

# PRESSEMITTEILUNG

München/London, 25. Mai 2021

## DataGuard führt neue Consent- und Preference-Management-Plattform ein: „DataGuard Consent Management“.

Datenschutz- und Informationssicherheitsunternehmen DataGuard hat seine „Datenschutz-as-a-Service“-Komplettlösung um eine umfassende Consent- und Preference-Management-Plattform erweitert: DataGuard Consent Management. Zahlreiche Kunden nutzen die Plattform bereits, um Einwilligungen und Präferenzen von mehr als 30 Millionen Kunden, Nutzern und Mitarbeitern einzuholen und zu verwalten.

Die Einführung der datenschutzkonformen und vollständig integrierbaren Consent- und Preference-Management-Plattform folgt auf DataGuards Akquisition des UK-Unternehmens MyLife Digital im April 2021. DataGuard Consent Management ist für die über 1.500 bestehenden sowie künftigen Kunden von DataGuard ab sofort in Deutschland, UK und darüber hinaus verfügbar.

Mit DataGuard Consent Management profitieren vom Start-up bis zum etablierten Großunternehmen Organisationen aller Art von datenschutzkonform gesammelten, akkuraten und langfristig relevanteren Daten. Das Ergebnis? Ein erhöhter Marketing-ROI, weniger Opt-outs und insgesamt größere Kundenloyalität. Das UK-Komitee für UNICEF nutzt DataGuard Consent Management zum Beispiel, um Opt-outs zu reduzieren und Unterstützern die Möglichkeit zu geben, individuell zu entscheiden, zu welchen Themen sie wann informiert werden möchten. „Durch die gebotene Flexibilität erhalten wir bei UNICEF UK von unseren Unterstützern signifikant mehr Einwilligungen für Marketingzwecke basierend auf den verschiedenen Kanälen“, sagt Vicky Johnson, Head of Supporter Care.

Die Erweiterung interner Kundendatenbanken ist ein essenzieller Erfolgsfaktor für Unternehmen aller Branchen. Seit Einführung der DSGVO ist es aber schwieriger geworden, personenbezogene Daten im Einklang mit geltenden Gesetzen mit Partnern zu teilen. Mit DataGuard Consent Management können Organisationen einfach ein Widget in Partner-Websites oder -Apps integrieren und so Einwilligungen datenschutzkonform sammeln und untereinander austauschen. Ein immenser wirtschaftlicher Mehrwert für viele Unternehmen.

Kivanc Semen, Mitgründer und Geschäftsführer von DataGuard, sagt: „Mit DataGuard Consent Management ergänzen wir unser „Datenschutz-as-a-Service“-Produkt um eine umfassende und vollintegrierte Komplettlösung für ethisches Consent und Preference Management. Das ist ein weiterer wichtiger Meilenstein auf unserer Mission, die Menschen hinter den Daten zu schützen, und Datenschutz zu einem essenziellen Bestandteil jedes Unternehmens zu machen.“

### DataCo GmbH

Geschäftsführer: Thomas Regier, Kivanc Semen  
Registernummer: HRB 235942  
Registergericht: Amtsgericht München

[www.dataguard.de](http://www.dataguard.de)

### München

Dachauer Str. 65  
80335 München  
+49 89 412 0703

### Berlin

Saarbrücker Str. 36–38  
10405 Berlin  
+49 89 412 0703

### London

41 Great Pulteney Street  
London W1F 9NZ  
+44 20 3514 6557

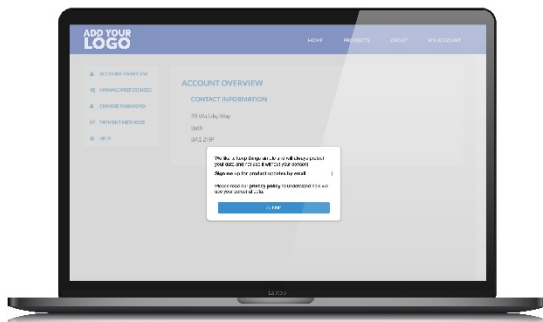


J. Cromack, Lead Product Evangelist bei DataGuard, fügt hinzu: „Immer mehr Menschen erkennen, dass sie die Kontrolle über ihre personenbezogenen Daten zurückerlangen können und meiden deshalb Unternehmen, denen sie nicht vertrauen. DataGuard Consent Management macht Organisationen zur Kundenwahl Nummer 1. Indem Consent Management zum Teil der Kundenerfahrung wird, sammeln Unternehmen wertvollere und hochwertigere Daten, die sie wiederum für personalisierte und einzigartige Kundenerfahrungen nutzen können. Das steigert langfristig die Kundenloyalität.“

## Ein Blick in das Produkt

DataGuard bietet jetzt eine skalierbare Consent- und Preference-Management-Plattform, die die Kontrolle über personenbezogene Daten zwischen Unternehmen und Verbrauchern ausbalanciert. Für Kunden und Nutzer bedeutet das einen transparenten Überblick über alle personenbezogenen Daten, die eine Organisation über sie verarbeitet, sowie auf granularer Ebene mitentscheiden zu können, ob, wann und wozu diese verwendet werden. Für Unternehmen resultiert das wiederum in relevanteren Daten, ein gesteigertes Kundenvertrauen und Datenschutzkonformität.

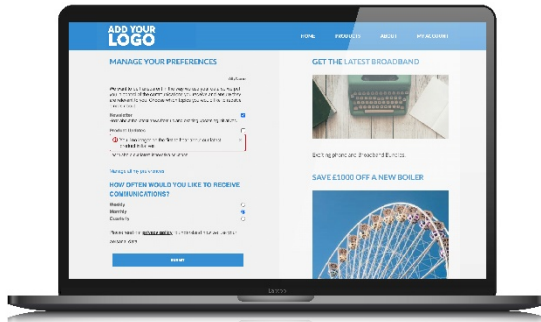
## Intelligente und gezielte Einwilligungsabfrage



Indem Informationen nur dann abgefragt werden, wenn sie wirklich benötigt werden, steigt die Qualität der erfassten Daten erheblich. Das führt wiederum zu effektiverem Marketing und gezielterer Kommunikation. Nutzer können dadurch vollständig nachvollziehen, warum sie wann um welche Informationen gebeten werden. Somit können sie sich darauf verlassen, dass ihre Daten nur für den angegebenen Zweck verwendet werden.

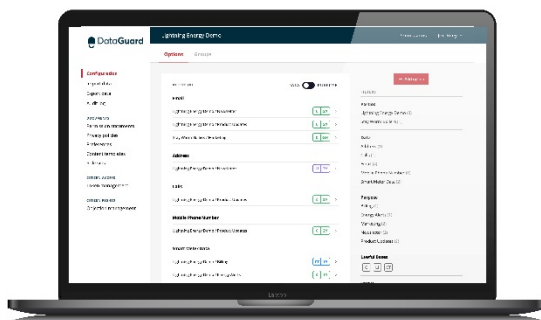


## Einfach zu implementierendes Preference Center



Verbraucher können ihre Einwilligung und Präferenzen entweder online selbst oder per Telefon jederzeit aktualisieren. Ihnen stehen bis zu zehn individuelle Präferenzvorlagen zur Verfügung, die Organisationen dann auf ihren Kanälen anwenden können. Sollten Verbraucher Einwilligungen zurückziehen wollen, veranschaulichen diese personalisierten Vorlagen den Mehrwert, den Verbraucher durch einen Opt-out verlieren würden. Das resultiert in genaueren, aussagekräftigen Daten aus erster Hand, die effektiver für eine gezielte Kommunikation genutzt werden können.

## Datenschutzkonformer Einwilligungsverlauf



Alle Aktualisierungen, die Verbraucher über jeglichen Kanal vornehmen, werden auf der DataGuard-Consent-Management-Plattform bis ins kleinste Detail aufgezeichnet. So wird sichergestellt, dass Organisationen über einen datenschutzkonformen Prüfpfad im Einklang mit Gesetzen oder Regelungen wie DSGVO, CCPA, LGPD und ePrivacy verfügen.



## Flexible, offene API

DataGuard Consent Management zählt nicht als zusätzliches System, das vom Marketing-Team verwaltet werden muss. Stattdessen lässt es sich über die flexible und offene API in alle gängigen CRMs und Marketing-Softwares integrieren und bietet darüber hinaus eine native Salesforce-Integration, die über Salesforce AppExchange verfügbar ist.

## Vorteile von DataGuard Consent Management

Für viele Organisation besteht die Hauptschwierigkeit darin, Transparenz und Kontrolle für Verbraucher und Kunden über ihre verarbeiteten personenbezogenen Daten mit einer effektiven Nutzung dieser Daten in Einklang zu bringen.

DataGuard Consent Management bringt beides in einer „Single Source of Truth“ in Einklang: Indem Einwilligungen und Präferenzen über alle möglichen Berührungspunkte, Systeme und Kanäle hinweg zentral gesammelt und synchronisiert werden, entsteht eine einzige, übersichtliche und transparent einsehbare Quelle. Daten werden dabei direkt innerhalb der Kundenerfahrung abgefragt – was wiederum zu datenschutzkonform gesammelten und relevanteren Daten, einer personalisierteren Kommunikation, erhöhten Opt-in-Raten und weniger pauschalen Abmeldung bei z. B. Newslettern führt.

## Über DataGuard

DataGuard bietet eine digitale Web-Plattform für Datenschutz und Informationssicherheit. Bereits über 1.500 Kunden vertrauen auf die „Datenschutz-as-a-Service“ und „Informationssicherheit-as-a-Service“-Komplettlösungen zur Einhaltung gängiger Datenschutzbestimmungen (z. B. DSGVO) oder zum Erlangen und Halten relevanter Zertifizierungen (z. B. ISO 27001, TISAX<sup>1</sup>). Mit über 150 Mitarbeitern in München, Berlin und London ermöglicht DataGuard seinen Kunden eine nahtlose Integration von Datenschutz und Informationssicherheit in ihre Geschäftsprozesse. Das Ergebnis: wasserdichte Compliance, effiziente Risikominimierung und Mehrwert durch Vertrauen und Transparenz. Weitere Informationen unter [www.dataguard.de](http://www.dataguard.de) oder auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#).

## Pressekontakt

Ines Quella  
+49 89 8967 4106 83  
[pr@dataguard.de](mailto:pr@dataguard.de)

---

<sup>1</sup> TISAX ist eine eingetragene Marke der ENX Association