



VON DER HANDARBEIT ZUR AUTOMATION: WIE DER IT-SECURITY-SPEZIALIST NCP MIT EVALANCHE SEINE PROZESSE NEU AUFSETZT

Manuell gepflegte E-Mail-Verteiler, fehlende Verknüpfungen zur Website und mehrere Prozessschritte, die noch nicht automatisiert waren – so sah der Alltag beim Kommunikations- und VPN-Spezialisten NCP ohne professionelle Marketing Automation aus. Diese Arbeitsweise war mit einem hohen manuellen Aufwand verbunden und ließ sich nur begrenzt skalieren. Entsprechend fiel Ende 2023 die Entscheidung, ein leistungsstarkes Tool einzuführen, das automatisierte Opt-ins und Opt-outs, Lead-Generierungs- und Nurturing-Kampagnen sowie hochpersonalisierte Kommunikation ermöglicht, DSGVO-konform arbeitet und das Marketing auf ein neues Niveau hebt. Ein Blick hinter die Kulissen zeigt, wie das mittelfränkische Unternehmen seine Arbeitsweise mit Evalanche deutlich weiterentwickelt hat.

PROJEKTFAKTEN

Branche:

IT, Software, Kommunikation

Unternehmen:

NCP engineering GmbH

Unternehmensgröße:

ca. 100 Mitarbeiter

Projektschwerpunkte:

E-Mail-Marketing, Kampagnen-/Lead-Management

Beteiligte Systeme:

Evalanche, Omnitacker, TYPO3

Highlights:

DSGVO-Konformität, deutscher Anbieter, Kombination aus E-Mail-Marketing und Marketing-Automation

Ziele:

E-Mail-Marketing und Lead-Nurturing

Herausforderung:

Drei getrennte Datenbanken/Mandanten, Umsetzung/Anbindung eigener Landingpages mit Formularen (TYPO3)

Ergebnisse:

Weniger manueller Aufwand, bessere Gestaltungsmöglichkeiten im E-Mail-Marketing, Umsetzung von individueller Ansprache und Lead-Nurturing



Das Firmengebäude des Nürnberger Unternehmens NCP
(Quelle: NCP)

Die NCP engineering GmbH mit Hauptsitz in Nürnberg konzentriert sich seit 40 Jahren auf die Entwicklung universell einsetzbarer Software-Komponenten für die einfache und sichere Vernetzung von Endgeräten und Systemen über öffentliche Netze. Eingesetzt werden die VPN-Lösungen in den Bereichen Remote Work/Homeoffice, Endpoint Security, Cloud Security, Filialvernetzung und Zero-Trust-Konzepte. Die Kernkompetenzen von NCP liegen im zentralen, vollautomatisierten VPN-Management sowie in Verschlüsselungs- und Firewall-Technologien für On-Prem- und Cloud-Umgebungen. Eine Speziallösung ist darüber hinaus vom BSI für die Geheimhaltungsstufen „VS-NfD“, „RESTREINT UE/EU RESTRICTED“ und „NATO RESTRICTED“ zugelassen.

Zu den Kunden des rund 100-köpfigen Teams von NCP gehören Bundesbehörden, Verbände, KRITIS-Betreiber, Banken, Universitäten, Schulen, Industrie und Handel sowie Unternehmen aus den Gebieten Verteidigung, Geheimschutz, Dienstleistung und Gesundheit. NCP ist ein unabhängiges Familienunternehmen und führt seine Entwicklung ausschließlich in Deutschland durch. Dieser bewusst eingeschlagene Weg unterstreicht NCPs Anspruch auf Qualität und das Gütesiegel „Made in Germany“.

DIE AUSGANGSSITUATION

Veraltete Prozesse, wachsender Aufwand

Opt-out per Mausklick – aber Austragen aus dem Verteiler per Hand. So lief die Newsletter-Abmeldung bei NCP lange Zeit in der Praxis ab. Doch was anfänglich gut funktionierte, wurde zunehmend zum Ressourcenfresser. Ohne ein professionelles Marketing-Automation-Tool waren weder eine automatisierte Newsletter-An- und -Abmeldung noch sinnvolle Kampagnen zur Lead-Generierung und zum Lead-Nurturing möglich, ebenso wenig der Einsatz von Lead-Scoring. Obendrein wurde beim Nürnberger Unternehmen der Wunsch nach mehr technischen und gestalterischen Spielräumen sowie besseren Auswertungen und Reportings immer lauter. Auch weil es bisher schwer einzuschätzen war, wie gut der Marketing-Content bei NCP tatsächlich funktionierte. Ende 2023 stand fest: Eine skalierbare Marketing-Automation-Software war unausweichlich.

DIE ANFORDERUNGEN

Sitz in Deutschland, keine Blacklist-Einträge

Grundvoraussetzung Nummer eins für das neue Tool war eine besonders hohe Datenschutzkonformität. Weil Bundesbehörden ebenso zu den NCP-Kunden zählen wie Unternehmen aus den Bereichen Verteidigungswesen, Geheimschutz, IT und Cybersecurity, war von Anfang klar: Der Anbieter der Marketing-Automation-Lösung musste seinen Sitz in Deutschland haben und auch seine Server hier hosten. Auch durfte er keinesfalls auf einer Datenschutz-Blacklist stehen. Da das neue Tool aber nicht nur in der DACH-Region, sondern auch in den Americas (USA und Kanada) und in EMEA/APAC zum Einsatz kommen sollte, musste es die Pflege dreier unterschiedlicher Datenbanken (Mandanten) ermöglichen – abgestimmt auf die entsprechenden regionalen Datenschutzanforderungen und mit strikt getrenntem Zugriff für die Mitarbeitenden aus den jeweiligen Regionen.

Hochpersonalisierte Kommunikation

Zudem lag bei der Wahl des Tools großes Augenmerk auf den passenden E-Mail- und Kampagnenfunktionen: automatisiertes An- und Abmelden der Newsletter-Abonnenten, eine saubere Dokumentation sowie die Möglichkeit, die Datenbank nach immer wieder neuen Merkmalen zu segmentieren, um eine hochpersonalisierte Kommunikation zu ermöglichen. Bei der Recherche stieß NCP auf Evalanche. Da bereits die Demoversion zeigte, dass Evalanche die erforderliche Funktionalität mit sich bringt und auch in puncto DSGVO hervorragend aufgestellt ist, war das Team sofort überzeugt. Als auch noch die Referenzen passten, war die Entscheidung gefallen.



DIE UMSETZUNG

Interaktiver Workshop

Den Projektauftrag bildete ein interaktiver Workshop mit allen Mitarbeitenden aus dem Vertrieb und Marketing von NCP, den SC Networks mit wertvollem Input zur Projektplanung unterstützte. Zwei Tage lang arbeiteten die beiden NCP-Abteilungen gemeinsam an der Entwicklung von Buyer Personas, der Definition und dem Mapping der Customer Journey sowie an Kampagnenstrukturen. Ziel des Projekts war es, das Vertriebsteam frühzeitig einzubinden, um Transparenz über die geplanten Marketing-Maßnahmen zu schaffen und Erkenntnisse aus der Sales-Praxis in die Kampagnen- und Persona-Entwicklung einfließen zu lassen.

Zudem stärkte der Workshop das Vertrauen zwischen den beiden Teams und zeigte Potenziale für Referenzkunden und Success Stories auf. Trotz anfänglicher Skepsis im Vertrieb fiel das Feedback durchweg positiv aus: Die neue Herangehensweise, hieß es, verändere die Zusammenarbeit grundlegend. Sales ist nun deutlich besser über Marketingaktivitäten informiert und in deren Bewertung eingebunden.

Projektstart in Stufen

Die eigentliche Einführung der neuen Marketing-Automation-Lösung erfolgte in mehreren Stufen. Zunächst implementierte NCP das automatisierte Evalanche-E-Mail-Marketing und entwickelte dabei auf Basis vorgefertigter Templates Vorlagen für Produkt-Newsletter und interne Personal-News. Nach einem halben Jahr war es dann geschafft und das alte, nicht automationsfähige Tool war vollständig abgelöst. Als größte Herausforderung erwies sich dabei die Integration der unterschiedlichen E-Mail-Footer für die drei Regionen. Umso wichtiger war die enge Begleitung durch die Projektleitung bei SC Networks, die das NCP-Team mit enormem Engagement unterstützte und maßgeblich zum Projekterfolg beitrug.

Anschließend startete NCP die ersten Marketingmaßnahmen in den USA. Da Double-Opt-in auf dem dortigen Markt nicht üblich ist, ließ sich eine Lead-Generierungskampagne schnell und unkompliziert aufsetzen. Die aktuell dritte Stufe bildet eine deutlich umfangreichere Kampagne zur Lead-Generierung in DACH – das bislang größte Projekt mit Evalanche, das seit September 2025 stabil läuft.



NCP
Einladung

Abschlag, Austausch, Abendessen - wir laden Sie herzlich ein!

Sehr geehrter Herr {STITEL} Mustermann,

wir freuen uns sehr, Sie zu den **1. NCP OPEN** im Golfclub Apenberg einzuladen.

Neben dem Wettkampf stehen bei unserem 18-Loch Turnier vor allem der gegenseitige Austausch, das Networking unter Geschäftspartnern und der gemütliche Ausklang am 19. Loch im Mittelpunkt dieses Events. Diese besondere Atmosphäre möchten wir mit Ihnen zusammen genießen.

 **Details zum Turnier:**

- **Wann:** Donnerstag, 16. Juli, Start um **12:00 Uhr** (Kanonenstart)
- **Wo:** Golfclub Apenberg (Am Golfplatz 19, 91183 Apenberg)
- **Modus:** 18 Löcher Einzel nach Stableford (Netto und Brutto) mit voller Vorgabe. Gespielt wird von den Standardabschlägen Rot (Damen) und Gelb (Herren). Das Wettspiel ist **vorgabenwirksam**. Voraussichtlich auf den Kursen A + C.
- Gespielt wird je nach Teilnehmerzahl in **3er bzw. 4er Flights**, die Einteilung wird von der Turnierleitung vorgenommen.
- **Maximale Teilnehmerzahl** liegt bei 72
- **Meldeschluss:** 9. Juli, 16:00 Uhr

Bitte melden Sie sich bis spätestens 9. Juli per Mail bei **Bernd Nüßlein** oder **Marcus Wailersbacher** an.

Wir freuen uns auf Ihre Zusage und einen großartigen Golftag mit spannenden Spielen, gutem Essen und wertvollem Austausch.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr NCP-Team

Dank Evalanche erhalten NCP-Kunden und -Partner optisch ansprechende Newsletter.
(Quelle: NCP)

Umstellung mit Stolpersteinen

Für das NCP-Team bedeutete das Projekt, neue Arbeitsweisen zu entwickeln und erfolgreich in den Arbeitsalltag zu integrieren. „Die Definition der Personas und der Customer Journey war für uns absolutes Neuland – und damit auch das Denken und Arbeiten in Kampagnen“, betont Tina Kaiser, Head of Marketing bei NCP. Entsprechend gab es zu Beginn viele Lernschritte und kleinere Herausforderungen – ein normaler Teil des Lernprozesses. Auch technisch gab es Herausforderungen, etwa bei der Anbindung von Webseiten und eigenen Landingpages samt Formularen über Smart Forms, was die zuständige Webagentur über Wochen beschäftigte. Ein zusätzliches Update, das eine Funktion in Smart Forms veränderte, sorgte zwischenzeitlich für weiteren Arbeitsaufwand.

Maximale Sicherheit einfach umgesetzt

Mit NCP profitieren Sie von höchster Sicherheit und intuitiver Bedienbarkeit – ohne Kompromisse bei Funktionalität oder Schutz.

Laden Sie sich jetzt unser Techpaper herunter.

[Techpaper jetzt downloaden](#)



Evalanche erlaubt effizientes Erstellen und Designen von Newslettern auf hohem Niveau. (Quelle: NCP)



Tina Kaiser, Head of Marketing bei NCP
(Quelle: NCP)

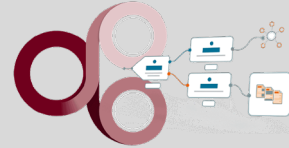
Enge Zusammenarbeit als Erfolgsfaktor

SC Networks begleitete das Projekt sehr eng und überzeugte vor allem durch hohe fachliche Kompetenz und ein tiefes Verständnis für die Anforderungen von NCP. Die Projektleitung arbeitete sich intensiv in die Materie ein und trieb das Projekt gezielt voran. „Die Termine machten richtig Spaß“, betont die NCP-Marketing-Chefin Tina Kaiser. SC Networks habe entscheidend dazu beigetragen, schnell Lösungen zu finden und Ideen zügig umzusetzen. „Ganz abgesehen davon war die Zusammenarbeit auch aus menschlicher Sicht extrem angenehm“, hebt Tina Kaiser hervor. „In meiner Laufbahn habe ich bereits einige Software-Einführungen mitgemacht. Doch so zufrieden war ich mit einer Projektbegleitung noch nie.“



Der Evalanche E-Mail Designer

Mit Evalanche hat NCP seine Marketing- und Lead-Management-Prozesse deutlich professionalisiert. In zwei von drei Regionen sind bereits strukturierte Lead-Management-Prozesse etabliert, die dritte folgt zeitnah. Kampagnen zur Lead-Generierung und zum Nurturing laufen jetzt mehrstufig und werden zentral gesteuert – inklusive personalisierter Inhalte, die sich auf Basis einer einmal angelegten E-Mail automatisiert an unterschiedliche Zielgruppen ausspielen lassen. Auch die Erstellung und das Design von Newslettern, etwa für Partner- oder interne Kommunikation, erfolgen effizient und auf wesentlich höherem Niveau. Zudem werden Website, Landingpages und Formulare nahtlos integriert, wodurch durchgängige Prozesse ohne Medienbrüche entstehen. Mit dem Drag-and-Drop-Editor im [Evalanche E-Mail Designer](#) beispielsweise stehen NCP technisch und gestalterisch viel mehr Möglichkeiten zur Verfügung. Kampagnen lassen sich schnell aufsetzen, für weitere Zielgruppen anpassen und über Ländergrenzen hinweg übertragen. So entstehen Synergien zwischen den Regionen, während Inhalte gleichzeitig zielgruppenspezifisch lokalisiert werden. Neue Ideen kann das Team jetzt kurzfristig umsetzen und bestehende Maßnahmen flexibel weiterentwickeln.



[Mehr zum Evalanche E-Mail Designer gibt es in diesem Video.](#)

DIE VORTEILE

Weniger Aufwand, mehr Wirkung

Für NCP bedeutet der Einsatz von Evalanche vor allem eines: mehr Effizienz und erheblich klarere Prozesse. Marketingmaßnahmen lassen sich schneller umsetzen, einfacher anpassen und mehrfach verwenden – auch über Ländergrenzen hinweg und somit in allen drei Regionen. Gleichzeitig sorgt das Tool für mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit innerhalb der gesamten Customer Journey. Davon profitieren insbesondere Marketing und Vertrieb, die Maßnahmen besser auswerten und steuern können. Kunden und Partner wiederum erhalten klare, benutzerfreundliche und DSGVO-konforme Kommunikationsprozesse sowie ansprechendere Newsletter. Entsprechend positiv fällt das Fazit bei NCP aus: Diese Tools seien „ein absoluter Gewinn“.

Zahlen statt Zufall

Das Marketing bei NCP arbeitet heute datenbasiert statt nach dem Gießkannenprinzip. Erstmals stehen belastbare Kennzahlen zur Verfügung, die das Nutzerverhalten an mehreren Touchpoints sichtbar machen und fundierte Auswertungen ermöglichen. Auch A/B-Tests lassen sich nun problemlos durchführen. Der Vertrieb erhält konkrete Einblicke in Lead-Generierungsmaßnahmen und kann diese gezielt nutzen, vor allem im Neukundengeschäft. Zwar befindet sich die systematische Auswertung – insbesondere seit dem Start der DACH-Kampagne im September 2025 – noch im Aufbau, doch schon jetzt zeigt sich klar der Mehrwert: Es gibt bessere Entscheidungsgrundlagen und eine merklich präzisere Ansprache.



Vorteile für NCP im Überblick

- » engere Verzahnung von Marketing und Vertrieb
- » schnellere Umsetzung und Wiederverwendung von Kampagnen
- » deutlich effizientere Prozesse und spürbare Zeitersparnis
- » höhere Qualität und Flexibilität in der Kundenansprache (personalisiertes Marketing)
- » durchgängige Prozesse ohne Medienbrüche (etwa automatisiertes Opt-in/Opt-out)
- » fundierte Auswertungen
- » erste datenbasierte Optimierungen (zum Beispiel A/B-Tests)
- » professionellere und optisch ansprechendere Newsletter
- » perspektivisch: Aufbau von Lead-Scoring und durchgängiger Lead-Entwicklung

DAS FAZIT

Auf dem Weg zur datengetriebenen Customer Journey

NCP hat mit der Einführung von Evalanche einen entscheidenden Schritt in Richtung datengetriebenes Marketing gemacht. Erste Ziele sind schon erreicht: Automatisierte Kampagnen, strukturierte Lead-Prozesse und fundierte Auswertungen bilden heute die Basis für eine bereits deutlich transparentere und effizientere Marketingarbeit. Gleichzeitig setzt das Unternehmen seinen Transformationsprozess weiter fort. Als nächste Projekte sind der Ausbau von Leadmanagement und -Scoring sowie die nahtlose Verzahnung von Marketing- und Sales-Daten angedacht. Ziel ist es, die Customer Journey vollständig abzubilden und Leads systematisch zu entwickeln, vom ersten Marketingkontakt bis zum qualifizierten Sales-Lead. Schon jetzt zeigt sich, dass Marketing Automation nicht nur einzelne Maßnahmen verändert, sondern die gesamte Arbeitsweise bei NCP: hin zu mehr Klarheit, besseren Entscheidungen und nachhaltigem Wachstum.