



## **dmTECH modernisiert mit SAS 360 Direct und Snowflake seine Kundenkommunikation**

*Führender Drogeriemarkt reduziert Betriebsaufwand um bis zu 90 Prozent und verbessert Datenmodell -- Maximal skalierbare Kampagnen und passgenaue Kundenansprache*

Heidelberg, 7. August 2025 - dmTECH setzt bei der Modernisierung seiner Kundenansprache auf SAS, einen der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Daten und künstliche Intelligenz (KI). Die Technologietochter von Deutschlands führendem Drogeriemarkt nutzt für die Segmentierung ihrer Zielgruppen SAS 360 Direct als Modul der SAS Customer Intelligence 360-Suite.

dmTECH arbeitet bereits seit mehr als zehn Jahren mit SAS zusammen, die aktuelle Lösung folgt auf SAS Marketing Automation und lässt sich problemlos auf der Snowflake Data Cloud betreiben. dmTECH profitiert dadurch von maximaler Skalierbarkeit und Flexibilität, die es erlauben, auch kurzfristig die Anzahl der Maßnahmen zu erhöhen. Ein weiterer Pluspunkt ist die Automatisierung der Prozesse, die die Effizienz jeder einzelnen Ausspielung erhöht. Dank der Möglichkeit, Segmentierungen wiederzuverwenden, und einer reduzierten Komplexität bei der Auswahl der Selektionskriterien hat sich der monatliche Betriebsaufwand von fünf bis zehn Stunden auf etwa eine Stunde reduziert. Zudem hat dmTECH im Zuge der Umstellung ein zukunftsfähiges Datenmodell entwickelt, das es ermöglicht, Kunden passgenauer für bestehende Werbemaßnahmen zu selektieren.

"dm ist es stets ein zentrales Anliegen, Kunden mit individuellen, personalisierten und relevanten Angeboten zu erreichen - und SAS 360 Direct ist ein Schlüssel dazu?", sagt Marcel Veith, Data Engineer bei dmTECH. "Früher hat das Data Warehouse bei uns quasi Öffnungszeiten gehabt. Mit der Kombination aus SAS Lösung und Snowflake-Datenbank können wir rund um die Uhr beliebig viele Maßnahmen laufen lassen - das ist ein Riesenvorteil."

"Zielgerichtete Ansprachen sorgen dafür, dass Marketingkampagnen bessere Ergebnisse erzielen, und Marketingtechnologie spielt eine entscheidende Rolle dabei", erklärt Andreas Heiz, Senior Director Customer Intelligence Solutions bei SAS. "Wir freuen uns, mit SAS 360 Direct dazu beizutragen, dass dm seine Kunden über sämtliche Kanäle und Touchpoints - digital ebenso wie in der Filiale - mit relevanten Informationen und Angeboten erreicht."

circa 2.100 Zeichen

### **Pressekontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Dr. Annegret Haffa  
Karlstraße 42  
80333 München

haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

### **Firmenkontakt**

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier  
In der Neckarhelle 162  
69118 Heidelberg

[https://sas.com/de\\_de/home.html](https://sas.com/de_de/home.html)  
thomas.maier@sas.com

SAS ist ein weltweit führender Anbieter von Daten und künstlicher Intelligenz (KI), die auch als spezifische Lösungen für verschiedenste Branchen verfügbar sind. SAS macht aus Daten zuverlässige Informationen, mit denen Unternehmen schneller sichere Entscheidungen treffen können. So verschafft SAS seinen Kunden seit 1976 THE POWER TO KNOW.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg. Weitere Informationen unter [http://www.sas.com/de\\_de/company-information.html](http://www.sas.com/de_de/company-information.html).

Anlage: Bild

