

# Reverse CRM:

## Kundendaten stehen kopf

Was wäre, wenn der Kunde seine Personendaten selbst verwaltet und damit auch selbst entscheidet, mit wem er was teilt? Zukunftsmusik oder gar Unsinn, denken Sie? Nein, sage ich! Denn dieses Modell gibt es bereits: Reverse-CRM. BitsaboutMe ist eine Plattform, auf welcher sich Nutzer Ihre Profile mit den persönlichen Daten anlegen können und dies dann selbst pflegen, wie auch verwalten. Ich habe mit Christian Kunz, Co-Founder und CEO von BitsaboutMe, über diese Form der Datenverwaltung gesprochen. Meike Tarabori

### Lieber Herr Kunz, verraten Sie uns doch bitte, was es mit dem Begriff «Reverse-CRM» auf sich hat?

Gerne. Das Modell von BitsaboutMe, wir nennen es «My Data» ist im Grunde recht simpel: Der Nutzer ist Eigentümer und Verwalter all seiner Daten. Wenn man sich dieses Modell nun genauer anschaut und auf der «Zunge zergehen» lässt, dann wird einem klar, dass es klassisches CRM grundlegend neu denkt. Heutzutage sammeln Unternehmen, mit denen ich als Kunde interagiere, meine Daten als ihr Eigentum und verwalten diese bei sich auf ihren Systemen. Es liegt aber an mir, sprich dem Kunden, dass meine Daten stets auf dem neusten Stand sind. Nehmen wir beispielsweise einen Umzug. Dann ist es meine Verantwortung als Kunde, der Krankenversicherung, der Bank, dem Hausarzt und auch dem Verein den Adresswechsel mitzuteilen. Das ist ein rechter Aufwand.

Reverse-CRM bedeutet also nichts anderes, als dass ich als Nutzer meine personenbezogenen Daten – das kann mein Name sein, mein Geburtstag, aber auch, bei welcher Versicherung ich versichert bin, welches Auto ich fahre,

wie ich mein Haus heize, wie alt meine Kinder sind oder was ich am häufigsten esse – selbst auf einer Plattform wie beispielsweise bei BitsaboutMe in einem eignen Profil verwalte. Wenn ich mit einem Unternehmen interagiere, fragt dieses meine Daten an und ich als Kunde gebe diese dann frei oder verweigere den Zugriff. Der Vorteil liegt auf der Hand: Ich als Kunde habe die Kontrolle über meine Daten und Unternehmen stauen keine Datenfriedhöfe mehr in ihren CRM Systemen an. Eine echte Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

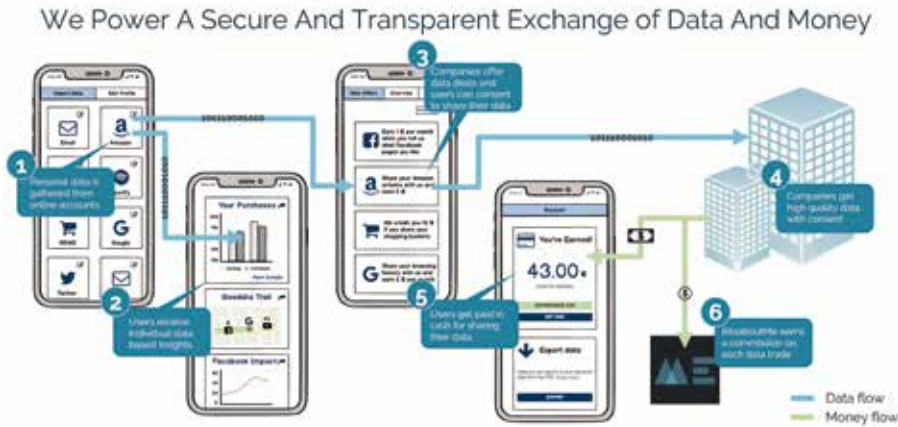
### Habe ich als Kunde einem Unternehmen einmal den Zugriff erteilt, ist dieser dann unwiderruflich? Oder was passiert beispielsweise im Falle eines Versicherungswechsels?

Ich kann einen Zugriff, den ich einmal erteilt habe, jederzeit wieder kappen. Das ist einer der Grundpfeiler der Datenschutzgrundverordnung, sprich die Daten gehören mir und ich kann mit diesen «umziehen», wann und wohin ich will. Wir sehen darin den Kern von Reverse-CRM. Das Modell ist auch

unter dem Namen «Self-Serving-Identity» bekannt, das heisst ich als Kunde entscheide situativ, was geteilt wird. Das nennen wir bei BitsaboutMe dann «Datendeals».

### Wie funktionieren solche Datendeals?

Ein Unternehmen stellt die Anfrage, ob es auf meine Daten zugreifen darf in Form eines übersichtlichen Datendeals. Wenn ich dieser Anfrage zustimme, dann erteile ich diesem Unternehmen meine Erlaubnis, auf ausgewählte Informationen von mir zuzugreifen. Welche Daten das sind, wird vom Unternehmen im Vorfeld genau definiert, ist als Datenüberlassungsvertrag im Datendeal hinterlegt und wird dem Kunden einfach und transparent dargestellt. Der Datenaustausch findet via API-Schnittstelle statt und setzt natürlich voraus, dass ein Unternehmen dann intern keine statischen Kopien dieser Daten anlegt, sondern diese im automatischen Abgleich mit dem BitsaboutMe Profil kontinuierlich aktuell hält und allen Abteilungen zur Verfügung stellt. Sonst haben wir wieder das Problem, dass die Daten im



Erfahren Sie mehr über die BitsaboutMe Plattform und wie Sie die Ownership über Ihre Daten halten können - im Podcast.

[cmm360.ch/meikes-raumzeit](http://cmm360.ch/meikes-raumzeit)



Marketing möglicherweise schon wieder veraltet sind und nur die im Service aktuell. Compliance regelt zudem, welches Minimum an Daten ein Unternehmen speichern darf, wie beispielsweise Name oder E-Mail-Adresse. Sicher aber nicht mehr mein gesamtes Profil.

Ein Datendeal kann sogar so weit gehen, dass Unternehmen ihre Kunden dafür bezahlen, die Daten selbst zu pflegen. Die Preise werden momentan von den Unternehmen vorgegeben. Das heisst, die Deals sind fix. Was variiert, ist die Art und Weise, wie für die Daten bezahlt wird. Das kann einmalig sein oder auch monatlich. Wir haben aber beispielsweise auch Deals, bei denen der Nutzer 20 % Rabatt auf den nächsten Einkauf bekommt.

### Unternehmen welcher Branchen setzen denn heutzutage schon auf Reverse-CRM?

Aktuell sind mehrheitlich Unternehmen aus dem Banking, Finanzwesen oder Versicherungen Partner von BitsaboutMe. Die einfachste Version sind aktuell Datendeals für Newsletter, Marketing-Automation Anwendungen

oder auch Beratungsgespräche. Nutzer geben in diesem Beispiel ihre E-Mail-Adresse für den Newsletter an oder die Telefonnummer für ein Beratungsgespräch bei einer Krankenversicherung.

### Was bewegt einen Kunden, seiner Bank persönliche Daten freizugeben?

Wie wir alle wissen, steigen die Ansprüche von Kunden stets. Wir erwarten eine persönliche Ansprache, eine bevorzugte Behandlung und ein entgegenkommendes Angebot. Aber Banken wissen heutzutage meist recht wenig über mich als Kunden und es ist Banken rechtlich auch nicht erlaubt, Kontobewegungen zur Profilbildung für Marketingzwecke auszuwerten. Dabei steckt in meinen Bankdaten genau genommen mein ganzes Leben. Wenn ich als Kunde meiner Bank nun also Zugriff auf meine persönlichen Daten erlaube, dann bekomme ich im Gegenzug auch wirklich die massgeschneiderte Hypothek mit besserem Zinssatz, da meine Bank mich und mein Verhalten nun kennt.

Solange der Nutzer zustimmt, tun sich demnach neue Möglichkeiten auf,

Kunden direkt mit individuell zugeschnittenen Angeboten anzusprechen. Daran scheitert es noch häufig, denn Unternehmen fehlen einfach zum einen die Daten, zum anderen die rechtliche Grundlage, um tatsächlich auf den einzelnen Kunden abgestimmte Services und Produkte zu entwickeln und anzubieten. Letztlich bekommt der Kunde einen besseren Service und seine Erwartungen können sogar noch übertroffen werden.

### Damit rückt eine nachhaltige Kundenbeziehung wieder ins Zentrum, wenn ich das so deuten darf?

Das ist absolut korrekt. Unternehmen, die ihre Kunden besser kennen, besser verstehen und auf Augenhöhe einen ethischen Umgang mit Kundendaten pflegen, haben auch loyale und zufriedene Kunden und damit langfristig einen Wettbewerbsvorteil. Ich denke dies wird die Zukunft sein: DSGVO-konform und transparent. Es werden die Unternehmen gewinnen, die Ihre Kunden und deren persönlichen Daten entsprechend wertschätzen und auf diese bewusst zugehen.