



A SUCCESS STORY

Die Enterprise Cloud für die personalisierte Customer Journey

Warum die PBM AG auf einen Cloud-Anbieter aus der Heimat setzt

Die PBM AG ist ein spezialisierter SaaS-Anbieter, der eine Plattform zur Marketing-Automation und kanalübergreifenden Personalisierung jeglicher Medienformate auf den Markt gebracht hat. Die PBM AG bietet eine Lösung, die in allen Branchen einsetzbar ist, während der Schwer-

punkt bisher auf einer engen Zusammenarbeit mit Unternehmen aus dem Finanz- und Versicherungssektor lag. Dabei ist eine zertifizierte und DSGVO-konforme Cloud-Lösung ein zentraler Baustein im Geschäftsmodell des Kölner SaaS-Anbieters.



DAS ZIEL

Für die äußerst sensiblen und schützenswerten Daten der Banken- und Versicherungsbranche suchte das Kölner IT-Unternehmen eine passende Lösung. Gesucht war eine Private Cloud, bei der die Daten ausschließlich in ISO-zertifizierten deutschen Rechenzentren gehostet werden. Ebenfalls wichtig für die Kölner: eine partnerschaftliche Zusammenarbeit bei der Weiterentwicklung der eigens entwickelten Produkte sowie eine hochskalierbare Infrastruktur, die sich an die Lastspitzen der Kundenkampagnen anpassen lässt.



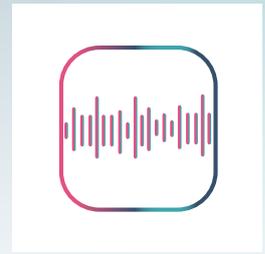
HERAUSFORDERUNGEN

Die Hyperscaler verarbeiten Daten von deutschen Kunden auch im europäischen Ausland. Für die PBM AG war aber maßgeblich, dass die sensiblen Daten von Kunden aus dem Versicherungswesen ausschließlich in Deutschland gespeichert und verarbeitet werden. Zudem musste eine Cloud-Infrastruktur gefunden werden, die in hohem Maße skalierbar ist, da bei der Personalisierung von Content für eine Vielzahl von Kanälen hohe Lastspitzen abgefangen werden müssen.



DIE LÖSUNG

Fündig wurde die PBM AG in der Heimat: Die Enterprise Cloud des Kölner Unternehmens gridscale bietet eine Schnittstelle, über die die PBM AG seine Kubernetes-Cluster für einzelne Kundenprojekte vollautomatisiert, getrennt voneinander steuern und alle benötigten Ressourcen dynamisch skalieren kann. Deutsche Datenschutzstandards und Rechenzentren in Frankfurt überzeugen dabei die sicherheitssensiblen Endkunden aus der Finanz- und Versicherungsbranche.



>> Der Kunde

Die Idee für die Personal Business Machine kam Ralf Pispers im Jahr 2016: als Leiter einer Digitalagentur mit Fokus auf Videoproduktionen war er mit eigenen Kamerateams für große Versicherungskunden tätig und produzierte in den Niederlassungen vor Ort Imagevideos. Nach den Drehs bekam er oft die Rückmeldungen, dass Teams gewachsen waren oder sich andere Dinge in den Büros verändert hatten, sodass das Bildmaterial für die Videos schon nach wenigen Wochen wieder neu gedreht werden sollte.

Um Aufwände zu reduzieren, keimte in Ralf Pispers die Idee auf, Standardvideoformate zu entwickeln, die man jederzeit personalisieren konnte, ohne erneut drehen zu müssen. Da diese Idee auch beim Kunden sehr gut ankam, übertrug Pispers mit seinem Team die Idee der Personalisierung von Videos auf sämtliche Medienformate, also auch Website, Landingpages, Bildformate etc. – Personalisierung »aus der Maschine« quasi. Das war der Startschuss für die Gründung der PBM AG als SaaS-Anbieter 2018.

Marketing Content aus der Maschine – die Produkte

Mit einem eigenen Inhouse-Entwickler-Team schuf Pispers über die Jahre hinweg eine Plattform, die es heute in drei verschiedenen Ausprägungen als SaaS-Produkte am Markt gibt: die **Media Engine**

zur Ausspielung von personalisiertem Content, die **Kampagnenplattform** für die Erstellung von Customer Journeys im Vertrieb und die **TrustITBox** zum sicheren Datenaustausch.

Einsatzgebiete und Anwendungsszenarien

Die SaaS-Lösungen können sowohl als Stand-Alone-Software verwendet, als auch über Schnittstellen in die marktführenden Marketing-Automation- und Customer-Relationship-Management-Systeme wie Hubspot, Salesforce und Co. beim Endkunden integriert werden. Eingesetzt wird die Personal Business Machine schwerpunktmäßig von technologisch orientierten Agenturen, die Marketing-Automation-Kampagnen für Endkunden aus dem Versicherungs- und Finanzwesen realisieren.

In diesen Kampagnen entstehen für den Kunden zum Beispiel Mailings mit Informationen zu Vertragsänderungen- oder Rabattaktionen bei neuen Versicherungsangeboten, oder auch Erklärvideos, die ein neues Versicherungsprodukt darstellen. Im Marketing werden diese Materialien verwendet, um Neukundengeschäft zu akquirieren, aber auch Vertriebsmitarbeitende können davon profitieren, um schnell auf die Bedürfnisse ihrer Bestandskunden zu reagieren und sie zeitnah über Neuerungen in ihren Verträgen zu informieren.

» Ausgangslage und Zielsetzung

Die Entscheidung der PBM für eine Cloud-Infrastruktur eines deutschen Anbieters wurde 2017 getroffen. Zuvor hatte der SaaS-Anbieter über die Jahre bereits einige unterschiedliche Cloud-Lösungen im Einsatz und Erfahrungen mit amerikanischen Hyperscalern gesammelt: »Unsere Plattform haben wir damals mit AWS aufgebaut und wurden durch Kundenprojekte u.a. auch von IBM unterstützt. Vom Funktionsumfang her waren wir mit diesen Cloud-Lösungen zwar zufrieden, allerdings ergaben sich im Laufe der Zeit immer häufiger datenschutzrechtliche Probleme«, erinnert sich Ralf Pispers.

Datenschutzprobleme mit Hyperscalern

Dass sich die amerikanischen Hyperscaler beim Datenschutz nicht nach der DSGVO richten, wurde für PBM zu einer großen Herausforderung – besonders bei der Ausspielung von personalisiertem Content für die Finanz- und Versicherungsbranche.

»Endkunden dieser Branche sind gesetzlich dazu verpflichtet, sehr strenge Prüfungen, z.B. den sogenannten ›Auftragsverarbeitungsvertrag‹ (AVV) durchzuführen. Daher müssen sie genau wissen, wo sich die Rechenzentren befinden, in denen ihre Daten gespeichert und verarbeitet werden. Mit den Hyperscalern im Einsatz konnten wir uns als SaaS-Anbieter nicht zu 100% sicher sein, ob zum Beispiel Backups und Spiegelungen der Daten nicht auch in Rechenzentren im europäischen Ausland geschickt werden. Das hat dazu geführt, dass wir im

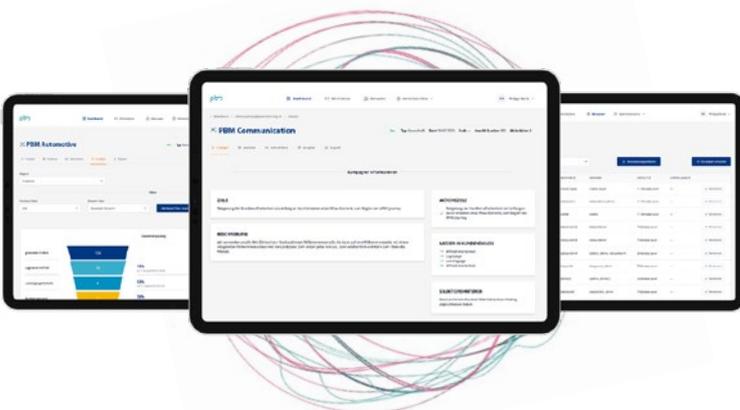


Ralf Pispers, CEO der Personal Business Machine AG

Prüfungsprozess mit potenziellen Kunden aus dieser Branche oft Nachgespräche von ca. 8 Stunden führen mussten. Für unseren Business Case war das einfach zu ineffizient und nicht länger tragbar.«, erklärt Dustin Linchey, Leiter Product & Operations bei der PBM AG.

Das Ziel: eine deutsche Cloud

Ziel der PBM war es also, eine skalierbare deutsche Cloud-Lösung zu finden, die mit den Anforderungen des SaaS-Anbieters wachsen konnte und dabei höchsten DSGVO-Standards mit ISO-zertifizierten deutschen Rechenzentren gerecht wird. Über persönliche Kontakte wurde Geschäftsführer Ralf Pispers hellhörig, als er erfuhr, dass es in der Kölner Nachbarschaft ein damals noch junges deutsches Cloud-Unternehmen gab, das genau diese Anforderungen erfüllte. Nach einer persönlichen Präsentation, bei der gridscale DSGVO-Konformität und Rechenzentren in Frankfurt nachweisen konnte, war die Entscheidung schnell zugunsten des v Cloud-Spezialisten gefallen.



» Realisierung

Seit der Einführung der Cloud-Lösung von gridscale im Jahr 2017 hat sich auch die Plattform von PBM stetig weiterentwickelt und ist zusammen mit gridscales Cloud-Infrastruktur gewachsen. Zum jetzigen Zeitpunkt betreibt PBM die neueste Version seines Produkts (PBM 4.0) in der **gridscale Enterprise Cloud**. Dabei liegen alle Daten der PBM-Kundenprojekte in den Hochsicherheitsrechenzentren Frankfurt 1 und 2. Daneben laufen einige Frontend-Applikationen auf dedizierten Servern, sodass insgesamt ca. 20 Produktinstanzen der Personal Business Machine in der gridscale-Cloud gemanagt werden.

Datenschutz auf höchstem Niveau

Um die Datenschutzkonformität für die unterschiedlichen Kundenprojekte aus der Finanzbranche zu gewährleisten, kann sich die PBM auf die ISO-Zertifikate 27001, 27017 und 27018 verlassen. Sie dienen den datensensiblen Kunden aus dem Versicherungssektor nicht nur als Nachweis für die Integrität der Daten- und Systemsicherheit der gridscale Enterprise Cloud, sondern stellen auch noch die Überwachung und Richtlinien zum Schutz der personenbezogenen Daten in der Cloud sicher.

Kundenmanagement mit Kubernetes-Clustern

Da die verschiedenen Projekte in der Cloud zum Großteil von Agentur-Partnern gemanagt werden, entschied sich die PBM AG dafür, auf Kubernetes-Cluster zu setzen. Das Management der Kundendaten in diesen Container-Clustern bietet den Vorteil, für jeden einzelnen Agenturpartner eine strikt separate Instanz der Personal-Business-Machine-Plattform aufzusetzen, sodass es auf IT-Infrastrukturebene zu keiner Vermischung der Daten kommt und auch hier jederzeit die DSGVO strengstens eingehalten wird.



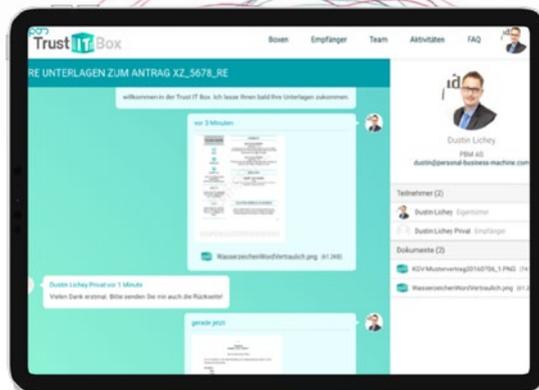
Zusätzliche Ressourcen flexibel skalierbar

Die SaaS-Plattform (bestehend aus Media Engine, Kampagnenplattform und TrustITBox) läuft somit über mehrere Netzwerkknoten in der Cloud. Das bedeutet: jeder Nutzer hat nur Zugriff auf sein eigenes Konto und seinen eigenen Kubernetes-Cluster. Dabei profitieren die Agentur-Kunden besonders von der automatischen Skalierung der Infrastruktur-Ressourcen über die sogenannte Autoscaling-Funktion.

»In Personalisierungskampagnen muss Content für viele verschiedene Medien angepasst und gleichzeitig an eine sehr große Zielgruppe von Empfängern versendet werden. Das bedeutet, wir benötigen höhere IaaS-Ressourcen – aber nur zu einem bestimmten Zeitpunkt. Mit der Autoscaling-Funktion der Kubernetes-Cluster von gridscale werden die Server-Kapazitäten automatisch hochgefahren, wenn wir sie benötigen und runtergefahren, wenn wir sie nicht mehr benötigen. Dabei bleiben wir zu jedem Zeitpunkt DSGVO-konform.« erklärt Tobias Klein, Leiter Entwicklung / Technischer Projektleiter PBM.

Zusammenarbeit auf Augenhöhe

Die enge Zusammenarbeit mit den Entwicklern und IT-Experten von gridscale ist dabei ein großer Pluspunkt aus Sicht des Leiters der Entwicklung bei PBM: »Die Autoscaling-Funktion für Kubernetes-Cluster war zum damaligen Zeitpunkt nicht Teil der Lösung. Aber als wir mit dem gridscale-Team unsere speziellen Anforderungen im Bereich Automatisierung besprochen haben, wurden sie sehr schnell für uns umgesetzt und getestet. Diese Art der partnerschaftlichen Zusammenarbeit hilft uns sehr, Kundenanforderungen schnell umzusetzen und effizient zu sein.« erklärt Klein weiter.



Reibungslose Automatisierung dank Schnittstellen (API)

Dabei hat das DevOps-Team von Tobias Klein die Infrastruktur-Ressourcen in der gridscale-Cloud vollständig automatisiert über eine eigens entwickelte Schnittstelle aufgesetzt. Das *Cloud Panel*, die intuitive Bedien- und Management-Oberfläche von gridscale, nutzt PBM lediglich zum Erstellen von Berichten über den Verbrauch der Cloud-Ressourcen sowie für das Anlegen neuer Nutzer. Darüber hinaus ist der gesamte Kubernetes-Cluster über die eigene API betriebsfähig angebunden, sodass keine zusätzlichen Instanzen mehr manuell aufgesetzt oder gesteuert werden müssen. »Wir sind der Ansicht, dass man alles, was man im Bereich DevOps automatisieren kann, mit vertretbarem Aufwand auch automatisieren sollte, um die menschliche Fehlerquelle weitestgehend zu eliminieren«, so Klein.

Ausblick

In Zukunft plant PBM weitere Features seiner Cloud-Lösung umzusetzen, um die bereits vorhandene Struktur noch weiter zu optimieren. Geplant ist beispielsweise auch ein Feature zum Monitoring über die Schnittstelle anzubinden.



>> Resümee

Durch den Einsatz der gridscale-Cloud konnte sich die PBM AG einen neuen Kundensektor erschließen und diesen mit personalisierten Inhalten für Marketing- und Vertriebs-Kampagnen DSGVO-konform aus der Cloud zur Verfügung stellen. Die hochskalierbare Infrastruktur der gridscale Enterprise-Cloud-Lösung verhilft dem Anbieter dazu, Kundenprojekte schnell und effizient abzuwickeln und dabei vollständig flexibel zu bleiben im Bezug auf das Hinzubuchen von Ressourcen zu Spitzenzeiten.

»Die damals gesetzten Ziele haben sich bestätigt und wir haben dank der Datenschutz-Zertifikate und den deutschen Rechenzentren erfolgreich Fuß in unserem jetzigen Fokusmarkt gefasst. Durch gridscale konnten wir unsere Dienstleistungen als SaaS-Anbieter individuell gestalten und unsere technologische Kompetenz weiter ausbauen«, erklärt Ralf Pispers, CEO von PBM AG.

Dabei überwiegt für den Anbieter das Gefühl der partnerschaftlichen Zusammenarbeit und der Beratung auf Augenhöhe. »gridscale gibt uns das Gefühl, als Kunde wirklich wichtig zu sein. Wir sind nicht nur gemeinsam technologisch gewachsen, sondern haben uns auch allen Herausforderungen in der Cloud gemeinsam gestellt. Wir hoffen, dass wir mit gridscale zusammen noch weiter wachsen und weitere Kunden in die Cloud heben können.«, resümiert Pispers.



Digital Marketing

Wir machen Cloud Provider

Das Kölner Technologieunternehmen gridscale bietet eine schlüsselfertige Plug-and-Play- Appliance für hyperkonvergente IT-Infrastrukturen entlang des gesamten Cloud-Edge-Kontinuums. Die gridscale Software vereint dabei sämtliche Deployment-Szenarien für Kundendaten in einer zentralen Management-Umgebung und sorgt dafür, dass sich für den Nutzer lokal betriebene wie auch öffentlich bereitgestellte IT-Kapazitäten zu einer höchst effektiven Cloud-Umgebung aus einer Hand verbinden. Seit August 2023 gehört das Unternehmen zur OVHcloud, dem europäischen Marktführer im Bereich Cloud.