Zentralisierte Kundenkommunikation in der EnBW Output Factory:

Die personalisierte Kommunikation mit Kunden schneller, effizienter und zugleich flexibler gestalten

Die EnBW kann die personalisierte Massenkommunikation mit Kunden für ein breites Markenportfolio von einem zentralen Ort aus steuern, automatisiert Inhalte erstellen und über multiple Kanäle verbreiten.

Die EnBW Energie Baden-Württemberg AG hat eine Software-Plattform für die Kommunikation mit Kunden aufgebaut, um das Erstellen und den Versand von Briefen und Dokumenten weiter zu digitalisieren. Mit der EnBW Output Factory lassen sich Briefe und Dokumente an einem zentralen Ort, automatisiert und interaktiv anhand von Standardvorlagen erstellen, personalisieren sowie über die verschiedensten digitalen und physischen Kanäle an die Kunden versenden.

Sie ist ein IT-Service, der sich an alle Bereiche und Sparten des Konzerns richtet und außerdem externen Kunden als Dienstleistung angeboten wird. Im Lauf des Jahres 2024 liefen über das System mehr als 82 Millionen Dokumente mit insgesamt mehr als 204 Millionen Seiten.

Vom klassischen Energieversorger zum nachhaltigen Infrastrukturunternehmen

Mit über 29.000 Beschäftigten ist die EnBW Energie Baden-Württemberg AG eines der größten Energieunternehmen in Deutschland und Europa. Sie versorgt rund 5,5 Millionen Kundinnen und Kunden mit Strom, Gas und Wasser sowie mit Energielösungen und energiewirtschaftlichen Dienstleistungen. Im Rahmen ihrer Neuausrichtung vom klassischen Energieversorger zum nachhaltigen Infrastrukturunternehmen verfolgt die EnBW eine Wachstumsstrategie, wobei sie schwerpunktmäßig in den Ausbau der erneuerbaren Energien sowie der Verteil- und Transportnetze für Strom, Gas und Wasserstoff investiert.

Unternehmen: EnBW Energie Baden-Württemberg AG ist mit über 29.000 Beschäftigten eines der größten Energieunternehmen in Deutschland und Europa. Die EnBW versorgt rund 5,5 Millionen Kundinnen und Kunden mit Strom, Gas und Wasser sowie mit Energielösungen und energiewirtschaftlichen Dienstleistungen.

Branche: Infrastruktur, Versorger, Energiewirtschaft

Anwendung: Kundenkommunikations-Management, Output Management

Lösungskomponenten der EnBW Output Factory

- Infinica Stack: Process Engine, Repository, Workplace, Template/ Process Designer
- Compart Stack: Pilot mit viel Eigenentwicklung, Mill+ im Standard, DB Delta
- Doxee Cloud im Aufbau

Ausgangslage und Herausforderungen

- Suche nach einer modernen kombinierten Lösung für Customer Communication Management-(CCM) und Output Management, in die sich die Daten aus den Quellsystemen schneller und agiler einspielen lassen
- Anbindung an Altsysteme beibehalten (Abwärtskompatibilität)

Umfassendes Markenportfolio

Der Konzern umfasst die EnBW AG als Konzernmutter sowie 256 vollkonsolidierte Unternehmen. Die EnBW hat eine marktführende Position in Baden-Württemberg und ist mit verschiedenen Tochterunternehmen in Deutschland sowie ausgewählten Auslandsmärkten aktiv. Um die verschiedenen Märkte und Regionen abzudecken, verfügt die EnBW über ein breites Markenportfolio: Dazu zählen in Baden-Württemberg neben der EnBW AG unter anderem Tochterunternehmen wie EnBW mobility+, Netze BW, ferner 37 Stadtwerksbeteiligungen und 41 Pachtnetzbetreiber. In Deutschland sind Tochterunternehmen wie etwa Yello, VNG AG, Stadtwerke Düsseldorf, der Solar- und Speicheranbieter SENEC, der TK-Dienstleister Plusnet sowie ONTRAS als Marken bekannt. Zu den Marken in Auslandsmärkten zählen beispielsweise Beteiligungen im Bereich erneuerbare Energien wie Energiedienst in der Schweiz, SMARTRICS in Österreich und PRE in Tschechien.

Zentralisierte, digitalisierte Lösung für Kundenkommunikations- und Output Management

Angesichts des umfangreichen Markenportfolios sind digitalisierte Angebote sowie eine leistungsfähige, gebündelte Kundenkommunikation wichtige Bausteine für den Erfolg der EnBW sowie ihrer Tochterunternehmen.

Daher haben wir im Jahr 2017 mit der EnBW Output Factory eine zentrale Plattform für die digitale Kommunikation in unserem Unternehmen eingeführt

Jochen Deusch Teamleiter des Bereichs Output-Management

Die ursprüngliche Idee für die Output Factory geht bis auf das Jahr 2016 zurück, nachdem die EnBW beschlossen hatte, das bislang genutzte System zu ersetzen. Ziel war es, dass die neue Lösung OnPremise (auf Servern vor Ort) betrieben werden kann, die digitale Kommunikation konzernweit möglich und dabei skalierbar und erweiterbar ist. So wollte man zum Beispiel bei Veränderungen im Markt oder neuen gesetzlichen Vorgaben schnell und effizient reagieren können, so dass die Markteintrittszeit („time to market“) beschleunigt wird.

In der Ausgangslage ging es darum, dass der Konzern einige Utility-Systeme durch modernere Alternativen ersetzen wollte. Dabei sollten neue sowie bestehende Systeme weiterhin die Fähigkeit haben Kundenkommunikation zu erzeugen. In diesem Zuge wurde eine zentrale unabhängige Lösung für Kundenkommunikation gesucht, die sowohl über die Funktionen eines Customer Communication Management-(CCM) als auch eines Output Management Systems (OMS) verfügt.

- weg von papiergestützter Kommunikation
- Zentralisierte Lösung
- Digitale Kommunikation

Anforderungen und Ziele

- Flexibilität in den Eingangssystemen sowie Ausgabekanälen
- Standards etablieren, die konzernweit verwendbar sind (branchenunabhängige Templating Solution“)
- skalierbar
- erweiterbar
- beschleunigte Markteintrittszeit (time to market)

Wirtschaftliche und technische Vorteile

- effizientere Prozesse
- Zeit- und Kosteneinsparungen
- Performance
- sehr stabiles System

Weiterentwicklungen und Pläne

- Erfüllen der gesetzlichen Anforderungen an die E-Rechnung sowie der EU-Vorgabe zur barrierefreien Kommunikation (PDF / UA)
- Migration (Tagesgeschäft)
- Anbindung neuer Mandanten
- Aufbau der EnBW Output Factory Cloud

„Eine Besonderheit bei der EnBW war und ist es, dass wir diese beiden Aufgaben immer schon als zusammengehörig betrachten – quasi als zwei Seiten einer Medaille“, sagt Thomas Boch, Software-Architekt im Bereich Output-Management, Energienahe Geschäftslösungen. Boch hat dort seine Tätigkeit begonnen, kurz nachdem das System bei der EnBW eingeführt wurde, und ist heute mit für den Betrieb und die Weiterentwicklung der Lösung verantwortlich.

Im Jahr 2017 hatte sich die EnBW nach einer EU-weiten Ausschreibung entschieden, die CCM-Lösung von Infinica einzusetzen. Um die spezifischen Anforderungen der EnBW zu erfüllen, fungierte der (im Jahr 2023 von Doxee übernommene) Hersteller als Generalunternehmer und ging eine technische Partnerschaft ein. Man ergänzte die eigene CCM-Lösung um eine Lösung des Anbieters Compart, die dann im Output Management System für die Aufbereitung der Inhalte (Rendering) sowie die Distribution eingesetzt wurde.

Das System ist seit 2017 produktiv, wurde danach vom Bereich Output-Management ständig weiterentwickelt, wobei viele Funktionen hinzukamen.

Die große Flexibilität und Erweiterbarkeit, die unsere Plattform sowohl bei der Anbindung an die Eingangssysteme als auch an die Ausgabekanäle besitzt, gehörte damals zu den Entscheidungskriterien und zählt heute zu den Pluspunkten. Denn die zweite Besonderheit unserer Lösung besteht darin, dass sie ein großes Portfolio an Marken bedienen muss, die die unterschiedlichsten Anforderungen haben.

Thomas Boch Software-Architekt im Bereich Output

Heute werden in das System Daten eingespeist, die von mehr als zehn Utility-/Quellsystemen mit verschiedensten Technologien wie beispielsweise SAP S/4Hana und MS Dynamics stammen. Mittlerweile sind mehr als 100 Mandanten (bzw. Marken, Firmen, Konzernsparten) daran angebunden. Dazu zählen etwa Netze BW, Sparten für Strom, Wasser und Gas Tochterfirmen wie zum Beispiel SENEC oder Marken wie mobility+. Ausgespielt werden können die Dokumente dann auf bis zu zehn Ausgabekanälen – darunter E-Mail, SMS, Archiv, Arbeitsplatzdruck, Printserver, ZUGFeRD, E-Rechnung, File Share.

Etablierte Standards und gleichzeitig flexibel unternehmensweit einsetzbar

„Standards etablieren, die im ganzen Konzern genutzt werden“ steht laut Boch beim Ausbau und der Weiterentwicklung der Output Factory im Mittelpunkt. So wurden bisher insgesamt mehr als 1.000 Kommunikationsvorlagen (Templates) erstellt. Pro Template werden bis zu 20 Varianten ausgeprägt. Dabei ist es wichtig, grundlegende branchenunabhängige Systeme und Tools einzusetzen, um Templating Solutions zu bauen, die dann auf die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Marken bzw. Mandanten angepasst werden.

Denn der Grad der digitalen Kundenkommunikation zwischen den einzelnen Marken ist sehr unterschiedlich. Während zum Beispiel viele Stadtwerke noch den Großteil der Vertragsdokumente und Rechnungen an die Kunden auf Papier über die Plattform versenden, liegt der Anteil der digitalen Kommunikation bei Marken wie etwa Yello bei mehr als 80 Prozent. mobility+ beispielsweise kommuniziert mit seinen Kunden fast komplett online – mit einer Ausnahme: Die Kunden erhalten lediglich ihre Ladekarte in einem Brief.

Die EnBW auf dem Weg zur digitalisierten Kundenkommunikation
2024 lag der Anteil digitaler Formate, die über die EnBW Output Factory laufen, bei 65 Prozent, der von analogen Briefen bei 35 Prozent. Im Jahr 2019 war das Verhältnis zwischen digitalen Kommunikationsformaten und analogen Briefen genau umgekehrt (mit 35 Prozent digital gegenüber 65 Prozent analog).

Schnell reagieren auf gesetzliche Vorgaben

Aktuell müssen gesetzliche Regularien zu neuen Ausgabeformaten wie der E-Rechnung erfüllt sowie der barrierefreie Zugang zu digitalen Dokumenten ermöglicht werden. Ferner sind branchenspezifische Bestimmungen zu befolgen. So sind zum Beispiel im Fall von Preisanpassungen bei Stromvertragsabrechnungen spezifische Vorgaben einzuhalten, wann und wie diese Preisänderungen den Endkunden angekündigt werden müssen. Auf derartige Vorgaben können die jeweiligen EnBW-Marken schnell und flexibel reagieren. Je nachdem, für welche Marke oder welches Stadtwerk versendet wird, erhalten die Kunden dann die entsprechende personalisierte Nachricht als ein Element auf ihrer Rechnung – ob auf Papier, per E-Mail, etc.

Ein weiteres Beispiel, wie das Output-Management-Team kurzfristig Lösungen aufgrund gesetzlicher Vorschriften umgesetzt hat, ist die im Zuge des Ukraine-Krieges eingerichtete Notfallkommunikation für Großkunden. Denn die Großkunden müssen im Fall von drohenden Versorgungslücken informiert werden, dass bei auftretenden Engpässen zunächst die Endkunden bevorzugt beliefert werden.

Mit effizienteren Prozessen Zeit und Kosten sparen

Aufgrund der effizienteren Prozesse auf der Plattform lässt sich generell Zeit einsparen, was sich in vielen Bereichen auswirkt und letztendlich in kürzeren, beschleunigten Markteinführungszeiten niederschlägt. „Wir können nun zum Beispiel die Kommunikation und Dokumentation für neue Produkte, geänderte Stromtarife oder Ladetarife in einigen Stunden anstelle von einigen Tagen umsetzen“, sagt Boch. „Wir fragen uns dabei stets: ‚Wie lange brauchen wir zum Produkt?‘, beziehungsweise behalten immer den Überblick über den gesamten Prozess: Wenn wir morgen ein Produkt auf den Markt bringen möchten, muss am Abend zuvor die Kommunikation und Dokumentation für die Kunden fertig sein.“

Weitere operative Vorteile der Output Factory zeigen sich in mehrerlei Hinsicht unternehmensweit sowie in einzelnen Bereichen. Konzernweit lassen sich Standards einführen, die zugleich flexibel an die Bedürfnisse der Marken anpassbar sind. Über die Plattform lassen sich die Briefe im Digitalformat wie in Printversionen ohne Probleme versenden. Und da aufgrund des stetig wachsenden Anteils der digitalisierten Kundenkommunikation weniger Papier benötigt wird, sinken die Kosten für den Papierverbrauch.

Wir haben nun eine Lösung, die leistet, was wir benötigen. Ihr Funktionsumfang wurde vervielfacht, die Performance stimmt und das System ist superstabil. Der Konzern ist sehr zufrieden.

Jochen Deusch Teamleiter des Bereichs Output-Management

Weiterentwicklungen sowie Zukunftsforschung mit der EnBW Output Factory Cloud

Auch künftig ist geplant, die EnBW Output Factory kontinuierlich weiterzuentwickeln und auszubauen. So müssen etwa die gesetzlichen Anforderungen zur E-Rechnung umgesetzt werden sowie (bis April 2025) die EU-Anforderung an einen barrierefreien Zugang zu digitalen Dokumenten erfüllt sein. Darüber hinaus gehört zu den wiederkehrenden Aufgaben des Output-Management Teams, neue Mandanten anzubinden. Da zum Beispiel Netze BW auf SAP S/4HANA wechseln wird, werden daraus viele neue Anforderungen und Aufgaben im Rahmen des Tagesgeschäfts entstehen.

Darüber hinaus will man laut Deusch mit der sich gerade im Aufbau befindlichen EnBW Output Factory Cloud „Zukunftsforschung betreiben, um auszutesten in welche Richtung die Plattform gehen könnte.“ Die Output Factory Cloud zielt fürs Erste darauf ab, eine ad-hoc-Lösung für kleinere Teams in Fachabteilungen bei der EnBW anzubieten, die andere Anforderungen sowie kurzfristigere Ziele haben, welche sie mit der Output Factory On-Premise nicht in dem Maße erfüllen könnten: Erstens, selbst die Templates zu erstellen, dabei einfache und schnelle Anbindungen aus der Cloud aufzubauen sowie außerdem so viel wie möglich per Selbstbedienung zu erledigen, also die komplette Anbindung alleine bewerkstelligen. Ein Anwendungsbeispiel wäre etwa, wenn in einem Vertrag genau eine Komponente durch die betroffene Fachabteilung geändert wird: Zum Beispiel könnte die Rechtsabteilung eine spezifische zu ändernde Position in den AGBs dann selbständig ändern. „Das Konzept der Output Factory Cloud ist es, die Stärken einer Cloud-Lösung mit denen der Output Factory zu kombinieren“, sagt Deusch.

Doxee ist ein multinationales Hightech-Unternehmen und ein anerkannter Marktführer im Bereich Customer Communications Management (CCM) und Customer Experience Management (CEM). Die Doxee Platform® – eine cloud-native Lösung auf moderner Multi-Cloud-Architektur – ermöglicht es Unternehmen, ihre gesamte Kundenkommunikation und alle kanalübergreifenden Interaktionen zu steuern und so eine wirkungsvolle digitale Transformation voranzutreiben.

Doxee bietet sichere, skalierbare und anpassbare Lösungen, die die Kundenkommunikation nachhaltig verbessern, vor allem für den Enterprise-Markt sowie den öffentlichen Sektor. Doxee investiert seit über zehn Jahren rund 20 % seines Umsatzes in Forschung und Entwicklung, was das klare Bekenntnis des Unternehmens zu seinen strategischen Innovationszielen in Bezug auf Produkt- und Prozessentwicklung unterstreicht.

Als innovatives mittelständisches Unternehmen ist Doxee stolz darauf, sowohl eine Benefit Corporation als auch B Corp-zertifiziert zu sein – ein Beweis für das Engagement für Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und langfristige Wertschöpfung. Mit einer umfassenden Palette an fortschrittlichen digitalen Produkten ist Doxee europaweit tätig und besonders stark in Südeuropa sowie im DACH-Raum (Deutschland, Österreich und Schweiz) vertreten.

Mehr als 300 Kunden

Mehr als 300 Unternehmen haben sich bereits für Doxee entschieden, um einen technologischen Sprung nach vorne zu machen. Durch den Einsatz unserer Lösungen haben sie interne Prozesse vereinfacht, Kommunikationsabläufe verbessert und die digitale Transformation beschleunigt. Von großen Unternehmen bis hin zu öffentlichen Einrichtungen verlassen sich unsere Kunden auf Doxee, wenn es darum geht, eine sichere, effiziente und zukunftssichere Kundenkommunikation zu gewährleisten - jeden Tag.

Unsere Bemühungen um Nachhaltigkeit

Entdecken Sie, wie Doxee nachhaltige Innovationen vorantreibt. Von der Reduzierung des Papierverbrauchs durch digitale Kommunikation bis hin zur Optimierung von Cloud-Ressourcen - unser Engagement für Nachhaltigkeit geht weit. Wir glauben, dass Technologie nicht nur Unternehmen unterstützen, sondern auch den Planeten schützen sollte. Erfahren Sie mehr über unsere laufenden Bemühungen, eine verantwortungsvollere und umweltfreundlichere digitale Zukunft zu schaffen.

Der Doxee-Vorteil

Unsere Kunden entscheiden sich nicht nur für ein Produkt, sondern für einen Partner für die langfristige digitale Transformation. Mit dem Fokus auf Innovation, Sicherheit und Nachhaltigkeit ermöglicht Doxee Unternehmen, ihre Kommunikation zu verbessern, Abläufe zu rationalisieren und eine echte Wirkung zu erzielen.Schließen Sie sich der wachsenden Zahl von Unternehmen an, die die Art und Weise, wie sie mit ihren Kunden in Kontakt treten, verändern - beginnen Sie Ihre Reise mit Doxee noch heute.

Mehr entdecken