



## **Episerver bereitet Übernahme von Experience-Optimization-Plattform Optimizely vor**

*Durch den Zusammenschluss der Unternehmen wird Episerver zu einer der modernsten und leistungsstärksten Digital-Experience-Plattformen am Markt*

**Berlin, 7. September 2020\_ [Episerver](#)**, Anbieter für smarte CMS-, E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Lösungen, hat eine endgültige Übernahmevereinbarung mit Optimizely getroffen. Mit dieser Akquisition entsteht eine zukunftsweisende Digital-Experience-Plattform, die es Unternehmen und Händlern ermöglicht, jeden Touchpoint entlang der gesamten User Journey zu optimieren.

Optimizely ist mit mehr als 900 Kunden Marktführer im schnell wachsenden Segment der User-Experience-Optimierung – der Vorteil dabei: Unternehmen erkennen durch Testing im Voraus, was bei den Usern funktioniert. Die skalierbare Plattform liefert datengetriebene User Journeys unter anderem für Top-Marken wie Peloton, Nike und Uber.

### **Details zur Transaktion**

Episerver ist ein Portfoliounternehmen in Privatbesitz, das 2018 für 1,16 Milliarden Dollar von Insight Partners erworben wurde. Insight Partners trat im Zuge der Übernahme von Optimizely als strategischer Berater in Erscheinung – ebenso wie bei der Übernahme des B2B-Commerce-Marktführers Insite Software und des Analytics- und Personalisierungsanbieters Idio im Jahr 2019. Für Optimizely war Goldman Sachs & Co. LLC als exklusiver Finanzberater tätig.

Vor dem Hintergrund der üblichen Abschlussbedingungen und behördlicher Genehmigungen wird die Übernahme von Optimizely voraussichtlich im vierten Quartal 2020 abgeschlossen. Bis zu diesem Zeitpunkt werden die Unternehmen weiterhin unabhängig operieren.

### **Neuer Branchenstandard in Sachen Digital Experience**

„Seit fast drei Jahrzehnten unterstützt Episerver seine Kunden dabei, ihr Geschäft mit Content-getriebenen Digital Experiences voranzutreiben“, sagt Alex Atzberger, CEO von Episerver. „Jetzt steht die bedeutendste Entwicklung unserer Unternehmensgeschichte an. Mit der Übernahme von Optimizely entsteht ein neuer Branchenstandard. Unternehmen haben die Möglichkeit, datengetriebene Digital Experiences auf einem bislang nicht dagewesenen Niveau zu verwirklichen. Vor diesem Hintergrund kann ich es kaum erwarten, das Team von Optimizely bei uns zu begrüßen.“

### **Optimierung der User Experience als neue Best Practice**

Das Online-Geschäft wächst nach wie vor und damit auch die Ansprüche der Konsumenten. Personalisierte und hochgradig differenzierte Customer Journeys sind im heutigen Omnichannel-Umfeld ein Muss. Dazu müssen Digitalteams aber in der Lage sein, die Bedürfnisse ihrer Kunden zu verstehen, um sie gezielt adressieren zu können.



Episerver erschafft Digital Experiences durch Content und Commerce, während Optimizely jeden einzelnen Punkt der Customer Journey fortlaufend testet und optimiert. Durch diese Kombination entsteht ein einzigartiges System, um:

- **Innovationen voranzutreiben:** Verbesserte Tests sowohl im Front- als auch im Backend mit maßgeschneiderten, einfach anwendbaren Empfehlungen. Auf diese Weise werden Umsätze und die Produktivität gesteigert sowie Kosten minimiert.
- **Agilität zu erhöhen:** Echtzeit-Feedback beschleunigt die Kollaboration und sorgt für eine dynamischere Customer Experience – für eine verbesserte Leadgenerierung und schnellere Time-to-Market.
- **Ergebnisse zu verbessern:** Die Messung von Ergebnissen für verschiedene Alternativen ermöglicht Digitalteams die Orchestrierung individueller, skalierbarer Erlebnisse für jeden Kunden und damit ein Höchstmaß an Kundenengagement und Markendifferenzierung.

„Wer sich heute in der digitalen Welt behaupten will, muss die beste Digital Experience und damit das höchste Maß an Personalisierung liefern“, sagt Jay Larson, CEO von Optimizely. „Episerver und Optimizely verfolgen eine gemeinsame Vision: Die Optimierung sämtlicher Customer Touchpoints mithilfe von Tests und Optimierungen – ohne Zeit und Ressourcen zu verschwenden. Unsere Kunden können nun deutlich mehr testen und das so einfach wie nie zuvor. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Optimierung der Digital Experience durch uns zur flächendeckenden Best Practice wird, die sich beim Kampf um Kunden in der Online-Welt als unverzichtbar erweisen wird.“

#### Über Optimizely

Die Plattform von Optimizely bietet ein umfassendes Set aus Optimierungstechnologien für die Digital Experience. Dazu gehören KI-basierte Personalisierung und Testing. Diese umfasst A/B-Tests, multivariate Tests und serverseitiges Testen. So haben Marken die Möglichkeit, auf Datenbasis relevante Customer Experiences zu generieren, anstatt nur zu raten, was funktionieren könnte. Zu den Kunden von Optimizely zählen international bekannte Marken wie Gap, StubHub, IBM, The Wall Street Journal.

Weitere Informationen unter <https://www.optimizely.com/de/>

#### Über Episerver

Episerver unterstützt die digitale Wachstumsstrategie von Unternehmen durch einen maximal kundenorientierten Ansatz. Die Customer-Centric Digital Experience Plattform erschafft durch Content Management, Commerce und Marketing Automation in Kombination mit intuitiver, datengestützter Personalisierung eine umfassende Digital Experience. Die Plattform wird seit Jahren für ihre Vision, ihre Funktionalität und das Kunden-Commitment bei Branchen-Experten und Analysten geschätzt. Mehr als 825 Mitarbeiter und 900 Partner weltweit unterstützen Kunden bei ihrem Wachstum und dabei ihren Kundenwert sowie ihren Umsatz zu steigern. Zu den über 8.000 Kunden des 1994 gegründeten Unternehmen gehören namhafte Marken wie IKEA, Bosch, Deutsche Bahn, Pizza Hut, Rossmann und Mazda.

Weitere Informationen unter: [www.episerver.de](http://www.episerver.de)