hürden

udo wurde von Grund auf so konzipiert, dass Unternehmen unabhängig von ihrer IT-Infrastruktur direkt einsteigen können – ganz ohne komplexe Migrationsprojekte oder langwierige Vorarbeiten. udo denkt nicht in Integrationen, sondern in Lösungen.

Anstatt sämtliche Systeme anzubinden, genügt zunächst ein einfacher Upload der vorhandenen Daten in die private udo-Cloud. Dort beginnt die Plattform sofort mit der Prüfung, Konsolidierung und Anreicherung – automatisch, DSGVO-konform und in einer geschützten Cloud-Instanz, die in Deutschland gehostet wird.

Die Bedienoberfläche ist so gestaltet, dass auch Fachabteilungen ohne technische Kenntnisse eigenständig mit den Daten arbeiten können. Marketing- und Vertriebsverantwortliche erhalten sofort Zugang zu analysierbaren Segmenten, Zielgruppenprofilen und aktivierbaren Kampagnendaten. Innerhalb weniger Tage entstehen erste wertvolle Insights – und der Grundstein für nachhaltige Kundendatenstrategie ist gelegt.

Statt umfangreicher Integration genügt ein einfacher Upload der vorhandenen Daten in die private udo-Cloud.



Dort beginnt die Plattform sofort mit der Konsolidierung, Prüfung und Anreicherung – vollständig DSGVO-konform, sicher in Deutschland gehostet und ohne IT-Aufwand auf Kundenseite.

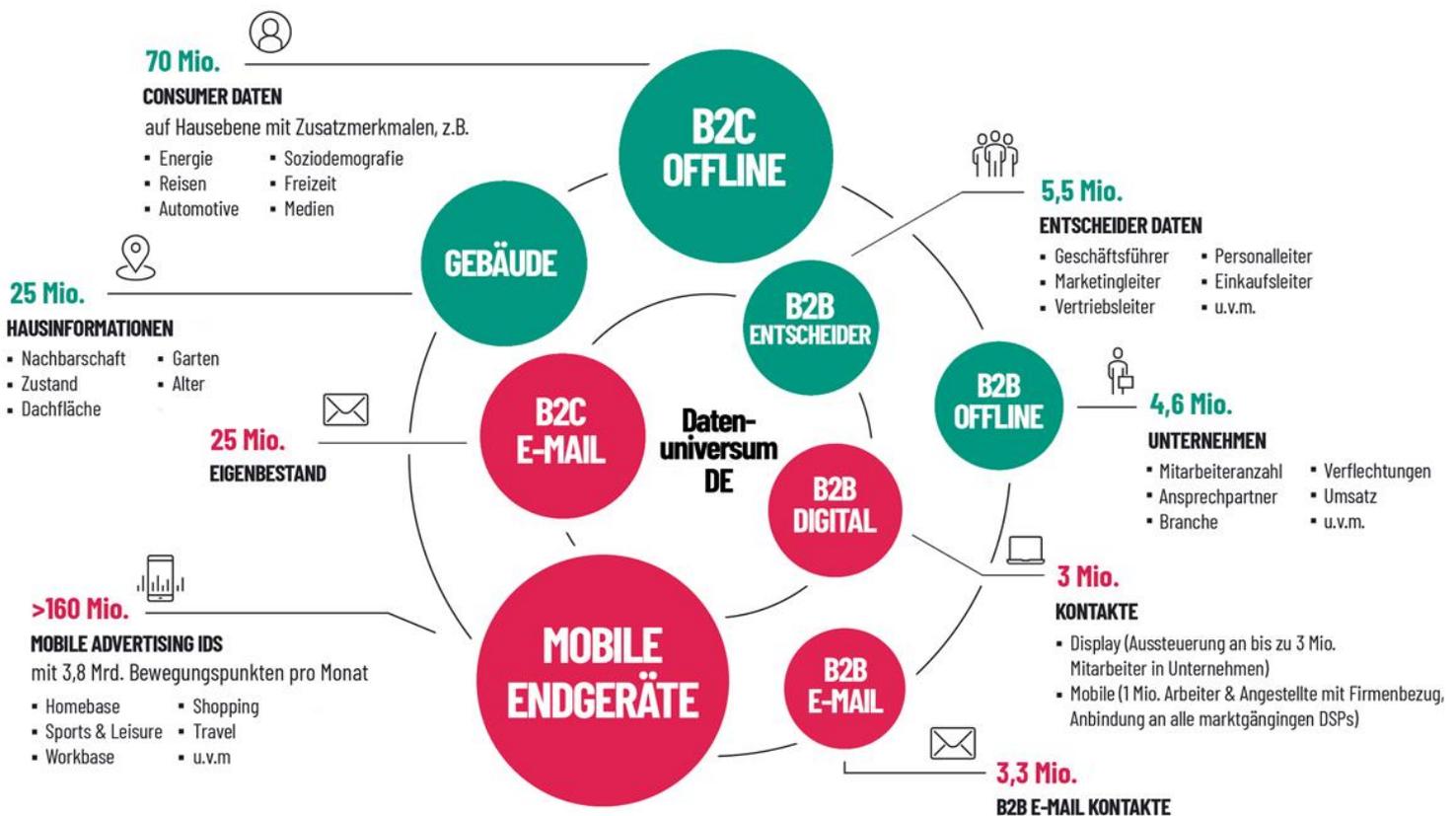
Die Benutzeroberfläche ist intuitiv gestaltet und erlaubt Marketing- und Vertriebsabteilungen, unabhängig von IT oder Data Science zu arbeiten. Innerhalb weniger Tage können Unternehmen erste Segmente erstellen, Kundenprofile analysieren und gezielte Kampagnen ausspielen.

# Das Schober Datenuniversum: Integriert. Qualifiziert. Nutzbar.

## Was eine CDP wirklich wirkungsvoll macht

Ein zentrales Alleinstellungsmerkmal von udo ist der direkte Zugriff auf das integrierte **Schober Datenuniversum**. Während viele CDPs ausschließlich auf die Bestandsdaten ihrer Nutzer beschränkt bleiben, kann udo zusätzlich auf Millionen validierter B2B- und B2C-Datensätze zugreifen – in Echtzeit, kontextbasiert und datenschutzkonform.

### 1 Das Schober Datenuniversum



Dieser Zugriff ermöglicht vor allem eine qualitative Aufwertung der gesamten Kundenbasis. Unternehmensgrößen, Branchenklassifikationen, geografische Merkmale, Haushaltsstrukturen, Kaufkraftdaten oder digitale Affinitäten – all das steht auf Knopfdruck zur Verfügung. udo macht aus simplen Rohdaten wertvolle Entscheidungsgrundlagen für Marketing und Vertrieb.

Um einen optimalen Abgleich der eigenen Daten gegen das Schober Datenuniversum zu gewährleisten, müssen die Daten jedoch zunächst zusammengeführt und bereinigt werden. Denn nur eine saubere Datenbasis verspricht hohe Matching-Quoten.

udo stellt sicher, dass diese Basis geschaffen ist – automatisch, nachvollziehbar und effizient.

## Bereinigung und Anreicherung – Stufen 1+2 der „Brahm’schen Treppe“

- Adressvalidierung und Dublettenabgleich in Echtzeit
- Anreicherung mit Geo-, Branchen- und Strukturdaten
- Matching mit Bestandskunden
- Automatische Klassifikation und Scoring

Bereits beim Upload prüft udo die übermittelten Datensätze auf Dubletten, syntaktische Korrektheit und inhaltliche Vollständigkeit. Dabei greift die Plattform auf Schober-Logiken zurück, die seit Jahrzehnten im Adressqualitätsmanagement etabliert sind.

Martin Brahm, Erfinder der sogenannten Brahm'schen Treppe, erklärt: „Die Basis einer erfolgreichen Datenstrategie ist eine saubere, einheitliche Datenbasis. Erst wenn ich meine eigenen Daten konsolidiert und bereinigt habe – also Stufe 1 der Brahm'schen Treppe meistere –, kann sich das volle Potenzial der Anreicherung mit Dritt- und Schober-Daten entfalten. Nur so werden Customer Insights, zielgerichtete Analysen und eine effiziente Aussteuerung überhaupt möglich.“

udo übernimmt genau diesen entscheidenden ersten Schritt automatisch – und macht damit den Einstieg in professionelles, datengestütztes Marketing auch für mittelständische Unternehmen realisierbar.

## 2 Die Brahm'sche Treppe



# Von Datenqualität zur KI-Fähigkeit

## Wie saubere Daten die Tür zu intelligenter Automatisierung öffnen

Durch die systematische Bereinigung und Anreicherung entstehen moderne, strukturierte Datenbestände. Diese stellen die notwendige Voraussetzung für den Einsatz von Machine Learning und KI-gestützten Analyseverfahren dar – denn selbst der beste Algorithmus funktioniert nur so gut wie die Daten, mit denen er trainiert wird.

udo übersetzt die qualifizierten Daten automatisch in Formate, die für automatisierte Analysen und Prognosen geeignet sind. Das ermöglicht eine neue Qualität an Zielgruppenverständnis – und zwar auch ohne eigenes Data-Science-Team.

So lassen sich z. B. Personas durch Ähnlichkeitsanalysen datenbasiert ableiten oder Customer Lifetime Value und Kaufwahrscheinlichkeiten präzise modellieren. Predictive Analytics, die bisher Großkonzernen vorbehalten waren, werden mit udo zum Werkzeug für mittelständische Marketingverantwortliche.

Auch automatisierte Trigger-Kampagnen und intelligente Segmentlogiken können mit wenigen Klicks aufgesetzt werden. Die Plattform liefert dazu Empfehlungen, basierend auf Nutzungsmustern und dem Verhalten ähnlicher Zielgruppen – datengestützt, transparent und sofort umsetzbar.

Was bislang großen Konzernen mit eigenen Data-Science-Teams vorbehalten war, steht nun auch mittelständischen Marketern zur Verfügung – ganz ohne technisches Vorwissen.

### Auf einen Blick:

- Zielgruppensegmentierungen auf Basis echter Verhaltensdaten
- Ähnlichkeitsanalysen und Predictive Models
- Kaufwahrscheinlichkeiten und Customer Lifetime Value Prognosen
- Automatisierte Trigger- und Kampagnensteuerung



# Zugriff auf Neupotenziale – kanalübergreifend aktivieren

## Neue Kunden erreichen – mit Schober-Daten und udo-Logik

Ein weiterer USP: Mit udo lassen sich nicht nur bestehende Kundenprofile analysieren und weiterentwickeln – die Plattform ermöglicht auch den gezielten Zugriff auf Neukundenpotenziale. Dafür steht das umfassende Datenuniversum von Schober bereit, das über verschiedene Zielgruppenmerkmale hinweg segmentiert werden kann.

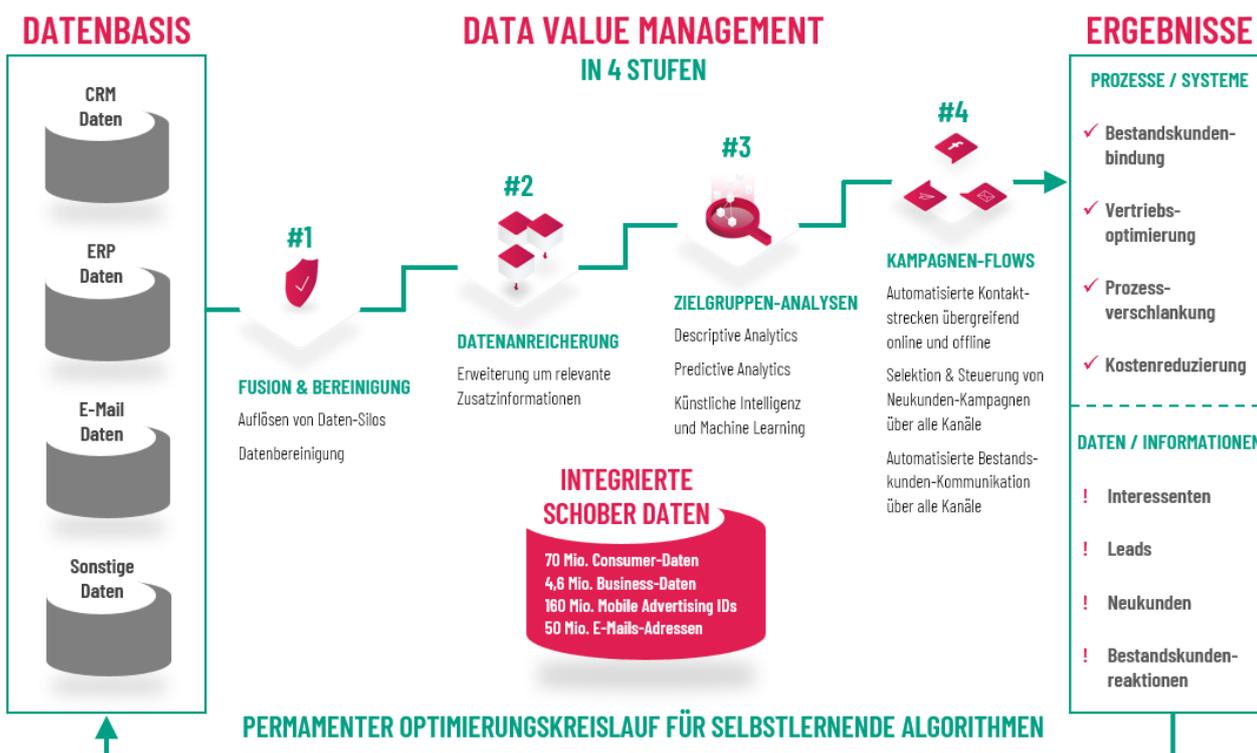
So können beispielsweise Unternehmen identifiziert werden, die einer bestimmten Branche angehören, in einem spezifischen Vertriebsgebiet sitzen oder vergleichbare Kaufverhalten wie bestehende Kunden zeigen. Diese Potenziale lassen sich nahtlos in Marketing- und Vertriebsmaßnahmen überführen – kanalübergreifend und aus einer Plattform heraus steuerbar:

- Postalisch: Gezielte Direktmailings mit validierten Adressen
- E-Mail: Versand an geprüfte, permission-basierte Kontakte
- Digital: Erstellung und Export von Custom Audiences für Social Ads und Display-Kampagnen

Damit wird udo zur Schaltzentrale einer intelligenten Kundengewinnung. Die Plattform bringt neue Zielgruppen mit den passenden Kanälen zusammen – und liefert zugleich die Datenbasis für eine messbare Erfolgskontrolle.

### 3 Datenkreislauf in udo

## DATENSTRATEGIE FÜR DEN PERFEKTEN KUNDENAUSBAU



# Technische Realität: Plug & Play statt Migrations-Marathon

## Daten nutzen, ohne Technikprojekte zu starten

Während andere CDPs auf umfangreiche IT-Integration setzen, verfolgt udo den entgegengesetzten Ansatz: schnell starten, ohne tiefgreifende Eingriffe in bestehende Systeme.

Der Einstieg erfolgt denkbar einfach – durch den Upload der vorhandenen Kundendaten in eine sichere, dedizierte Cloud-Instanz. Kein Installationsaufwand, keine Abhängigkeit von internen IT-Ressourcen, keine zusätzlichen Lizenzmodelle für Drittsysteme. Die Bedienung erfolgt webbasiert über eine moderne, übersichtliche Benutzeroberfläche.

Bei Bedarf kann udo über standardisierte Schnittstellen (REST-API) mit CRM-, ERP- oder Shop-Systemen verbunden werden – die Anbindung ist möglich, aber kein Muss. Gerade für mittelständische Unternehmen mit schlanken IT-Strukturen ist das ein entscheidender Vorteil.



### Der Effekt:

Innerhalb weniger Tage ist die Plattform einsatzbereit.

Marketer und Vertriebsteams können unmittelbar mit der Arbeit beginnen – ohne Projektplan, ohne Meetings, ohne Abhängigkeit von externen Dienstleistern.

## Fazit: udo bringt Daten auf den Punkt

### Ein echter Unterschied für mittelständisches Datenmarketing

udo ist die Customer Data Platform, die Mittelstand kann – weil sie nicht versucht, Konzernlösungen zu kopieren, sondern echte Praxisprobleme löst. Sie macht Daten nutzbar, anstatt neue technische Hürden zu schaffen.

Durch den Fokus auf einfache Nutzung, schnelle Implementierung und integrierte Datenintelligenz ermöglicht udo einen Zugang zu datengestütztem Marketing, der bislang vielen Unternehmen verwehrt blieb.

Die Verbindung von Datenbereinigung, Anreicherung, Analysefähigkeit und kanalübergreifender Aktivierung in einer Plattform ist einzigartig – und vor allem: sofort verfügbar.



**udo ist keine Zukunftsvision, sondern ein einsatzbereites Werkzeug.**

**Für alle, die mehr aus ihren Kundendaten machen wollen. JETZT.**

## WIR BERATEN SIE GERNE

### Über Schober Information Group Deutschland GmbH:

Die Schober Information Group ist der datenstrategische Partner für den Mittelstand. Seit Jahrzehnten unterstützen wir Unternehmen dabei, ihre Kundendaten strukturiert aufzubauen, intelligent zu nutzen und zielgerichtet in Vertrieb und Marketing einzusetzen. Mit leistungsstarken Datenbeständen, validierten Zielgruppenprofilen und der KI-fähigen Customer Data Platform udo liefert Schober genau das, was mittelständische Unternehmen heute brauchen: Klarheit in der Datenbasis, Erkenntnisse statt Vermutungen – und aktivierbare Potenziale über alle Kanäle hinweg.

Ob CRM-Optimierung, Leadgenerierung oder digitaler Kundenausbau: Schober verbindet Datenkompetenz mit Technologie und macht daraus echte Marktchancen. Datenschutzkonform. Sofort einsetzbar. Made in Germany.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [www.schober.de](http://www.schober.de)

Mehr zu udo finden Sie unter: [schober.de/udo](http://schober.de/udo)



**Rufen Sie uns an:  
+ 49 (0)711 953584-0**



**Oder schreiben Sie uns:  
[contact@schober.de](mailto:contact@schober.de)**