Datenbasis für jede Anforderung

Data 360: Die Datenplattform von Salesforce

Autorin: Lea Schäfer, Junior Marketing Specialist
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: November 2026
Lesedauer: 6–7 Minuten

Daten gibt es in jedem Unternehmen. Sie liegen im CRM, im ERP-System, im CMS und nicht selten noch in der ein oder anderen Excel-Tabelle. Das Problem ist selten, dass es zu wenig Daten gibt. Das Problem ist, dass diese Daten weder einheitlich sind und selten miteinander sprechen.

Hier bekommt Data 360 seinen Auftritt. Eine gute Datenbasis ist unerlässlich. Insbesondere im Zeitalter von KI. Denn KI-Agenten können nur so gut entscheiden, wie die Daten, auf die sie zugreifen. Lesen Sie in diesem Artikel, was Data 360 ist, wie es funktioniert und was Datenmanagement mit dem Agentic Enterprise zu tun hat.

comselect. ASSIST DIGITAL

Index

Was ist Data 360? **3**
Von Data Cloud zu Data 360: Was hat sich geändert? **3**
Neuer Name, gleicher Kern 4
Vom Einzelprodukt zum Fundament 4
Mehr als strukturierte Daten 4
Einrichtung in natürlicher Sprache 4
So funktioniert Data 360: Schritt für Schritt **4**
1. Daten verbinden 5
2. Daten harmonisieren 5
3. Identitäten auflösen 5
4. Daten anreichern und analysieren 6
5. Daten aktivieren 6
6. KI-Agenten mit Kontext versorgen 6
Die wichtigsten Funktionen von Data 360 ..... **6**
Zero Copy: Daten nutzen, ohne sie zu verschieben 7
Intelligent Context: Unstrukturierte Daten für KI erschließen 7
Segmente und Aktivierung 7
Data Graphs: Echtzeit im Sekundenbruchteil 7
Von Data 360 ausgelöste Flows 8
Clean Rooms: Zusammenarbeit mit Partnern 8
Vorteile: Warum Data 360 für Ihr Unternehmen relevant ist **8**
Praxischeck: Wo unterstützt Data 360 Ihre Teams? **9**
Sales 9
Kundenservice & Support 9
Marketing 10
IT & Data-Teams 10
Sicherheit und Datenschutz bei Data 360 ..... **10**
Voraussetzungen und Einstieg in Data 360 ..... **11**
Fazit **12**
Häufig gestellte Fragen zu Data 360 ..... **12**
Was ist Data 360 von Salesforce? 12
Was ist der Unterschied zwischen Data Cloud und Data 360? 13
Welche Datenquellen lassen sich mit Data 360 verbinden? 13
Was kostet Data 360? 13
Kann man Data 360 kostenlos testen? 13
Was hat Data 360 mit Agentforce zu tun? 14
Kontakt **15**

comselect GmbH
Theodor-Heuss-Anlage 12
D-68165 Mannheim

Geschäftsführung:
Silvia Tarricone
HRB Mannheim Nr. 712578
USt-Ident Nr.: DE 259 717 328

Tel. +49 621 76133600
info@comselect.de
www.comselect.de

Bank: Sparkasse Worms-Alzey-Ried
BLZ 553 500 10 | Kto 211 087 50
SWIFT MALADE51WOR
IBAN DE02 5535 0010 0021 1087 50

Was ist Data 360?

Data 360 ist die Datenplattform von Salesforce. Bis vor kurzem war sie unter dem Namen Data Cloud bekannt. Am Grundprinzip hat sich trotz des neuen Namens nichts geändert: Data 360 führt Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammen und macht daraus ein einheitliches Bild von Kunden und dem gesamten Unternehmen.

Salesforce selbst bezeichnet Data 360 als Echtzeit-Data-Engine für die gesamte Salesforce Platform. Das bedeutet, dass Daten nicht nur gesammelt und gespeichert werden, sondern sie stehen direkt dort zur Verfügung, wo Ihre Teams arbeiten. In Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud, Agentforce und Slack.

Der entscheidende Punkt ist die Zero-Copy-Architektur. Data 360 kann auf Daten zugreifen, die in externen Systemen liegen, ohne sie zu kopieren oder zu verschieben. Die Daten bleiben also, wo sie sind, und werden trotzdem in Salesforce nutzbar.

Vereinfacht gesagt ist Data 360 also die Datengrundlage, auf der Analysen, Automatisierungen und AI Agents in Salesforce aufbauen.

Von Data Cloud zu Data 360: Was hat sich geändert?

Wer sich schon länger mit Salesforce beschäftigt, kennt das Produkt als Data Cloud, davor auch als Customer Data Platform (CDP). Seit Herbst 2025 heißt es offiziell Data 360. Ein reiner Namenswechsel ist es trotzdem nicht, denn die Plattform nimmt jetzt eine andere Rolle ein.

Neuer Name, gleicher Kern

Verträge, die noch unter dem Namen Data Cloud abgeschlossen wurden, behalten bis zum Ende ihrer Laufzeit ihre Gültigkeit. Alle vertraglich vereinbarten Funktionen stehen weiterhin zur Verfügung. Wer verlängern möchte, klärt die Übergangsoptionen mit dem zuständigen Account Executive.

Vom Einzelprodukt zum Fundament

Data Cloud war lange vor allem ein Werkzeug für Marketing-Teams, um Zielgruppen zu bilden. Data 360 ist inzwischen die Basis für nahezu jede neue Salesforce-Innovation. Agentforce, Marketing Cloud Next und Tableau greifen auf die Daten aus Data 360 zu. Wer diese Produkte nutzt, nutzt Data 360 also bereits mit, ob bewusst oder nicht.

Mehr als strukturierte Daten

Neben klassischen Tabellen und Datensätzen verarbeitet Data 360 auch unstrukturierte Inhalte: Chatverläufe, PDFs, Wissensartikel oder Bilder. Diese Daten werden in einer Vektordatenbank abgelegt und sind so für KI-Agenten durchsuchbar.

Einrichtung in natürlicher Sprache

Neu ist außerdem das agentenbasierte Setup. Teams können viele Schritte im Lebenszyklus von Data 360, vom Verbinden der Datenquellen bis zum Aktivieren von Erkenntnissen, per natürlicher Sprache anstoßen.

So funktioniert Data 360: Schritt für Schritt

Zwischen „Daten verstehen“ und “Daten nutzen“ herrscht in vielen Unternehmen noch immer ein großer Unterschied. Laut Salesforce haben die meisten Unternehmen rund 1.000 Anwendungen im Einsatz, 70 % davon sind allerdings nicht miteinander verbunden. Data 360 schließt diese Lücke in mehreren aufeinander aufbauenden Schritten.

1. Daten verbinden

Am Anfang steht die Frage, woher die Daten kommen. Data 360 bietet dafür verschiedene Wege:

- **Vorgefertigte Konnektoren:** Mehr als 200 Konnektoren binden Salesforce Clouds, MuleSoft, Datenbanken und gängige Drittanbieter-Anwendungen an, etwa Amazon S3 oder Google Cloud Storage.
- **Zero Copy:** Daten aus Snowflake, Databricks, Google BigQuery, AWS oder IBM werden live abgefragt, ohne sie zu duplizieren.
- **Streaming und Batch:** Daten können in Echtzeit oder gebündelt in festen Intervallen eingespielt werden.
- **APIs und SDKs:** Alles, was nicht über einen Konnektor abgedeckt ist, lässt sich individuell anbinden.

2. Daten harmonisieren

Jedes System benennt und strukturiert seine Daten anders. Data 360 ordnet sie deshalb einem einheitlichen Datenmodell zu, das auf dem Salesforce-Metadaten-Framework basiert. Aus beliebigen Quelldaten werden so native Objekte und Felder, mit denen jede Salesforce-Anwendung arbeiten kann. Salesforce liefert dafür Referenzmodelle mit, die sich bei Bedarf anpassen lassen.

3. Identitäten auflösen

Dieselbe Kundin taucht im Webshop mit privater E-Mail-Adresse auf, im Service-Ticket mit beruflicher und im CRM mit Telefonnummer. In der Identity Resolution legen Sie fest, wie Data 360 diese Datensätze zusammenführt:

- Matching Rules bestimmen, welche Profile zusammengehören. Sie können exakt oder unscharf (Fuzzy) abgleichen.
- Reconciliation Rules legen fest, welcher Wert gilt, wenn sich Quellen widersprechen. Zum Beispiel der zuletzt aktualisierte oder der häufigste.

Wichtig dabei: Das Ergebnis ist ein einheitliches Profil, kein bereinigter „Golden Record“. Die Originaldaten in den Quellsystemen bleiben unverändert.

4. Daten anreichern und analysieren

Auf Basis der einheitlichen Profile berechnet Data 360 Kennzahlen wie Customer Lifetime Value, Kaufbereitschaft oder Engagement-Scores. Diese Calculated Insights entstehen in einem Low-Code-Builder. Zusätzlich lassen sich Segmente bilden und prädiktive Modelle einsetzen, auch aus externen Plattformen wie Amazon SageMaker.

5. Daten aktivieren

Erst jetzt entsteht der eigentliche Nutzen. Die Daten und Erkenntnisse erscheinen direkt auf Account-, Kontakt- und Lead-Seiten in Salesforce. Flows starten automatisch, sobald sich im Datenmodell etwas ändert. Segmente gehen an Werbeplattformen wie Google, Meta oder Amazon und an Messaging-Dienste wie WhatsApp.

6. KI-Agenten mit Kontext versorgen

Agentforce greift über Retrieval Augmented Generation (RAG) auf die Daten in Data 360 zu. Sogenannte Retriever holen dabei genau die Informationen, die ein Prompt oder ein Agent für seine Aufgabe braucht. So arbeitet ein Agent nicht mit allgemeinem Wissen, sondern mit dem Kontext Ihres Unternehmens.

Die wichtigsten Funktionen von Data 360

Salesforce gliedert Data 360 in fünf Bereiche: Vernetzung, Vereinheitlichung, Governance, Aktivierung und Datenfreigabe. Hinter diesen Begriffen stecken einige Funktionen, die für den Arbeitsalltag relevant sind.

Zero Copy: Daten nutzen, ohne sie zu verschieben

Klassische Datenintegration funktioniert über ETL-Prozesse. Daten werden aus einem System extrahiert, umgewandelt und in ein anderes geladen. Das kostet Zeit, erzeugt Duplikate und sorgt dafür, dass die Kopie immer ein Stück hinter dem Original herhinkt.
Mit Zero Copy greift Data 360 direkt auf die Live-Daten in Snowflake, Databricks, Google BigQuery, Amazon Redshift oder IBM zu. Der Austausch funktioniert in beide Richtungen: Auch Profile, Segmente und Erkenntnisse aus Data 360 lassen sich zurück in diese Plattformen spielen.

Intelligent Context: Unstrukturierte Daten für KI erschließen

Ein großer Teil des Unternehmenswissens steckt nicht in Tabellen, sondern in Handbüchern, Verträgen, Protokollen oder E-Mails. Data 360 extrahiert mit Intelligent Context Informationen aus PDFs, Bildern und Tabellen und macht sie für Agentforce zugänglich.
Ein Beispiel: Ein Servicemitarbeiter fragt Agentforce nach den Rückgabebedingungen eines Produkts. Der Agent findet die passende Stelle im Produkthandbuch und antwortet, ohne dass jemand die Information vorher manuell im CRM hinterlegt hat.

Segmente und Aktivierung

Aus einheitlichen Profilen bilden Marketing-Teams Zielgruppen nach beliebigen Attributen. Etwa alle Kundinnen und Kunden, die in den letzten 30 Tagen ein bestimmtes Produkt gekauft haben. Dieses Segment geht dann an die Marketing Cloud für eine E-Mail-Kampagne und gleichzeitig an Google Ads für passende Werbung. Diesen Vorgang nennt Salesforce Aktivierung.

Data Graphs: Echtzeit im Sekundenbruchteil

Die Data Graphs von Data 360 fassen die wichtigsten Beziehungen zwischen Datenobjekten in einer vorberechneten Ansicht zusammen. Weil die Daten nicht bei jeder Anfrage neu zusammengesucht werden müssen, liegen Antworten in unter einer Sekunde vor. Das ist die Voraussetzung für Personalisierung in Echtzeit, etwa auf einer Website oder in einem laufenden Kundengespräch.

Von Data 360 ausgelöste Flows

Ändert sich etwas in den Daten, kann Data 360 automatisch einen Salesforce Flow starten. Steigt beispielsweise der Engagement-Score eines Leads über einen festgelegten Wert, wird er automatisch dem Vertrieb zugewiesen.

Clean Rooms: Zusammenarbeit mit Partnern

In Clean Rooms können Unternehmen Daten gemeinsam mit Partnern auswerten, ohne die eigenen Rohdaten offenzulegen. Das ist zum Beispiel für Kooperationen zwischen Marken und Handelspartnern interessant, die ihre Zielgruppen abgleichen möchten.

Vorteile: Warum Data 360 für Ihr Unternehmen relevant ist

Daten sind vorhanden, werden aber oft nicht genutzt. Laut einer Salesforce-Studie haben 94 % der Führungskräfte weltweit das Gefühl, das Potenzial ihrer Daten nicht vollständig auszuschöpfen. Daher werfen wir einen Blick auf die Vorteile von Data 360.

Keine teuren Datenpipelines

Durch Konnektoren und Zero Copy entfallen viele der aufwändigen ETL-Prozesse, die sonst gebaut und gewartet werden müssten. Daten aus Salesforce Clouds lassen sich zudem ohne zusätzliche Kosten für die Aufnahme einspielen.

Ein Kundenbild für alle Teams

Vertrieb, Service und Marketing schauen auf dasselbe Profil. Wer eine Kundin anruft, sieht nicht nur die letzten Opportunities, sondern auch offene Tickets, Kaufhistorie und Interaktionen auf der Website.

Bessere Ergebnisse von KI-Agenten

Viele KI-Projekte scheitern nicht am Modell, sondern an fehlendem Kontext. Wenn Agentforce auf einheitliche, aktuelle Daten zugreift, werden Antworten und Aktionen deutlich verlässlicher.

Daten dort, wo gearbeitet wird

Die Erkenntnisse aus Data 360 erscheinen direkt in den Anwendungen, die Ihre Teams ohnehin täglich nutzen. Niemand muss für eine Kennzahl in ein separates Analyse-Tool wechseln.

Low-Code statt IT-Ticket

Segmente, Calculated Insights und Flows lassen sich über Klick-Oberflächen erstellen. Damit können auch Fachabteilungen mit den Daten arbeiten, nicht nur die IT.

Praxischeck: Wo unterstützt Data 360 Ihre Teams?

Funktionen und theoretische Vorteile sind das eine. Für Unternehmen ist aber vor allem relevant, was sich im Alltag der einzelnen Teams konkret durch Data 360 verändert.

Sales

„Welche Bestandskunden sind gerade kaufbereit?“

Data 360 verbindet CRM-Daten mit Informationen, die bisher außerhalb von Salesforce lagen: Kaufhistorie aus dem ERP, Nutzungsdaten aus dem Produkt oder Besuche auf der Website. Ein Calculated Insight wie die Kaufbereitschaft erscheint direkt auf dem Account. Ihr Vertrieb weiß also, wen er heute anrufen sollte und warum.

Kundenservice & Support

„Warum meldet sich dieser Kunde schon zum dritten Mal?“

Servicemitarbeitende sehen neben den bisherigen Tickets auch Produktinteraktionen oder Telemetriedaten von Geräten. Ein Problem lässt sich so schneller eingrenzen. Und weil Agentforce auf Handbücher und Wissensartikel zugreift, können viele Standardfragen auch ohne menschliches Zutun beantwortet werden.

Marketing

„Welche Kundinnen haben das Produkt gekauft, aber das Zubehör noch nicht?“
Aus den einheitlichen Profilen entsteht ein Segment, das direkt an Marketing Cloud, Google, Meta oder WhatsApp geht. Weil das Segment dynamisch ist, fällt eine Kundin automatisch heraus, sobald sie das Zubehör gekauft hat. Streuverluste und doppelte Ansprache werden so reduziert.

IT & Data-Teams

„Müssen wir die Daten aus Snowflake wirklich noch einmal nach Salesforce kopieren?“
Nein. Über Zero Copy bleiben die Daten im bestehenden Data Warehouse und werden trotzdem in Salesforce nutzbar. Das spart Speicher, Wartungsaufwand und Abstimmungsschleifen. Für Entwicklerinnen und Entwickler stellt Salesforce zusätzlich APIs, SDKs und ein eigenes Developer Center mit Dokumentation bereit.

Sicherheit und Datenschutz bei Data 360

Wer Daten aus dem gesamten Unternehmen an einem Ort zusammenführt, muss besonders gut darauf aufpassen. Gerade in Deutschland und der DACH-Region ist Datenschutz bei der Auswahl einer Datenplattform oft das entscheidende Kriterium.

Data 360 bringt dafür eine Reihe eigener Governance-Funktionen mit:

Richtlinienbasierte Governance
Nutzungsrichtlinien, Einwilligungspräferenzen und Compliance-Regeln werden einmal

festgelegt und automatisch für alle verbundenen Daten durchgesetzt. Das gilt auch für Daten, die über Zero Copy eingebunden sind.

KI-gestützte Klassifizierung

Sensible Daten wie personenbezogene Informationen werden automatisch erkannt und markiert. So lassen sich passende Schutzmaßnahmen gezielt anwenden.

Datenmaskierung

Sensible Felder können für bestimmte Nutzergruppen unkenntlich gemacht werden.

Private Connect

Verbindungen zwischen Ihrer AWS- oder Azure-Umgebung und Data 360 laufen über private Leitungen statt über das öffentliche Internet.

Schlüsselverwaltung

Unternehmen haben Spielraum bei der Verwaltung ihrer Verschlüsselungsschlüssel.

Für die Nutzung durch KI-Agenten kommt der Salesforce Trust Layer hinzu. Er sorgt dafür, dass Agentforce mit strukturierten und unstrukturierten Daten arbeiten kann, ohne dass Governance und Sicherheit dabei auf der Strecke bleiben.

Voraussetzungen und Einstieg in Data 360

Data 360 ist keine Plug-and-Play-Lösung. Datenmodell, Matching-Regeln und die Wahl der Integrationsart haben großen Einfluss auf Qualität und Kosten. Bewährt hat sich ein schrittweises Vorgehen:

- **Starten:** Ein einzelner Anwendungsfall, an dem Ihr Team Datenaufnahme, Vereinheitlichung und Aktivierung kennenlernt.
- **Ausbauen:** Weitere Segmente und Kanäle hinzunehmen und dabei Kosten und Nutzen im Blick behalten.

- **Skalieren:** Erst dann breit ausrollen, wenn klar ist, wo sich die Investition lohnt.

Vor dem Start lohnt sich außerdem ein ehrlicher Blick auf die eigene Datenqualität. Data 360 führt Daten zusammen, bereinigt sie aber nicht von selbst. Für den Einstieg bietet Salesforce einen Kurzleitfaden auf Trailhead, eine Trailhead Journey vom Einsteiger- bis zum Fortgeschrittenenniveau und ein Developer Center mit technischer Dokumentation. Bei komplexeren Systemlandschaften ist ein erfahrener Salesforce-Partner eine sinnvolle Unterstützung.

Fazit

Data 360 ist mehr als eine Customer Data Platform für das Marketing. Es ist die Datengrundlage, auf der Salesforce heute fast alle neuen Produkte aufbaut. Daten aus CRM, Data Warehouse, Webshop und Dokumenten fließen in einheitliche Profile, ohne dass sie dafür kopiert werden müssen.

Für Unternehmen, die KI-Agenten einsetzen wollen, führt an dieser Frage kein Weg vorbei. Ein Agent kann nur so gute Entscheidungen treffen wie die Daten, auf die er zugreift. Gleichzeitig verlangt Data 360 eine durchdachte Einführung: Wer Datenmodell, Integrationsart und Verbrauchskosten von Anfang an mitdenkt, legt das Fundament für ein funktionierendes Agentic Enterprise.

Mehr Informationen rund um Data 360 finden Sie hier: https://www.salesforce.com/de/data/

Häufig gestellte Fragen zu Data 360

Was ist Data 360 von Salesforce?

Data 360 ist die Datenplattform von Salesforce und die Echtzeit-Daten-Engine der gesamten Salesforce Platform. Sie führt Daten aus Salesforce, externen Data Warehouses, Websites,

Apps und Altsystemen zu einheitlichen Kundenprofilen zusammen. Diese Profile stehen dann in Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud und Agentforce zur Verfügung.

Was ist der Unterschied zwischen Data Cloud und Data 360?

Es handelt sich weitestgehend um dasselbe Produkt. Salesforce hat Data Cloud im Herbst 2025 in Data 360 umbenannt. Bestehende Verträge laufen zu den vereinbarten Konditionen bis zum Ende ihrer Laufzeit weiter.

Welche Datenquellen lassen sich mit Data 360 verbinden?

Praktisch jede. Salesforce Clouds werden über native Konnektoren angebunden, für Drittanbieter wie Amazon S3 oder Google Cloud Storage gibt es vorgefertigte Konnektoren. Data Warehouses und Data Lakes werden über Zero Copy eingebunden, alles Weitere über APIs und SDKs.

Was kostet Data 360?

Data 360 hat keinen festen Lizenzpreis pro Nutzer. Die Abrechnung erfolgt verbrauchsabhängig und setzt sich aus drei Bausteinen zusammen: Verbrauchsguthaben (Credits), Datenspeicher und optionalen Premium-Add-ons. Credits werden für Vorgänge wie Datenaufnahme, Identity Resolution oder die Aktivierung von Segmenten verbraucht. Salesforce stellt für eine erste Einschätzung einen Preisrechner bereit.

Kann man Data 360 kostenlos testen?

Ja, für bestehende Salesforce-Kundinnen und -Kunden. Sie können Data 360 kostenlos bereitstellen, allerdings mit begrenztem Speicher und einer begrenzten Menge an Credits. Die Aktivierung läuft so ab:

1. In der Salesforce-Org anmelden, in der Data 360 bereitgestellt werden soll.
2. In „Ihr Account“ auf „Browse & Buy“ klicken, um den Produktkatalog zu öffnen.
3. „Data 360 Provisioning“ in den Warenkorb legen.

Für den Zugriff auf „Ihr Account“ braucht es die Berechtigung „Manage Billing“. Bei Systemadministratoren ist sie standardmäßig aktiviert..

Was hat Data 360 mit Agentforce zu tun?

Data 360 ist die Datengrundlage für Agentforce. KI-Agenten greifen über Data 360 auf strukturierte und unstrukturierte Unternehmensdaten zu und können so mit dem tatsächlichen Kontext Ihres Unternehmens arbeiten.

Kontakt

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH
Bernd Bittner, Sales Director CRM Services
Telefon: 0621 / 76133 600
Email: info@comselect.de
Web: https://comselect.de

Wir über uns.

comselect Assist Digital ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.

©2002-2026 comselect GmbH | Alle Rechte vorbehalten