

Geschäftsprozesse bei gedruckter und elektronischer Kommunikation transformieren und verknüpfen



INHALT

| | |
|---|---|
| 1. Einführung | 3 |
| 2. Business in Papiergeschwindigkeit | 4 |
| 3. Papierreduziert, nicht papierlos | 5 |
| 4. Zeit zu handeln | 6 |
| 5. Return on Investment | 7 |
| 6. Wo beginnen? | 8 |
| 7. Warum Neopost? Wie geht es weiter? | 9 |

Digitalisierung ist ein weiter Begriff. Im engeren Sinn umfasst er zweierlei: die Umwandlung analoger Information in digitale Formate und die Entwicklung einer digitalen Mentalität als Strategie.

1. Einführung

Zur Hälfte der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts hat die Digitalisierung in der Wirtschaft oberste Priorität erlangt.

Studien um Studien bezeichnen die Digitalisierung als strategisch entscheidende Ausrichtung und Herausforderung unserer Zeit, noch vor anderen wichtigen Faktoren wie rechtlichen Bestimmungen oder dem Wissen über Kunden. Weniger überraschend als diese neu entdeckte Vordringlichkeit ist, dass Organisationen erst nach Langem erkannt haben, welche Vorteile die Digitalisierung bringt – und welche Gefahren, wenn man ihre Möglichkeiten ignoriert.

Digitalisierung ist ein weiter Begriff. Im engeren Sinn umfasst er zweierlei: die Umwandlung analoger Information in digitale Formate und die Entwicklung einer digitalen Mentalität als Strategie – mit dem Ziel, ein Unternehmen, seine Produkte und seine Kundenbasis zu transformieren.

Für eine Digitalisierung jedweder Art ist die Bereitschaft zu papierlosen Prozessen fundamental – und die effizienteste, produktivste, transparenteste und wirtschaftlichste Methode, ein Unternehmen zu führen.

Dieses Whitepaper behandelt primär die Digitalisierung in puncto Kundenkommunikation und ihres Ablaufs im Unternehmen – insbesondere auch die Möglichkeiten papierlosen Arbeitens, um Kosten zu senken, die Unternehmensagilität zu stärken, die Produktivität zu steigern und die Kundenkommunikation aufzuwerten.

Teildigitalisierung

Zum Großteil sind Organisationen schon aufgeschlossen für die Digitalisierung. Heute werden Dokumente am Computer erstellt, nicht an der Schreibmaschine. Öfter als per Post werden sie per E-Mail verschickt und empfangen. Wir füllen Formulare online aus, nehmen unsere Tablets mit in Vorstandssitzungen und scannen Ausgabenbelege mit Mobiltelefonen.

Wenige Unternehmen haben einen wirklich papierlosen Stand erreicht: nur 1 % laut Befragung von 1.000 führenden Unternehmen durch Altodigital, einem Anbieter von Dokumentenlösungen. Neoposts Studie CVA Analysis Across Transactional & Marketing Communications zeigt: Nur vier von zehn kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU) sind mit ihrem aktuellen Digitalisierungsstand zufrieden, ob schon voll digital (16 %) oder zwischenkonsolidiert (25 %). Knapp die Hälfte der KMU (48 %) steckt noch in den Anfängen der Digitalisierung. Mehr als ein Viertel davon beklagt Barrieren und wünscht sich raschere Fortschritte.

Folglich implizieren die meisten Prozesse stellenweise noch Papier. Eine Gemeinschaftsstudie von Neopost und Government Policy Hub (The Postal and Communications Strategies Survey 2012: Central Government) ergab: Bei jeder vierten zentralen Regierungsstelle läuft über die Hälfte der Kommunikation per Post, bei 13 % der Organisationen sogar mehr als 75 %.

Informationen werden immer noch physisch verschickt und empfangen sowie manuell verarbeitet, wobei Papier von Hand zu Hand wandert, von Abteilung zu Abteilung und manchmal von Haus zu Haus. So werden selbst weitgehend digitale Workflows oft noch zerrissen oder unterbrochen.

Ein klassisches Beispiel ist das Unterschreiben von Dokumenten. Trotz rechtsgültiger Alternativen fordern immer noch viele Unternehmen für Papierdokumente eine Tintenunterschrift. Das Softwarehaus ARX, ein Spezialist für digitale Unterschriften, gibt an: 37 % aller Dokumente örtlicher und staatlicher Behörden in den USA werden von Mitarbeitern lediglich fürs Unterschreiben ausgedruckt.

Das erhöht die Druck- und Archivierungskosten erheblich und bringt unnötige Verzögerungen. 42 % der Befragten gaben an, dass die Notwendigkeit händischer Unterschriften jeden unterschrittsabhängigen Prozess um zwei bis sieben Tage verzögert.

2. Business in Papiergeschwindigkeit

Die Weiterverwendung von Papier hat viele unerwünschte Konsequenzen und führt zu dem, was AIIM (Association of Information and Image Management) als „Business in Papiergeschwindigkeit“ bezeichnet. Man vergleiche nur Postbriefe mit E-Mails oder den Zeitaufwand, um Papierdokumente in Aktenschrankschubladen zu finden und zusammensuchen, verglichen mit dem Abruf über ein elektronisches Dokumentenmanagementsystem.

Die Abhängigkeit von Papier beeinträchtigt die Unternehmensagilität, Effizienz, Produktivität und Rentabilität in vielerlei Hinsicht – unter anderem mit folgenden Auswirkungen:

Wissensspeicher. Durch die Schwierigkeit, Papier- und Digitalablagen zu verknüpfen, gestaltet sich vieles mühsam: Daten auszuwerten und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen, die Kaufgewohnheiten der Kunden besser zu verstehen, Anfragen zu beantworten, zusammenzuarbeiten oder auch Wissen zu teilen. Wird Information in Speichern versenkt, einschließlich individueller Ablagesysteme, ist sie für andere nicht verfügbar.

Beschränkter Zugriff. Informationen auf Papier sind Mitarbeitern unzugänglich, die im Home-Office, beim Kunden vor Ort oder auf Geschäftsreise sind. Organisationen, die auf Papier setzen, tun sich schwerer damit, flexible Arbeitspraktiken umzusetzen, die für extern tätige Mitarbeiter Zugriff auf dieselben Informationen voraussetzen wie für die Kollegen im Büro. Ohne Digitalisierung müssen zudem auswärts auf Papier gesammelte Informationen ans Büro gemailt oder übermittelt werden, bevor sie von dortigen Mitarbeitern genutzt werden können.

Geminderte Produktivität. Informationen auf Papier zu erfassen und abzulegen ist zeitraubend und mindert die Produktivität. Papier verlangsamt Prozesse auf jeder Stufe: von der Datenerfassung bis zum Datenabruf. Studien von EDM Group und Steelcase 1 deuten unabhängig voneinander darauf hin, dass britische Bürokräfte im Schnitt eine bis anderthalb Stunden pro Woche aufwenden, um Dokumente zu suchen. Manche vertun nicht weniger als fünf Stunden pro Woche damit, Aktenschränke und Papierstapel zu durchforsten.

Schlechter Kundenservice. Verteilen sich Daten auf verschiedene Ablagesysteme, kann es Zeit kosten, die Informationen zusammenzutragen, die zum Beantworten einer Kundenanfrage nötig sind. In einer von Netcall beauftragten volksweiten Umfrage gaben 11 % der Verbraucher an, sie seien zum Wettbewerb gewechselt, nachdem sie auf ihre erste Beschwerdeanfrage keine zufriedenstellende Antwort erhalten hatten.

Menschliche Fehler. Die Nutzung von Papier erhöht das Risiko der Falschablage und des Verlusts von Dokumenten sowie die Wahrscheinlichkeit der Fehlübertragung von Informationen aus Papiervordrucken.

Unnötige Kosten. Das Ausdrucken und Bearbeiten von Papierdokumenten ist ein geschäftlicher Hauptkostenfaktor. Laut Gartner geben Unternehmen 1–3 % ihrer Einnahmen für Papier, Druck und Ablage aus – einschließlich der Raumkosten fürs interne oder auch externe Aktenarchiv sowie für den Zugriff auf ausgelagerten Dokumente.



• 1 EDM Group: Pressemitteilung „Research reveals employees waste time worth £29 billion looking for lost documents“, 16. September 2013
 • Steelcase Solutions: Pressemitteilung „Unhappy office workers ‚losing‘ 90 minutes every day“, 12. September 2013

3. Papierreduziert, nicht papierlos

Sollte man bei solchen Einsparpotenzialen nicht ganz auf Papier verzichten?

In einem Start-up-Unternehmen wäre das möglich, in einem eingeführten Unternehmen aber nicht machbar – und unter Umständen auch unerwünscht. Nicht zuletzt, weil Papier viele Vorzüge hat: Es ist weit verbreitet und ein effektives Hilfsmittel, um Ideen zu entwickeln und zu teilen. Und in Bezug auf die Kundenkommunikation ist es unverzichtbar.

Trotz Verfügbarkeit digitaler Alternativen arbeiten viele Menschen noch gern mit Papier. Mehr als drei Viertel (78 %) der für Canon Office Insights 2013 befragten Bürokräfte meinten: Etwas ausdrucken zu können sei sehr wichtig oder gar unerlässlich. Zwei Drittel gaben an, ihren Drucker mehrmals täglich zu benutzen; und 42 % sagten aus, heute öfter zu drucken als noch vor drei Jahren.

Auch die Verbraucher schätzen die Eigenschaften von Papier. In Zeiten, in denen immer mehr Unternehmen zur papierlosen Rechnung wechseln, ist Folgendes sehr aufschlussreich: 84 % der Erwachsenen sind unzufrieden, wenn Unternehmen sie ihres Wahlrechts darüber berauben, wie sie kontaktiert werden möchten; 81 % glauben, ein zusätzliches Papierexemplar der Onlinerechnung erhöhe die Lesewahrscheinlichkeit (Quelle: Opinium Research für die „Keep Me Posted“-Kampagne).

Dem Papier und der postalischen Kommunikation wird vertraut: Bei Neoposts Mailingumfrage Questionnaire 2014 sagten sieben von zehn Befragten, sie würden zur Übermittlung vertraulicher und sensibler Informationen den Postweg bevorzugen. 60 % wählen ihn, wenn ein Empfangsnachweis nötig ist.

Die postalische Kommunikation ist auch ein effektives Hilfsmittel, um Umsatz zu generieren. In besagter Neopost-Umfrage bejahten zwei Drittel der Befragten (vollends), dass postalische Kommunikation zielgerichteter sei als die digitale. Knapp sechs von zehn Befragten sagten, Briefpost sei effektiver und einprägsamer als digitale Kommunikationsmittel.

Obendrein entwickelt sich Papier weiter und öffnet sich für neue Möglichkeiten, die aus der Digitalisierung hervorgehen. Beispielsweise erlauben Ihnen verschiedene Datendrucksoftwares, vorbedrucktes Material zu personalisieren: mit kundenspezifischen Grüßen und besonderen Angeboten. Gleichzeitig liefern QR-Codes, die per Smartphone scanbar sind, eine Verbindung zwischen gedrucktem Dokument und Onlineinhalten. Also ist Digitalisierung keine Frage des Papierverzichts. Vielmehr sollte Papier dort zum Einsatz kommen, wo sein Nutzen am größten ist, und aus allen anderen Vorgängen getilgt werden.

Das Hauptziel ist, die Grenzen zwischen gedruckten und digitalen Dokumenten aufzuheben: damit Sie in Ihrem Unternehmen oder Netzwerk volldigitale Prozesse einführen, Dokumente in jedem Format versenden und empfangen sowie Informationen aus unterschiedlichsten Quellen verknüpfen können – beispielsweise, um Mitarbeitern eine Gesamtsicht auf die Kundeninteraktionen zu geben.

“Digitalisierung ist keine Frage des Papierverzichts. Vielmehr sollte Papier dort zum Einsatz kommen, wo sein Nutzen am größten ist.”



4. Zeit zu handeln

Schon seit Jahrzehnten gibt es die Basiswerkzeuge der Digitalisierung: Scanner, Computernetzwerke, Content-Management-Systeme und optische Zeichenerkennung (OCR) – und zwar ohne dass sie das Papier verdrängt hätten.

In der Vergangenheit haben Digitalisierungsstrategien nur langsam Fuß gefasst. Der Grund ist eine Reihe von Faktoren, unter anderem die vermeintliche Komplexität der Digitalisierung und speziell die Schwierigkeit, digitale und gedruckte Kommunikation parallel zu verwalten und zu synchronisieren. Hinzu kommen die Führungsschwäche leitender Manager, Bedenken wegen der Kosten und Angst vor Veränderung.

Heute erkennen selbst KMU, dass es keine Ausrede mehr dafür gibt, die Digitalisierung aufzuschieben. Immerhin bejahten 55 % der von Neopost für seine CVA Analysis Across Transactional & Marketing Communications befragten KMU folgende Aussage zu: „Digitalisierung ist genau das, was wir tun müssen“. 20 % verneinten dies.

Aus vielerlei Gründen steht die Digitalisierung auf der Unternehmensagenda im privaten und öffentlichen Sektor ganz oben.

Zu den Schlüsselfaktoren zählen folgende:

Produktivität. Seit Jahrzehnten verharrt die Produktivität in Großbritannien auf niedrigem Level. Sie liegt noch immer unter dem Stand von 2008, und Großbritannien fällt hinter Wettbewerber wie Deutschland zurück. Indem Digitalisierung Prozesse beschleunigt, bringt sie klare Produktivitätsvorteile.

Kostenersparnis. Der Crash von 2008/9 und seine Auswirkungen haben Unternehmen und öffentliche Stellen zum Sparen gezwungen. Als Druck-, Versand- und Archivierungskosten in den Blick rückten, haben Organisationen jeder Größe Schritte eingeleitet, um Verschwendung und unnötigen Aufwand zu vermeiden. Der E-Ersatz von Papierbriefen durch E-Mails, Weblinks und Mobilfunknachrichten ist ein Weg, um Geld zu sparen. Ein anderer ist das Scannen von Archiven, um den Platzbedarf für interne bzw. externe Aktenaufbewahrung zu senken. Zudem ermöglicht die Digitalisierung, Prozesse wie Rechnungs- und Postbearbeitung an einem Ort zu zentralisieren. Das

macht es überflüssig, gleiche Funktionen in Filialen vorzuhalten, und bietet die Chance, von niedrigeren Lohnkosten im Ausland zu profitieren.

E-Government. Ein wesentlicher Impuls für die Digitalisierung kommt von staatlicher Seite – als Ansporn für den öffentlichen Sektor, Papier zu reduzieren und digitale Workflows einzuführen. Die Digitalisierung verändert die Prozesse im öffentlichen Sektor: von papierlosen Kfz-Zulassungen und Führerscheinen bis zum Scannen von Patienten- und Gerichtsakten.

Arbeitsweisen. Veränderte Arbeitsweisen haben die Rolle der Digitalisierung gestärkt. Für ein erfolgreiches Arbeiten von unterwegs oder remote brauchen Mitarbeiter Zugang zu den Bürodaten – unvereinbar mit papierbasierten Workflows und Dateisystemen.

Technische Innovationen. Die Zunahme von Smartphones und Cloud-Computing hat das mobile Arbeiten verein-

facht und die Produktivität mobiler Beschäftigter deutlich gesteigert. Heute können sie Informationen unterwegs mit einem mobilen Scanner oder einer Smartphone-/Tablet-Kamera erfassen und ans Bürosystem übermitteln – als Teil eines papierlosen Workflows. Mobile Geräte sind auch nutzbar, um Informationen in Bürosystemen oder der Cloud abzurufen.

Kundenentscheidung. Angesichts erhöhten Wettbewerbs und leichteren Anbieterwechsels können sich Unternehmen ihrer Kunden nicht mehr sicher sein. Bei einer von Vision Critical für den Kundenservicespezialisten Kana durchgeführten Umfrage in Großbritannien erklärte knapp ein Drittel (30 %) der Verbraucher, ihre Treue gegenüber Handelsmarken habe in den letzten fünf Jahren nachgelassen, wobei 25 % schlechten Kundenservice als Hauptgrund nannten. Kundenerwartungen zu erfüllen ist für ...

Fortsetzung ...

Fortsetzung ...

... Kundenbindung und Kundentreue unerlässlich. Das umfasst auch, Anfragen schnell zu beantworten, Angebote zu personalisieren und über kundenseitig bevorzugte Kanäle zu kommunizieren.

CO²-Reduktion. Unternehmen stehen unter dem Druck, CO₂-Emissionen zu verringern. Papier zu reduzieren ist ein schneller und relativ einfacher Weg, um die eigene CO₂-Bilanz zu optimieren. Digitalisierung erleichtert auch die Fernarbeit, was sich auf verkehrsbedingte Emissionen auswirkt und Unternehmen ermöglicht, Büroraum zu sparen, was zu weiteren CO₂-Einsparungen führt.

Compliance. Digitalisierung bringt mehr Überblick, Genauigkeit und Transparenz in die Geschäftsabläufe und macht es leichter, Compliance zu erzielen und nachzuweisen.

Wettbewerbsdruck. Ihre Wettbewerber digitalisieren ihre Prozesse bereits und freuen sich im Ergebnis über größere Effizienz sowie weniger Kosten – was ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschafft.



5. Return on Invest

So überzeugend wie das Geschäfts-szenario der Digitalisierung ist auch das finanzielle Argument.

AIMM, der gemeinnützige Verein fürs Informationsmanagement, schätzt: 60 % der Organisationen, die papier-sparende Initiativen umsetzen, erzielen binnen zwölf Monaten einen Return on Investment (ROI) bei papierlosen Projekten. Demgegenüber können sich drei Viertel der Organisationen einen ROI binnen 18 Monaten vorstellen (Quelle: Paper Wars 2014 – an update from the battlefield).

Die Untersuchung von Neopost zeigt: Sogar KMU erkennen die finanziellen Vorteile der Digitalisierung schon in frühen Phasen deutlich. 57 % bejahen folgende Aussage: „Jede heutige Investition in die Digitalisierung wird sich binnen weniger Jahre auszahlen.“. Im Vergleich dazu widersprechen nur 16 % dieser Aussage (Quelle: CVA Analysis Across Transactional & Marketing Communications).

“Sogar KMU erkennen die finanziellen Vorteile der Digitalisierung deutlich.”



6. Wo beginnen?

Wenn's um Digitalisierung geht, sind Start-ups klar im Vorteil, weil sie vom ersten Tag an digital arbeiten können. Eingeführte Unternehmen müssen sich dem Thema schrittweise nähern, indem sie üblicherweise mit Pilotprojekten und der Umsetzung in einzelnen Abteilungen beginnen.

Indizien weisen darauf hin, dass manchen Unternehmen die Vorteile der Digitalisierung entgehen, weil es an einer entsprechenden strategischen Ausrichtung des oberen Managements fehlt. Das führt bei der Digitalisierung zu Stückwerk und Ad-hoc-Projekten, die erst initiiert werden, wenn eine Prozessüberarbeitung ansteht – statt angetrieben von einer Unternehmensvision.

Im Neopost Mailing Survey Questionnaire 2014 gaben fast zwei Drittel der Befragten an (62 %), der Wechsel von postalischer Kommunikation auf digitale Alternativen wie E-Mail oder Social Media erfolge planlos. Welchen Startpunkt sie wählen, wird stark von der Motivation für ihr Digitalisierungsprojekt abhängen: davon, ob sie Risiken reduzieren wollen (Compliance-motiviert), Geld sparen (kostenmotiviert) oder die Effizienz verbessern (chancenmotiviert).

Was einige der gängigsten Projekte umfassen:

Archivierung und Dokumentenverwaltung. Das Scannen von Papierarchiven verbessert den Informationszugang, befreit von Aktenschranken und schafft so Platz. Gemeinhin geht's dabei um das Digitalisieren bestehender Archive sowie das fortlaufende Scannen aller neuen Dokumente.

E-Invoicing. Rechnungen elektronisch zu versenden, zu empfangen und zu bearbeiten, spart Zeit und Geld. Ein von Ricoh beauftragter Billentis-Report sagt aus: Der Wechsel auf E-Invoicing könnte europäischen Unternehmen 205 Mrd. € sparen und der öffentlichen Hand 34 Mrd. €. Zurzeit ist nur eine von fünf Rechnungen elektronisch, aber das Blatt wendet sich. In der Studie *The Future of Multichannel Transactional Communications* prognostiziert Info-trends, dass heute schon 35 % der Rechnungen und Kontoauszüge, die an US-amerikanische Verbraucher gehen, papierlos sein werden.

Definierte Prozesse. Digitalisierung kann jeden definierten Prozess beschleunigen, der das Zusammenziehen verschiedenster Daten umfasst – ob von Smartphones, PCs oder Scannern: angefangen beim Beantragen von Krediten bis zum Einarbeiten von Angestellten. Die ausgeklügeltsten Lösungen überwachen sogar, welche Dokumente empfangen wurden, und kennzeichnen alle, die noch fehlen.

Kundenkommunikation. Das Digitalisieren der Kundeninteraktionen per SMS, Web-Chat und Social Media kann Kundenbeziehungen stärken und Geld einsparen. Eine Studie von SOCITM ergab, dass eine Kundeninteraktion vor Ort Kommunalverwaltungen 8,62 € kostet, ein telefonischer Kontakt 2,83 € und eine Web-Transaktion 15 Cent.

Dezentrale Datenerfassung. Jeder Prozess, der eine externe Datenerfassung einschließt – wie Versicherungsfall oder Anlagenwartung, kann durch Digitalisierung extrem verbessert

“... manchen Unternehmen entgehen die Vorteile der Digitalisierung.”

werden. Ob mit digitalem Diktaphon, E-Pen, Smartphone/Tablet oder portablem Scanner: Daten elektronisch zu erfassen und an die Firmenzentrale weiterzuleiten, erlaubt, Informationen umgehend zu verarbeiten, und macht Extrafahrten unnötig.

Digitale Poststelle. Ein anderer gängiger Anwendungsfall, der sich auf jede Organisationsabteilung auswirkt: Informationen erfassen, sobald sie eingeht, indem man Brieföffnen und Scannen verbindet – entweder selbst oder beim externen Dienstleister – und die Post digital an die Adressaten weiterleitet. Im *The Paper-Free Process Revolution Handbook* (2012) behauptet AIIIMS, elektronisches Datenerfassen zu Beginn eines Geschäftsprozesses könne die Prozessproduktivität um 30–50 % steigern sowie Antwort- und Durchlaufzeiten um Drei- bis Zehnfache verkürzen. ■

7. Warum Neopost?



Neopost ist weltweit der zweitgrößte Anbieter von Postbearbeitungslösungen und ein Hauptakteur bei digitalen Kommunikations- und Transportlösungen. Auftrag von Neopost ist es, Unternehmen anzuleiten und zu unterstützen, ihre Kommunikation und Waren optimal zu versenden und zu empfangen – indem man ihnen hilft, sich besser mit ihrem Geschäftsumfeld zu verbinden: mittels Hardware, Software und Services.

Neopost liefert innovative anwenderfreundliche Lösungen für das physische und digitale Kommunikationsmanagement bei Großunternehmen und KMU sowie für Transportprozesse bei Supply-Chain- und E-Commerce-Akteuren.

Mit einer starken lokalen Präsenz in 29 Ländern und über 5.900 Mitarbeitern arbeitet Neopost eng mit einem Partnernetzwerk zusammen, um seine Lösungen in mehr als 90 Ländern zu ver-

markten. 2015 erzielte Neopost einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro. Neopost wird im Compartment A des Euronext Paris gehandelt und gehört insbesondere zum Index SBF 120.

Wie geht es weiter?

Finden Sie heraus, wie Neopost Sie dabei unterstützen kann, Kosten zu sparen und Prozesse zu optimieren – alle Infos unter: www.neopost.de/mail4business



NEOPOST

Send.Receive.Connect.