

ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

## EPISERVER ÜBERNIMMT OMNICHANNEL-KAMPAGNEN-ANBIETER OPTIVO

*Unternehmen profitieren von orchestrierten und optimierten Kundenerlebnissen im Cross-Channel*

**IRVINE (KALIFORNIEN) / BERLIN, 4. Oktober 2016** – [Episerver™](#), ein Anbieter für intelligentes Management von Content, E-Commerce und Digital-Marketing zentral in der Cloud, gibt heute die Übernahme von [Optivo](#) bekannt, einem Anbieter von Omnichannel-Kampagnen-Lösungen kombiniert mit marktführenden Segmentierungsmöglichkeiten.

Dank der Möglichkeiten von Optivo im Omnichannel- und E-Mail-Marketing kann Episerver ab sofort kanalübergreifend deutlich kontextrelevantere Kundenerlebnisse anbieten. Das Ziel der Übernahme sind relevante Botschaften, am richtigen Kontaktpunkt und zum passenden Zeitpunkt für jeden einzelnen Kunden. Die Zusammenarbeit zwischen Episerver und Optivo ist darauf ausgelegt, die Segmentierungsmöglichkeiten in der Cloud weiter zu verfeinern. Zugleich sollen die Möglichkeiten in den Bereichen Social Marketing, Kundeninteraktion und Analyse im Sinne der Optivo-Kunden vertieft und weiterentwickelt werden. So soll Optivo auch weiterhin innovative und marktführende Lösungen anbieten.

Optivo-Kunden erhalten Zugriff auf das umfassende globale Netzwerk von-. Zugleich profitiert Episerver von der herausragenden Marktstellung von Optivo im deutschsprachigen Raum. Damit sind beste Voraussetzungen für ein gemeinsames künftiges Wachstum gegeben.

„Durch die Übernahme von Optivo machen wir mit unserer Digital Experience Cloud™ einen ganz großen Schritt nach vorn. Mit Optivo sichern wir uns ein wahrhaft visionäres Unternehmen für die kanalübergreifende Kundeninteraktion in Echtzeit, das sich als zuverlässiger und skalierbarer Anbieter vielfach bewährt hat,“ erklärt Mark Duffell, Präsident und CEO von Episerver. „Dank Optivo können unsere Kunden nicht nur ihr Marketing und ihre Verkaufsstrategien schneller und deutlich effektiver auf den Weg bringen, sondern auch die Customer Journey auf das nächste Level heben. Hierbei dreht sich alles darum, Kunden zu gewinnen, mit ihnen zu interagieren, diese zu konvertieren und Kundenbeziehungen zu pflegen.“

Diese Episerver-Ankündigung erfolgt unmittelbar nach der Übernahme von [Peerius](#), einem Anbieter für intelligente, cloudbasierte Omnichannel-Personalisierungen im Enterprise-Bereich. Beide Akquisitionen sind zentrale Maßnahmen im Rahmen der Episerver-Vision „[Autonomous Personalization](#)“. Damit können Unternehmen das Kundenverhalten und -interesse antizipieren und kanalübergreifend in einen One-to-One-Dialog treten, wobei effektive Personalisierungsmaßnahmen für Interaktion sorgen.

Episerver plant, die multidimensionalen Segmentierungsmöglichkeiten und den eventbasierten Nachrichtenversand von Optivo mit dem maschinenbasierten Lernen für Predictive- und Echtzeit-Analysen von Peerius zu verbinden. Zugleich bereichert Optivo das Episerver-Angebot im Omnichannel-

und E-Mail-Marketing durch erfolgreiche Kampagnen-Lösungen. Episerver ergänzt sich wiederum mit Optivo durch seine Angebote im Content Management, E-Commerce, Social und Mobile Marketing. Für Unternehmen ergeben sich daraus ganzheitliche Kundenerlebnisse im Cross-Channel.

„Wir freuen uns sehr, dass Optivo nun ein zentraler Bestandteil der Episerver Digital Experience Cloud ist. Unser Angebot im Omnichannel- und E-Mail-Marketing wird dadurch geradezu perfekt ergänzt,“ erläutert Dr. Rainer Brosch, CEO von Optivo. „Im Sinne unserer Kunden konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen. Im Zusammenspiel mit Episerver können wir künftig deutlich globaler agieren und unsere internationale Marktpräsenz beschleunigt ausbauen. Neben dem weltweiten Netzwerk wollen wir von dem großen Kundenstamm und dem Partner-Ökosystem von Episerver profitieren.“

Die Akquisition orientiert sich an den aktuellen Anforderungen im digitalen Marketing. Gemäß einer neuen Studie der Marktforscher von Forrester ist für 52 % der Unternehmen das Verständnis kanalübergreifender Kundenbewegungen die größte Herausforderung in den nächsten zwei Jahren. Weitere Herausforderungen sind mehr Kundeninteraktion und -loyalität (38 %), integrierte Online- und Offline-Maßnahmen (38 %) sowie die Marketing-Attribution im Austausch mit dem Kunden (40 %).<sup>1</sup>

Optivo bleibt auch nach der Übernahme als eigenständige Einheit bestehen und wird auch künftig von den Geschäftsführern Dr. Rainer Brosch und Thomas Diezmann geleitet. Die Zugehörigkeit zu Episerver kommt fortan durch den Namenszusatz „Optivo, ein Episerver Unternehmen“ zum Ausdruck.

### **Über Episerver**

Episerver bietet marktführende Lösungen für digitales Marketing und E-Commerce. Damit können Unternehmen einzigartige digitale Kundenerlebnisse realisieren – und dass mit messbaren Geschäftserfolgen. Die Episerver Digital Experience Cloud™ verbindet Content, E-Commerce, Multichannel-Marketing und Predictive-Analysen in einer zentralen Plattform für ein ganzheitliches und extrem bedienerfreundliches Online-Business. Das Angebot reicht von der Lead-Generierung über intelligente Echtzeit-Personalisierungen bis hin zu konversionsstarken und wiederkehrenden Geschäftsanwendungen. Episerver zeichnet sich durch ein komplettes Ökosystem im Experience-Business aus. Auch Top-Unternehmen profitieren von disruptiven Transformationsstrategien und von besonderen Kundenerlebnissen bei einer Vielzahl an Kontaktpunkten. Das 1994 gegründete Unternehmen verfügt über Niederlassungen in Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Großbritannien, den Niederlanden, Norwegen, Polen, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, den USA und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Weitere Informationen unter: [www.episerver.com](http://www.episerver.com)

### **Über Optivo**

Als marktführender Anbieter für Omnichannel- und E-Mail-Marketing-Kampagnen schafft Optivo die Voraussetzung für kanalübergreifende One-to-One-Dialoge in Echtzeit. Die Omnichannel-Lösungen und -Dienstleistungen unterstützen die Unternehmen dabei, Kampagnen zu erstellen, zu orchestrieren, auszuführen und zu analysieren. Für einen regelmäßigen und effektiven Kunden-Dialog werden E-Mail, Print, Push, SMS, Fax sowie weitere Marketing-Kanäle unterstützt. Die Unternehmen profitieren von kontextrelevanten Kundenerlebnissen durch multidimensionale Segmentierungsmöglichkeiten. Der Angebotsfokus liegt hierbei auf konversionsstarken und optimierten Kampagnen für den Abverkauf und

---

<sup>1</sup>The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Management, Q2 2016, Forrester, 31. Mai 2016

langfristige Kundenloyalität. Auf das Episerver Unternehmen Optivo vertrauen weltweit zahlreiche Top-Unternehmen – darunter Accor, Air Berlin, Babel, Best Western, Bosch, Deutsche Bahn, Henkel, HolidayCheck, InnoGames, Jack Wolfskin, Olympus, PAYBACK, QVC, TUI, WWF und Zooplus. Weitere Informationen unter: [www.optivo.de](http://www.optivo.de)

###

Rachel Teitt

Sr. Manager, Analyst and Public Relations, Episerver

+1 614 817 1847

[rachel.teitt@episerver.com](mailto:rachel.teitt@episerver.com)

Harald Oberhofer

Leiter Corporate Communications & PR, Optivo

+49 30 173 5703697

[harald.oberhofer@optivo.com](mailto:harald.oberhofer@optivo.com)