


Case Study

 Doxie & badenova

# Sicherheit trifft Effizienz

Wie Doxie die badenova wieder befähigt  
digitales und persönliches Marketing zu  
betreiben.



# Sicherheit trifft Effizienz

Wie Doxie die badenova wieder befähigt digitales und persönliches Marketing zu betreiben.

## Case Study

 Doxie & badenova



Ein regelmäßiger E-Mail-Newsletter ist ein essenzielles Marketing-Tool für jedes Unternehmen - das gilt auch für Energieversorger. Viele stehen seit geraumer Zeit vor einer zentralen Herausforderung im Zusammenhang mit dem in Deutschland geltenden Datenschutzgesetz. Die Hürde: Die Kunden, die lediglich Single Opt-in nutzen, dürfen laut DSGVO nicht kontaktiert werden. So gehen viele potenzielle Newsletter-Empfänger verloren, die ebenfalls potenzielle Kunden darstellen. Viele Unternehmen haben ihr E-Mail-Marketing aus diesem Grund nahezu komplett eingestellt.



Auch Energieversorger wie die badenova müssen sich mit der Thematik auseinandersetzen. Das erklärte Ziel: **Eine datenschutzkonforme Lösung finden, die mehrere mögliche Touchpoints abdeckt und zu den Anforderungen des Energieversorgermarktes passt.**

Die badenova hat es geschafft, genau eine solche Lösung zu implementieren - und das mit überraschenden Ergebnissen.

## Status Quo

### Das große Problem mit dem Single Opt-in

Die Problemstellung besteht bereits seit Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung in Deutschland. Ab diesem Zeitpunkt war der Single Opt-In bei einer Newsletteranmeldung nicht mehr ausreichend. Der liegt vor, wenn potenzielle Abonnent:innen einmalig bestätigen, den Newsletter empfangen zu wollen – beispielsweise indem auf der Website ein Häkchen gesetzt wird.

Laut DSGVO ist es jedoch verpflichtend, dass Nutzende einen doppelten Anmeldeprozess durchlaufen, damit sie vor unerwünschter Werbung und Belästigung geschützt werden: Das sogenannte Double Opt-In (DOI). Eine solche zweite Bestätigung muss zunächst bei den Interessierten eingefordert werden. Für Unternehmen bedeutet das: Ohne doppelte Bestätigung dürfen die Kontakte nicht verwendet werden.

### Welche ist die passende Lösung?

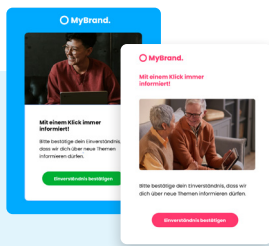
Lösungen, die diesen rechtlichen Aspekt bedienen, gibt es bereits zur Genüge. Energieversorgungsunternehmen haben jedoch besondere Voraussetzungen: Sie unterhalten vergleichsweise viele Touchpoints zu ihren Kund:innen. Das Newsletter-Formular stellt dabei nur einen einzelnen dar. Darüber hinaus zählen auch der Kundendienst, die Franchise-Filiale in der Innenstadt, der Promo-Stand in der lokalen Fußgängerzone und Online-Aktionen wie Gewinnspiele zu den möglichen Begegnungspunkten mit der Kundschaft. Dann wird es plötzlich zum kaum zu bewältigenden Verwaltungsaufwand oder schlichtweg unmöglich, das Einverständnis zur Datennutzung nachzuhalten.

Auch sind vorhandene Lösungen oft unpassend für die Branche und weisen zu viele Features auf, die zwar bezahlt werden müssen, aber gar nicht genutzt werden (können). Die Bedienbarkeit ist ebenfalls häufig ein Punkt, bei dem es zu Abstrichen kommt. Lösungen müssen nutzer:innenfreundlich sein und die benötigten Merkmale mitliefern – nicht mehr und nicht weniger. Wie sehen diese genau aus?

# Flexibel, individuell, wirtschaftlich

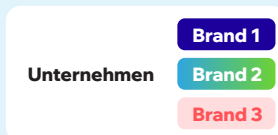
## Das soll die Lösung können

Für Energieunternehmen im Allgemeinen sowie die badenova im Speziellen gibt es eine Reihe an Kriterien, die eine solche Lösung erfüllen muss, um den Anforderungen der Branche gerecht zu werden:



### Styling

Die Möglichkeit, Einwilligungsanfragen individuell zu gestalten, um mehrere Use Cases an verschiedenen Touchpoints abzubilden



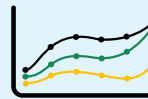
### Multibranding-Fähigkeit

Die badenova unterhält mehrere Marken für verschiedene Kund:innensegmente. Diese Unterscheidung soll auch für die Double Opt-in-Schnittstellen getroffen werden können.



### Schnittstellen

Es bietet Schnittstellen zu bestehenden Systemen wie beispielsweise dem CRM und auch dem Consent Management System, um Prozesse zu beschleunigen und manuelle Arbeit zu verringern.



### Performance Tracking

Ein Dashboard, das einen Überblick über die versendeten Anfragen und gewonnenen Double Opt-Ins bietet und hilft, klare Marketingziele zu definieren

badenova

sparstrom.de



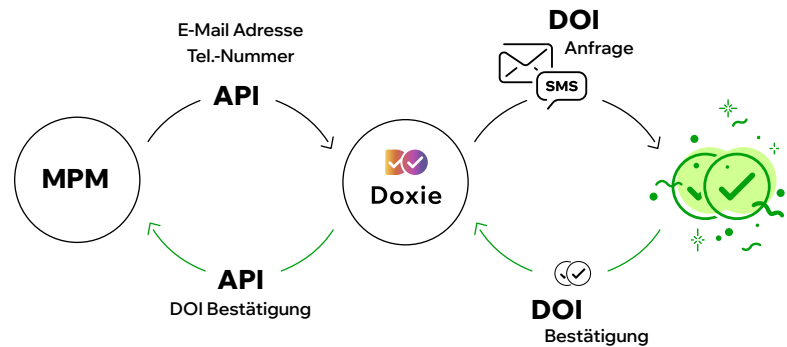
### Corporate Design

Die Gewährleistung der eigenen CI-Konformität, indem Redakteur:innen bzw. Mitarbeiter:innen nur innerhalb von vorgegebenen CI-Richtlinien gestalten können.

Darüber hinaus ist es wichtig, dass die Lösung wirtschaftlich ist. Die Abrechnungsmodelle basieren oft auf großen Rahmenverträgen. Eine Lösung sollte aber idealerweise so bepreist sein, dass der Kunde entsprechend der Menge an eingeholten Double Opt-Ins zahlt. Im Fall von Doxie zahlt der Kunde sogar nur dann, wenn ein Double Opt-In erfolgreich eingeholt wurde.

# Digitale Prozessoptimierung, maßgeschneidert für die Energiebranche

Die Lösung, die das Unternehmen Taktsoft gemeinsam mit der badenova realisiert hat, heißt "Doxie". Als Consent-Management-System verarbeitet es die Daten der Kund:innen, die nur Single Opt-In, aber nicht die Bestätigung für Double Opt-In aktiviert haben. Doxie versendet automatisch die Bestätigungsanfragen per Mail sowie SMS und sammelt die Bestätigungen wieder ein. Dabei verarbeitet Doxie die Daten der Website, des Kundenservices und Vertriebes und macht sie für die Marketingabteilung zugänglich. Damit werden die Datensätze mit den Double Opt-ins vervollständigt und die Kundschaft kann datenschutzkonform angesprochen werden.

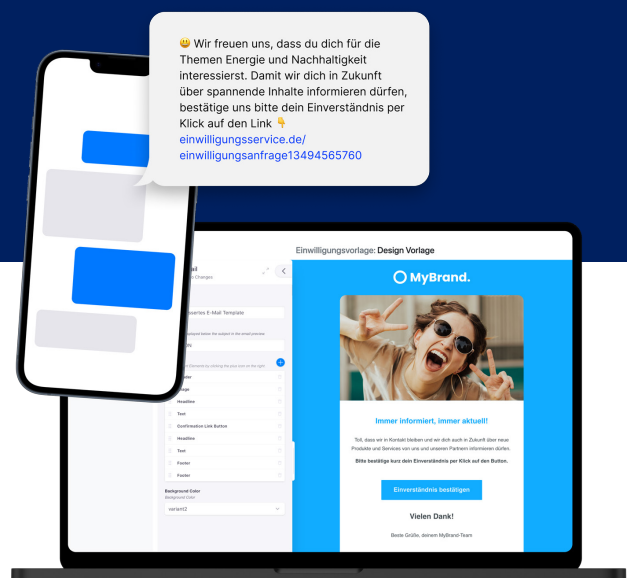


*“Wir sind vertrieblich nur so gut, wie wir im Marketing Einwilligungen einholen. Mit dieser Erkenntnis sind wir auf die Suche nach einer passenden Double Opt-In-Lösung gegangen und sind durch die bisherige Zusammenarbeit mit Taktsoft auf Doxie gestoßen.”*



**Claudia Dorer**  
Customer Relationship Managerin  
bei der badenova.

Die Lösung bildet dabei verschiedene Nutzungsszenarien ab. Ein einfacher Template-Editor erstellt unterschiedliche Formulare, die von den Redakteur:innen CI-konform innerhalb der festgelegten Gestaltungsrichtlinien angelegt, editiert und versendet werden können.



# sparstrom.de

## Mehr als eine Marken

Im Fall der badenova stellt der Multi-Branding-Aspekt ebenfalls ein wichtiges Kriterium dar. Mit Sparstrom.de unterhält die badenova neben der hauseigenen Marke noch eine weitere Brand. Mögliche E-Mail- und Newsletter-Kommunikation muss hinsichtlich optischer und inhaltlicher Aspekte unterschiedlich gestaltbar sein.



## SMS

Mit Doxie setzt die badenova zusätzlich auf ein bisher noch unausgeschöpftes Medium, um die Kund:innen zu erreichen: die SMS. Textnachrichten erreichen zuverlässig einen zusätzlichen Teil der Kundschaft. Außerdem gewinnt Doxie so weitere Double Opt-Ins, denn auch Kundenanrufe sind erst nach vollzogenem DOI-Verfahren erlaubt. Dementsprechend wertvoll sind die gewonnenen Nummern und die Ergebnisse können sich sehen lassen.

# Tausende neue Kontakte, Neukund:innen inklusive

## 19k

Im Fall von badenova konnte innerhalb eines halben Jahres mit Doxie bei circa 19.000 Bestands- und Neu-Kunden ein Double Opt-In eingeholt werden. Somit darf das Unternehmen diese wieder per Newsletter kontaktieren.



Die badenova ist zusätzlich rechtlich abgesichert, da ausschließlich Kontakte mit Double-Opt-in kontaktiert werden. Die verschiedenen Prozesse laufen nun gemeinsam ab und sind durch die entsprechenden Schnittstellen effizient verbunden. Das geschieht in erster Linie durch die Einbindung in die encore-Cloud. Dadurch ist Doxie direkt an ein Ökosystem verschiedenster Lösungen für Customer Journeys, Websites, Bestellstrecken, Kundenportale und Landingpages angeschlossen.

**Für die badenova löst die Technologie ein langwieriges Problem. Auch die Lösungsentwickler von Taktsoft sehen in der Applikation einen Meilenstein in Sachen Marketing für die nutzenden Unternehmen.**

**Nils Brettschneider**

Geschäftsführer des IT-Unternehmens, erklärt:

TAKTSOFT



*“In der Zusammenarbeit mit Energieversorgerunternehmen ist uns immer wieder untergekommen, dass insbesondere Stadtwerke und deren Marketingabteilungen, vor der Hürde der DSGVO einfach den Kopf in den Sand stecken. Hier haben wir einen großen, ungedeckten Bedarf identifiziert und eine Lösung geschaffen, die exakt die Bedürfnisse der deutschen Energieversorger trifft.”*

**Wow, das war interessant!**

**Jetzt möchte ich wissen, ob Doxie  
auch für meine Zwecke nützlich  
und einsetzbar ist?!**



Buche deine Demo auf:  
**[doxie.taktsoft.com](https://doxie.taktsoft.com)**

Kontaktiere uns unter:  
**[info@taktsoft.com](mailto:info@taktsoft.com)**