

Frends: Clever vernetzt im digitalen DACH-Marketing

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 4. Februar 2026



Frends: Clever vernetzt im digitalen DACH-Marketing

Wer heute noch glaubt, dass Marketing im DACH-Raum ohne Vernetzung funktioniert, hat entweder zu viel Vertrauen in seine E-Mail-Kampagnen oder lebt in einem Paralleluniversum, in dem TikTok noch „neumodischer Kram“ ist. Willkommen im Jahr 2025, wo Marketing-Insellösungen sterben und Plattform-Ökosysteme wie Frends das Kommando übernehmen. Warum? Weil Frends die API-

Welt auf links dreht – und damit genau das liefert, was im digitalen Marketing wirklich zählt: Daten, Geschwindigkeit und echte Skalierung.

- Was FrenDS eigentlich ist – und warum es kein weiteres Buzzword-Tool ist
- Wie FrenDS API-Management und Automatisierung im DACH-Marketing revolutioniert
- Warum clevere Integration heute wichtiger ist als die hundertste CRM-Kampagne
- Wie du mit FrenDS Silos aufbrichst und deine MarTech-Tools wirklich sprechen lässt
- Beispiele aus der Praxis: So nutzen führende DACH-Marken FrenDS im Online-Marketing
- Die wichtigsten technischen Features von FrenDS – einfach erklärt, ohne Bullshit
- Wie FrenDS mit Low-Code-Integration auch Non-Entwickler ins Game holt
- Warum FrenDS der Missing Link zwischen IT, Marketing und Sales ist
- Security, Skalierung, DSGVO: Wie FrenDS die strengen DACH-Anforderungen erfüllt
- Fazit: Warum FrenDS mehr ist als ein Hype – und was du jetzt tun musst

Was ist FrenDS? API-Management ohne das übliche IT-Gebrabbel

FrenDS ist eine moderne Integration Platform as a Service (iPaaS), die API-Management, Prozessautomatisierung und Systemintegration unter einer Haube vereint. Klingt erstmal nach Buzzword-Bingo – ist aber in Wirklichkeit genau das Werkzeug, das dem DACH-Marketing seit Jahren gefehlt hat. Denn während Marketingabteilungen sich mit disconnected Tools, Excel-Exports und manuellen Reports ablagen, räumt FrenDS im Hintergrund den Laden auf.

FrenDS ermöglicht die nahtlose Anbindung unterschiedlichster Systeme über standardisierte Schnittstellen (REST, SOAP, GraphQL, JSON, XML – you name it) und automatisiert Datentransfers, Trigger-Events und Workflows. Und zwar visuell, verständlich und ohne, dass du dafür ein halbes Entwicklerteam brauchst. Das Ganze läuft Low-Code, was bedeutet: Drag-and-Drop statt 3.000 Zeilen JavaScript.

Der Clou: FrenDS ist nicht nur ein Tool für Entwickler, sondern gerade im Marketing-Kontext ein echter Gamechanger. Du willst deine Newsletter-Plattform mit deinem CRM synchronisieren? Deine Paid-Media-Daten aus Google Ads mit deinen E-Commerce-Conversions verheiraten? Oder in Echtzeit Leads aus Facebook Ads in dein Sales-Tool pushen? FrenDS macht das – ohne Wenn und Aber.

Und weil wir im DACH-Raum leben, wo Datenschutz, Compliance und Systemkomplexität eine andere Hausnummer sind als im Silicon Valley, ist FrenDS genau auf diese Anforderungen ausgelegt. Hosting in der EU? Check. DSGVO-Ready? Check. Integration mit SAP, Salesforce, HubSpot, Microsoft Dynamics? Alles da. Willkommen in der Realität, in der APIs nicht nur IT-

Spielzeug sind, sondern der Herzschlag moderner Marketingprozesse.

Warum API-Integration das neue Gold im DACH-Marketing ist

Vergiss Funneloptimierung, vergiss Conversion-Hacks – die wahre Macht im digitalen Marketing liegt in der Integration. Wer seine Systeme nicht verbindet, verliert Daten, Zeit und Relevanz. Und genau hier setzt FrenDS an: Es vernetzt Plattformen, automatisiert Prozesse und schafft eine Datenlogistik, die skalierbar ist. Denn im Jahr 2025 ist Marketing nichts anderes als Echtzeitdatenmanagement mit Zielgruppenbezug.

Das Problem: Die meisten Marketing-Stacks im DACH-Raum sind ein Flickenteppich aus Tools, die nicht miteinander sprechen. Ein CRM hier, ein E-Mail-Tool dort, ein Analytics-System irgendwo dazwischen – und alle Daten werden manuell oder gar nicht synchronisiert. Willkommen im Mittelalter der Marketingautomatisierung. FrenDS beendet diesen Zustand, indem es die APIs dieser Systeme wie Lego-Bausteine zusammenklickt – automatisiert, versioniert und wartbar.

Dabei geht es nicht nur darum, Daten von A nach B zu schieben, sondern um echte Orchestrierung. FrenDS kann komplexe Workflows aufbauen, Trigger definieren (z.B. „Wenn Nutzer in Google Ads klickt UND im CRM schon existiert, dann...“) und diese in Echtzeit ausführen. Das bedeutet: Keine Wartezeiten, keine Datenverluste, keine toten Touchpoints mehr.

Der Vorteil? Marketing wird schneller, präziser und datengetriebener. Und das ohne, dass der CMO plötzlich zum Data Engineer mutieren muss. FrenDS übernimmt den technischen Unterbau – du nutzt die Erkenntnisse für Kampagnen, Content und Personalisierung. Das ist die Art von Marketing, die in der DACH-Region bisher viel zu selten Realität ist – aber dringend notwendig wird, wenn man nicht digital abgehängt werden will.

Use Cases: Wie FrenDS im echten DACH-Marketing funktioniert

Schluss mit Theorie – wie sieht das Ganze in der Praxis aus? Hier ein paar typische FrenDS-Szenarien aus dem DACH-Marketing-Alltag, die zeigen, wie mächtig clevere API-Vernetzung sein kann:

- Lead-Management in Echtzeit: Leads aus LinkedIn Ads werden via API direkt in das CRM-System übertragen, dort mit bestehenden Kundendaten abgeglichen und automatisch qualifiziert. Kein Copy-Paste, kein Warten auf Exporte.

- Personalisierte E-Commerce-Kampagnen: Friends synchronisiert Produktdaten aus dem PIM mit dem Newsletter-Tool, sodass Nutzer automatisiert personalisierte Empfehlungen auf Basis ihres Verhaltens erhalten.
- Marketing Attribution auf Knopfdruck: Paid-Media-Daten aus Meta, Google und TikTok werden mit E-Commerce-Transaktionen verknüpft und in einem zentralen Dashboard visualisiert – in Echtzeit.
- Event-Trigger für Retargeting: Wenn ein Nutzer einen Warenkorb abbricht, wird automatisch eine Retargeting-Kampagne in Meta aktiviert und gleichzeitig ein Reminder-Newsletter erstellt – alles ohne manuelles Eingreifen.

Diese Szenarien sind kein Wunschdenken, sondern Realität. Friends-Setups wie diese laufen bei Mittelständlern ebenso wie bei internationalen Konzernen im DACH-Raum. Die Vorteile liegen auf der Hand: weniger manuelle Arbeit, bessere Datenqualität, schnellere Kampagnenzyklen. Und vor allem: ein Marketing, das wirklich connected ist – nicht nur auf dem Papier.

Technische Features, die Friends zur Geheimwaffe machen

Friends ist kein weiteres Dashboard mit bunten Graphen. Es ist ein technisches Fundament, das mit folgenden Features punktet – auch für Nicht-Entwickler verständlich:

- Low-Code-Visualisierung: Prozesse werden visuell modelliert – mit klaren Drag-and-Drop-Elementen, ohne kryptische Konfigurationsdateien.
- Versionierbare Prozesse: Jeder Workflow ist versionierbar, rückverfolgbar und dokumentierbar – perfekt für Audits, Teams und Governance.
- Monitoring & Logging: Echtzeit-Überwachung aller Prozesse inkl. Fehlerhandling, Retry-Logiken und Alerting bei Ausfällen.
- Flexible API-Konnektoren: Hunderte fertige Konnektoren für CRM, E-Mail, ERP, CMS, AdTech, Analytics und mehr – plus Custom-Connector-Support.
- DSGVO-konformes Hosting: Friends läuft in europäischen Rechenzentren, optional auch On-Premise – für maximale Compliance im DACH-Umfeld.

Und das Beste: Die Plattform ist skalierbar. Ob du 10 API-Calls pro Tag oder 10 Millionen pro Monat brauchst – Friends wächst mit. Das macht sie nicht nur für Startups attraktiv, sondern vor allem für mittelständische Hidden Champions, die ihre Prozesse endlich digital auf Vordermann bringen wollen.

Warum Friends der Missing Link zwischen Marketing, IT und

Sales ist

Die größte Herausforderung im digitalen Marketing? Die Trennung zwischen Abteilungen. Die IT versteht das Marketing nicht, das Marketing kennt die IT-Sprache nicht – und der Vertrieb sitzt irgendwo dazwischen und wartet auf Leads. Friends schließt diese Lücke, indem es eine gemeinsame technische Basis schafft, die alle nutzen können.

Marketing-Teams können Prozesse modellieren, ohne dafür Entwickler zu brauchen. IT-Abteilungen behalten trotzdem die Kontrolle über Datenflüsse, Sicherheit und Governance. Und Sales bekommt endlich saubere, aktuelle Daten, mit denen er arbeiten kann. Das ist keine Utopie, sondern genau die Art von bereichsübergreifendem Arbeiten, das moderne Unternehmen brauchen.

Statt noch mehr Tools ins Marketing zu pumpen, geht es darum, bestehende Systeme endlich intelligent zu verbinden. Friends ist dafür gebaut. Und das mit einem UI, das nicht aus der Hölle kommt, sondern intuitiv, performant und wartbar ist. Wer einmal gesehen hat, wie einfach ein komplexer Marketing-Workflow in Friends abgebildet wird, will nie wieder zurück zu Excel-Exports und Copy-Paste-Hölle.

Fazit: Warum Friends kein Hype ist – sondern die Basis für echtes Marketing 2025

Friends ist kein weiteres Marketing-Tool, das dir verspricht, "mehr Leads in 30 Tagen" zu liefern. Es ist die Infrastruktur, die du brauchst, um überhaupt sinnvoll Leads zu generieren – und sie auch zu verarbeiten. In einer Welt, in der Datenflüsse über Erfolg oder Misserfolg entscheiden, ist Integration kein "Nice-to-have" mehr, sondern die Grundlage für jedes skalierbare Marketing.

Wer heute noch manuell zwischen Tools switcht, Exporte hin- und herschiebt und auf wackeligen Workarounds baut, verliert. Sichtbarkeit, Geschwindigkeit, Vertrauen – und im schlimmsten Fall den Kunden. Friends ist der technische Klebstoff, der deine Systeme wirklich vernetzt. Und damit der letzte fehlende Baustein für ein Marketing, das nicht nur gut aussieht, sondern auch funktioniert. Willkommen in der Realität. Willkommen bei Friends. Willkommen bei 404.