

Mateo: Omni-Channel-Power für DACH-Marketingstrategien

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 5. Februar 2026



Mateo: Omni-Channel-Power für DACH-

Marketingstrategien

Du willst in der DACH-Region mit deinem Marketing endlich durch die Decke gehen – aber deine Tools sprechen nicht miteinander, deine Kanäle laufen nebeneinander her wie zwei schlecht gelaunte Kollegen im Großraumbüro? Dann wird es Zeit, Mateo kennenzulernen: Die Plattform, die Omni-Channel-Marketing endlich so umsetzt, wie es sein sollte – integriert, automatisiert, skalierbar. Keine Buzzwords, sondern echte Power für Marketingstrategien, die 2025 noch relevant sind.

- Was Mateo ist – und warum es das Missing Piece in deinem Marketing-Tech-Stack sein könnte
- Wie Mateo echte Omni-Channel-Kommunikation für DACH-Märkte möglich macht
- Welche Funktionen Mateo bietet – von CRM über WhatsApp-Integration bis hin zu Automatisierung
- Warum Mateo kein weiteres Tool, sondern eine strategische Plattform ist
- Wie sich Mateo in bestehende Systeme integrieren lässt – ohne dass du dein ganzes Setup über den Haufen werfen musst
- Die technischen Grundlagen: APIs, DSGVO-Konformität, Cloud-Architektur
- Wie Mateo B2B- und B2C-Marketer gleichermaßen glücklich macht
- Was Mateo von HubSpot, Salesforce & Co. unterscheidet – Spoiler: eine ganze Menge
- Praxisbeispiele: DACH-Marken, die mit Mateo ihre Conversion-Rates verdoppelt haben
- Warum du Mateo nicht brauchst, wenn du weiter im Kanalsilo versauern willst

Mateo im Überblick: Omni-Channel-Marketing für die DACH-Realität

Mateo ist keine CRM-Insel, kein WhatsApp-Add-on und kein weiteres Tool, das dir deine Marketing-Workflows verkompliziert. Mateo ist eine Plattform, die Omni-Channel-Marketing endlich so integriert, wie es Sinn ergibt – und das speziell für die DACH-Region. Während andere Tools versuchen, ihre US-zentrierten Konzepte krampfhaft auf europäische Märkte zu übertragen, hat Mateo ein System gebaut, das die lokalen Anforderungen von Deutschland, Österreich und der Schweiz versteht – rechtlich, kulturell, technisch.

Der Begriff „Omni-Channel“ wird im Marketing so inflationär verwendet wie „nachhaltig“ im Einzelhandel. Aber Mateo füllt ihn mit Substanz. Das System bündelt Kommunikationskanäle wie E-Mail, SMS, WhatsApp, Telefon und sogar postalische Mailings in einer zentralen Plattform – und zwar so, dass du nicht fünf APIs pflegen musst, sondern eine einheitliche Datenbasis bekommst. Das ist kein Feature, das ist ein Gamechanger.

Besonders relevant ist Mateo für Unternehmen, die mit fragmentierten Kundendaten kämpfen. Die Plattform konsolidiert Kontakte, Konversionen, Touchpoints und Kommunikationsverläufe in einem zentralen Kundenprofil. Das bedeutet: Endlich kannst du nachvollziehen, über welchen Kanal ein Lead gekommen ist, wo er abspringt – und wie du ihn zurückgewinnst. Willkommen im datengetriebenen Marketing, ohne dass du gleich Data Scientist werden musst.

Mateo richtet sich explizit an Unternehmen in regulierten Märkten – von Healthcare über Legal bis hin zu Finance. Warum das wichtig ist? Weil genau diese Branchen oft keine Lösungen finden, die DSGVO, Sicherheitsanforderungen und moderne Kommunikation gleichzeitig abdecken. Mateo kann das. Und zwar mit einer Architektur, die auf europäische Datenschutzstandards ausgelegt ist – nicht auf „kalifornische Flexibilität“.

Omni-Channel-Marketing: Warum Silos dein größter Feind sind

Marketing funktioniert heute nicht mehr linear. Kunden springen zwischen Kanälen, Devices, Touchpoints – und sie erwarten, dass Marken mithalten. Was sie nicht erwarten: dass sie beim Anruf im Kundencenter nochmal alles erzählen müssen, was sie schon per E-Mail geschrieben haben. Oder dass der WhatsApp-Chat disconnected ist, weil „das ein anderes System“ ist. Willkommen in der Realität der meisten Unternehmen. Willkommen im Chaos der Marketing-Silos.

Mateo löst genau dieses Problem. Die Plattform stellt sicher, dass alle Kommunikationskanäle nicht nur technisch angebunden, sondern auch strategisch synchronisiert sind. Das bedeutet: Jede Interaktion – ob per WhatsApp, E-Mail oder Telefon – landet im gleichen Kundenprofil. Und ja, das funktioniert sogar bidirektional. Du kannst also nicht nur aus Mateo heraus kommunizieren, sondern auch eingehende Nachrichten analysieren, triggern und automatisieren.

Die zentrale Herausforderung im Omni-Channel-Marketing ist nicht die Anzahl der Kanäle, sondern die Kohärenz der Customer Journey. Mateo sorgt dafür, dass deine Journey nicht aussieht wie ein schlecht geschnittenes YouTube-Video, sondern wie ein orchestriertes Narrativ. Mit Triggern, Automatisierungen und Segmentierungen, die auf echten Daten basieren – nicht auf Bauchgefühl.

Besonders spannend wird es, wenn du Mateo mit deinem bestehenden CRM-System verknüpfst. Die Plattform bietet offene REST-APIs, Webhooks und native Integrationen zu Systemen wie HubSpot, Salesforce, Pipedrive oder SAP. Damit wird Mateo nicht zum Ersatz, sondern zum Enabler. Du musst dein Setup nicht neu bauen, sondern kannst es erweitern – mit echter Omni-Channel-Kompetenz.

Die Features, die Mateo zur Plattform machen – und nicht zum Tool

Mateo ist nicht das Schweizer Taschenmesser unter den Marketingtools – es ist eher das Schweizer Armeemesser mit integrierter Drohne. Die Plattform bietet ein Feature-Set, das weit über klassische CRM-Funktionalitäten hinausgeht. Im Zentrum steht das Kundenprofil – ein 360°-Dashboard, das alle Touchpoints, Nachrichten, Termine, Statusverläufe, Tags und Automationen in einer Oberfläche bündelt.

Die WhatsApp-Integration ist besonders mächtig. Mateo nutzt die offizielle WhatsApp Business API – kein Workaround über Drittanbieter, keine fragwürdigen Datenschutzlücken. Das bedeutet: DSGVO-konforme Kommunikation via WhatsApp, inklusive Opt-in-Management, Templates, Broadcasts und automatisierten Reaktionsflows. Und ja, du kannst WhatsApp-Nachrichten direkt in Sales- oder Support-Prozesse einbauen.

Ein weiteres Highlight: Mateo bietet ein integriertes Terminbuchungssystem, das nicht nur Kalender verwalten kann, sondern auch automatische Erinnerungen, Follow-ups und No-Show-Automationen steuert. Kombiniert mit SMS und WhatsApp ergibt das ein System, das Kundenbindung nicht nur verspricht, sondern liefert. Und zwar messbar.

Darüber hinaus bietet Mateo ausgeklügelte Segmentierungs- und Automatisierungsfunktionen. Du kannst Regeln definieren wie: „Wenn Kunde X innerhalb von 3 Tagen nicht reagiert hat UND über WhatsApp erreichbar ist, sende Reminder-Nachricht + E-Mail-Follow-up.“ Klingt simpel – ist es aber nur, weil Mateo die Komplexität im Backend regelt. Für dich bleibt eine UI, die auch ohne Entwicklerteam bedienbar ist.

Technische Basis: APIs, Sicherheit und DSGVO-Compliance

Mateo ist nicht nur ein Marketing-Frontend mit bunten Buttons. Die Plattform basiert auf einer skalierbaren Microservice-Architektur, läuft auf europäischen Servern (ISO 27001 zertifiziert) und bietet vollständige DSGVO-Konformität – inklusive AV-Vertrag, Datenexportfunktionen und automatisierter Löschlogik nach Artikel 17 DSGVO. Wer jemals mit rechtlichen Datenschutzprüfungen zu tun hatte, weiß: Das ist Gold wert.

Für Entwickler bietet Mateo eine gut dokumentierte REST-API, Webhooks für Echtzeitkommunikation und SDKs für verschiedene Sprachen. Ob du Produktdaten

synchronisieren, Nutzerverhalten tracken oder externe Trigger auslösen willst – Mateo ist dafür gebaut, sich in bestehende Architekturen einzufügen. Kein Lock-in, keine proprietären Formate, keine Blackbox.

Besonders hervorzuheben: Mateo bietet ein vollständiges Audit-Log aller Aktivitäten – kanalübergreifend, revisionssicher, exportierbar. Das ist nicht nur ein nettes Feature für Admins, sondern ein Muss in regulierten Branchen. Auch rollenbasierte Zugriffssysteme, 2FA und IP-Whitelisting sind standardmäßig integriert – Security by Design, nicht by Patch.

Für Unternehmen, die stark auf Automatisierung setzen, bietet Mateo zusätzlich eine No-Code-Automation-Engine. Damit lassen sich Workflows durch Drag-and-Drop-Logik zusammenstellen – inklusive Bedingungen, Schleifen und Kanalverzweigungen. Das spart Entwicklungszeit, reduziert Fehlerquellen und erlaubt es Marketingteams, autonom zu arbeiten.

Mateo vs. HubSpot, Salesforce & Co: Was macht den Unterschied?

Der Markt für Marketing-Plattformen ist überlaufen. HubSpot hat die Inbound-Welt geprägt, Salesforce dominiert den Enterprise-Sektor, ActiveCampaign punktet bei Automationen. Warum also Mateo? Die Antwort ist so einfach wie brutal: Weil die großen Plattformen für den US-Markt gebaut wurden – und nicht für die komplexe DACH-Realität mit ihren Datenschutz-Exzessen, lokalen Kommunikationsgewohnheiten und regulatorischen Fallstricken.

Mateo ist ein europäisches Produkt mit Fokus auf europäische Anforderungen. Es gibt keine DSGVO-Workarounds, keine halbgaren Übersetzungen, keine „bald auch verfügbar“-Features. Alles, was du brauchst, ist bereits integriert – und funktioniert. Besonders im Bereich WhatsApp ist Mateo den US-Plattformen Jahre voraus, weil dort der Kanal schlichtweg nicht dieselbe Relevanz hat.

Ein weiterer Unterschied: Mateo ist nicht auf eine Branche beschränkt. Die Plattform funktioniert für B2B genauso wie für B2C – und skaliert von kleinen Dienstleistern bis hin zu Enterprise-Strukturen mit mehreren Standorten, Teams und Rollen. Die Preisstruktur ist transparent, das Onboarding schnell, und der Support spricht nicht nur Deutsch, sondern versteht auch, wie deutsche Unternehmen ticken.

Mateo setzt nicht auf Marketing-Gimmicks, sondern auf durchdachte Features, die echten Impact liefern. Während du bei HubSpot für jede API-Verbindung ein Add-on brauchst und bei Salesforce einen Admin, bekommst du bei Mateo eine Plattform, die „einfach funktioniert“. Und das ist in der heutigen Tool-Hölle mehr als nur ein Verkaufsargument – es ist ein Überlebensvorteil.

Fazit: Mateo ist der Missing Link für echte Omni-Channel-Strategien

Marketing in der DACH-Region ist kein Spaziergang. Zwischen Datenschutz, regulatorischen Anforderungen und fragmentierten Kundenerwartungen braucht es mehr als nur ein hübsches Interface. Es braucht eine Plattform, die Kanäle zusammenführt, Kommunikation orchestriert und Daten wirklich nutzbar macht. Mateo ist genau das – und hebt Omni-Channel-Marketing auf ein neues, verdammt praktisches Level.

Wenn du deine Kanäle endlich miteinander sprechen lassen willst, deine Customer Journey nicht mehr wie ein Flickenteppich aussehen soll und du Tools satt hast, die dir mehr Arbeit machen als abnehmen – dann ist Mateo dein nächster logischer Schritt. Nicht, weil es ein weiteres Tool ist. Sondern weil es endlich aufhört, nur Tools zu sein – und zur Plattform wird, auf der Strategie wirklich passiert.