

Special Innovation

Peter Bruck: „Unser Ziel ist es, Menschen und Projekte auszuzeichnen, denen bei multimedialen Projekten der Mehrwert für User ein Anliegen ist“, erklärt der Präsident des Internationalen Centrums für Neue Medien und Leiter der Research Studios Austria bei ARC Seibersdorf Research.

Staatspreis für multimediale Lösungen

Manfred Lechner

economy: Was sind die derzeitigen Multimedia-Trends?

Peter Bruck: Generell sind drei Trends erkennbar. Zum einen außerordentliche Multimedia-Installationen, die sich durch technische Perfektion und die Tiefe der aufbereiteten Inhalte auszeichnen. Wie etwa die für den Staatspreis nominierte Installation im Parlament, die sowohl eine Darstellung der Institution als auch des Demokratieprozesses vermittelt.

In welche Richtungen weisen die beiden anderen Trends?

Diese betreffen usergenerierte Inhalte und positionsbezogene mobile Informationssysteme. Sicher ist, dass die Integration usergenerierter Inhalte in Marketing beziehungsweise bei Web-Informationen-

angeboten eine zunehmend größere Rolle spielen wird. Was die positionsbezogenen Informationssysteme betrifft, beobachte ich unter den Nominierten hoch innovative und zukunftsweisende Umsetzungen.

Wurden solche Projekte für den Staatspreis nominiert?

Zu erwähnen sind der Asfinag-Road-Pilot, der Autofahrer über das aktuelle Autobahn-Verkehrsgeschehen informiert, und ein mobiles positionsbezogenes Tourismusinformationssystem, welches auch die Möglichkeit bietet, usergenerierte Inhalte wie beispielsweise individuelle Routen oder Restaurant-Empfehlungen der Community zur Verfügung zu stellen.

Welche Bedeutung hat der Multimedia-Staatspreis?

Der Staatspreis zeichnet sich dadurch aus, dass unter Exzellenz der Mehrwert für User verstanden wird. Im Unterschied zu vergleichbaren Preisen kommt es beispielsweise zu keinen Effizienzmessungen. Weiters ist wirtschaftlicher Erfolg nicht maßgebend für Preiswürdigkeit. Der Preis trägt aber auch dazu bei, sowohl in der Öffentlichkeit als auch innerhalb der Branche die von uns vertretenen Qualitätskriterien zu etablieren.

Wie erfolgreich sind frühere Preisträger?

Festzustellen ist, dass alle bisherigen Preisträger durch



Preiswürdige Projekte müssen Usern ein Mehr an Nutzungsfreundlichkeit und Effizienzgewinne ermöglichen. Foto: ICNM

die Bank wirtschaftlich erfolgreich waren und sind.

Wie wichtig sind Multimedia-Angebote für Kinder?

Sie haben einen großen Stellenwert, da positiv besetzte und erinnerte Medien-Erlebnisse bei Kindern ein Qualitätsbe-

wusstsein heranbilden. Gefragt sind erlebnisintensive und abwechslungsreiche Inhalte. Einen interessanten Ansatz verfolgt das für den Staatspreis nominierte Projekt „Ski Racing 2006 feat.“. Das Spiel bietet die Möglichkeit, sich als virtueller Abfahrtsläufer zu versuchen.

Weiters wird angeboten, unterschiedliche Skifahrer-Identitäten anzunehmen und so zum Beispiel als Hermann Maier die Lauberhorn-Abfahrt zu absolvieren. Spannend ist, dass unterschiedliche Beobachter-Standpunkte gewählt werden können und eine große Auswahl an verschiedenen Abfahrtspisten angeboten wird.

Welchen Stellenwert haben Web 2.0-Lösungen?

Man muss sehr klar unterscheiden: Es gibt einen spielerischen Mehrwert für Nutzer wie beispielsweise bei Flickr, wo die Community über private Mitteilungen aufgebaut wird, die wieder einem gewissen Segment der Jugendkultur entspricht. Solche Phänomene müssen von kommerziell relevanten Formen unterschieden werden, bei denen User Leistungen bezahlen sollen. Festzustellen ist, dass diese höheren Formen der Wertschöpfung sich erst am Anfang ihrer Entwicklung befinden.

Wurde ein solches Projekt nominiert?

Das Wiener Unternehmen Fluxiom zeigt beispielhaft, wie Mehrwert für Nutzer sowie eine höhere Wertschöpfungsstufe erreicht werden können. Angeboten wird ein weltweit nutzbarer und einfach zu handhabender Datenaustauschdienst. Fluxiom ist derzeit eines der Unternehmen, die Web 2.0 voll entsprechen.

Steckbrief



Peter Bruck ist Präsident des ICNM und Leiter der Research Studios Austria.

Foto: ICNM

Social Software als Innovationstreiber

Erster österreichischer Multimedia-Business Talk als Plattform für hochkarätige Experten-Diskussionen.

Die Schlagworte „Web 2.0“ und „Social Software“ stehen seit zwei Jahren für den Wandel der Internet-Nutzung. Die bis dahin übliche Einweg-Kommunikation über Internet-Seiten wird derzeit schon und in Zukunft verstärkt von aktiver Nutzung und Informationsaustausch zwischen den Usern untereinander abgelöst werden.

Die neuen Trends bilden auch einen der beiden Schwerpunkte des heuer erstmals stattfindenden Business Talk zum Thema „Next Generation Media: Österreichs Multimedia Busi-

ness auf dem Weg in die digitale Zukunft“. Die Veranstaltung findet am 19. September in der Wiener Telekom-Zentrale statt.

Herausforderung Web 2.0

Zweiter Schwerpunkt ist eine Bestandsaufnahme des Kreativpotenzials in Österreich und dessen Förderung durch Wettbewerbe wie den Staatspreis für Multimedia & E-Business, der nach dem Business Talk im Wiener Konzerthaus übergeben werden wird. Im Rahmen von zwei Expertenpanels werden die Herausforderungen und

Möglichkeiten des Einsatzes von Social Software in Unternehmen diskutiert. Tatsache ist, dass Firmen Web 2.0 bisher zögerlich nutzen. Ein Grund dafür ist, dass diese Instrumente einen weit differenzierteren Kundenkontakt ermöglichen. Schaffen Unternehmen entsprechende Plattformen, müssen sie damit rechnen, dass Kunden diese auch für das Posten von negativen Kommentaren über Produkte oder Servicequalität nutzen. Dies dürfte der entscheidende Punkt sein, warum Unternehmen bisher

zurückschrecken, sich kundenfreundlicherer Lösungen zu bedienen. Wie aus einer Umfrage der Fachmagazine *Internethandel* und *Internet World Business* hervorgeht, ermöglichen zwar zwei Drittel der Händler die Weiterempfehlung von Produkten, aber nur zwölf Prozent bieten auch Raum für Anmerkungen über Produkte und Sortiment. Ein verschwindend geringer Anteil von bloß einem Prozent der befragten Händler schuf die Voraussetzungen, dass sich Kunden untereinander austauschen können. Eine Re-

search Note von Gartner zeigt, dass europäische Unternehmen dem Web 2.0-Trend hinterherhinken. Wie die Analysten feststellen, werden nur vereinzelt Initiativen gesetzt. Web 2.0 wird alle Branchen betreffen, deren Geschäfte in direktem Endkunden-Kontakt stattfinden.

Folgerichtig fordert Gartner Unternehmen auf, sich unverzüglich über die Auswirkungen von Web 2.0 zu informieren, um sich so möglichst rasch an die neuen Bedingungen anpassen zu können. malech

www.multimedia-staatspreis.at

Special Innovation

Petra Patzelt: „Niederösterreich bietet ein flächendeckendes Netz an Gründungsberatern, die dafür sorgen, dass Unternehmensgründer die besten Voraussetzungen für den Start in die Selbstständigkeit geboten werden“, erklärt die Geschäftsführerin des RIZ, der Gründungsagentur des Landes Niederösterreich.

Vom Beginn an in Netzwerken arbeiten

Manfred Lechner

economy: Wie viele Beratungsgespräche werden in Ihrer Agentur jährlich geführt?

Petra Patzelt: Im Vergleich zum Vorjahr wurden bisher schon mehr als fünfmal so viele Beratungsgespräche durchgeführt. Waren es 2005 rund 430 Beratungstermine, so wurden in diesem Jahr bisher bereits in ganz Niederösterreich 2.300 Beratungen mit 1.700 Neukunden des RIZ durchgeführt.

Was sind die Aufgaben der Berater?

RIZ-Berater unterstützen Gründer umfassend bei der Entwicklung eines Unternehmenskonzeptes, bei der Kontaktierung von Finanzierungs- und Förderungsstellen sowie bei der Standortsuche. So werden beispielsweise Gründer, die sich nicht schon in der Planungsphase an uns wenden, nach der Gewerbeanmeldung telefonisch von Beratern kontaktiert, über die RIZ-Dienstleistungsangebote informiert und zur Zusammenarbeit eingela-

den. Zu rechnen ist, dass dieses Jahr in Niederösterreich etwa rund 6.000 Unternehmensgründungen stattfinden werden, und unser Ziel ist es, mit allen Jungunternehmern in Kontakt zu kommen.

Mit welchen Förderungen können Gründer rechnen?

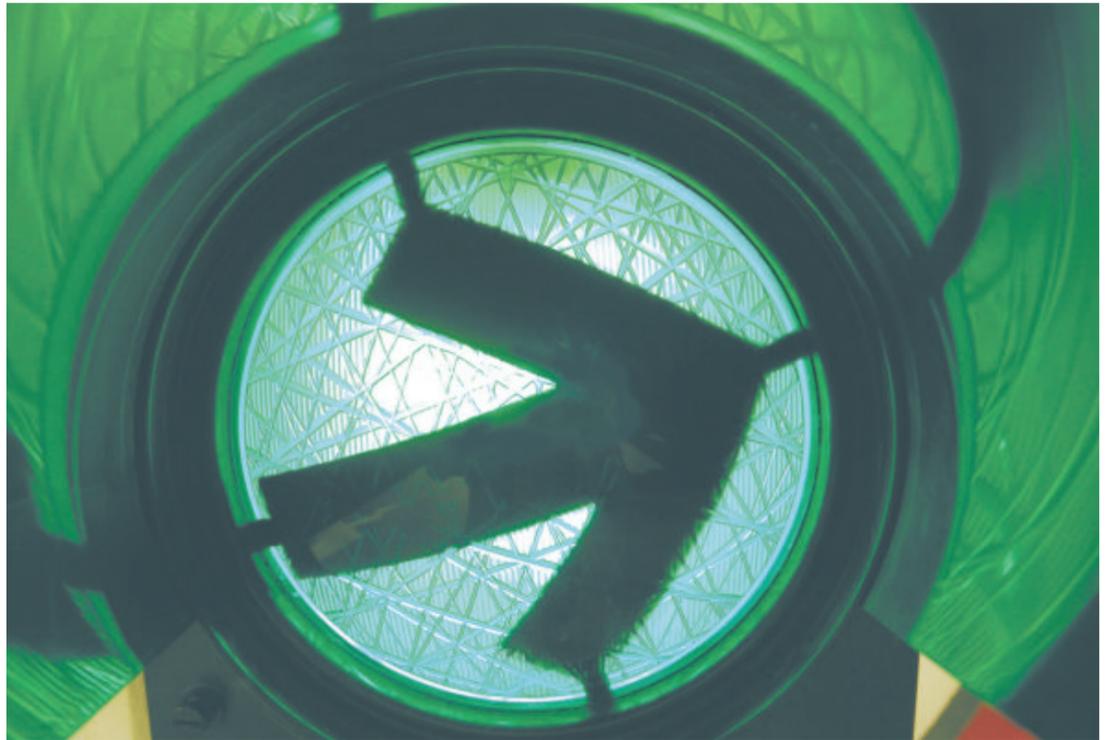
Das Land Niederösterreich bietet eine breite Förderpalette. Mittel werden für Forschungs- und Entwicklungsvorhaben, für Kooperationen, Markterschließungen und auch Internationalisierungsvorhaben in Form von verlorenen Zuschüssen oder zinsbegünstigten Darlehen zur Verfügung gestellt.

Sind die Beratungsangebote für Jung-Unternehmer mit Kosten verbunden?

Gründer können die professionelle und umfassende Beratung, die auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten wird, kostenlos in Anspruch nehmen. Die RIZ-Berater stehen auf dem Weg in die Selbstständigkeit sowohl während der Planungsphase als auch danach als Ansprechpartner zur Verfügung. Eine der wichtigsten Neuerungen ist, dass das Beratungsangebot ab sofort auf drei Jahre ab Unternehmensgründung verlängert wurde.

Welche Neuerungen gibt es seitens des RIZ?

Bereits ab Juli können Gründer auf das neue niederösterreichweit flächendeckende Netz von Gründerberatern zurückgreifen. Um dies möglich machen zu können, wurden zusätzliche Büros in St. Pölten, Wr. Neudorf, Strasshof und



Freie Fahrt für Jungunternehmer: Die niederösterreichische Gründeragentur optimierte ihre Prozesse und bietet Dienstleistungen nach dem One-Stop-Shop-Prinzip. Foto: Bilderbox.com

Gmünd eröffnet. Darüber hinaus kam es zu einer Ausweitung der Anzahl der RIZ-Berater. Weiters wurde die Zusammenarbeit mit allen relevanten Landesstellen und Netzwerkpartnern intensiviert.

Über welche Ressourcen verfügt die Gründungsagentur?

Als landesnahe Organisation können wir natürlich auf die Ressourcen, die sich aus der engen Kooperation mit allen relevanten Landesstellen ergeben, zurückgreifen. Im Zuge der Neuausrichtung wurden auch innerhalb des Netzwerks alle Kommunikationsschnitt-

stellen weiter optimiert, was eine noch effizientere Kommunikation möglich macht. Diese schafft die Voraussetzungen, dass für Gründer optimale Lösungen weit rascher als bisher gefunden werden können.

Wie umfassend fiel die Neustrukturierung aus?

Binnen eines halben Jahres konnte die Umstrukturierung und Neuausrichtung des RIZ vollzogen werden. Prioritär war die Optimierung der Serviceangebote. Um noch mehr Jungunternehmer als schon bisher erreichen zu können, entschlos-

sen wir uns zu einem vollständigen Relaunch, deshalb kam es auch zur Namensänderung, nämlich in „RIZ – Die Gründer-Agentur für Niederösterreich“. Weiters wurde ein einheitliches Erscheinungsbild mittels eines neuen Logos geschaffen. Die neue Corporate Identity war auch deshalb notwendig geworden, da dadurch in Zukunft Werbeaufträge weit effizienter als bisher gestaltet werden können, was wiederum dazu führt, dass noch mehr Start-ups als bisher von unseren Angeboten erfahren und unsere Dienstleistungen in Anspruch nehmen können.

Steckbrief



Petra Patzelt ist Geschäftsführerin des RIZ. Foto: RIZ

Erfolg mit spezialisierten Nischenprodukten

Binnen fünf Jahren schaffte Mechatron den Sprung vom niederösterreichischen Start-up zum Marktführer.

Als österreichischer Marktführer in der Entwicklung und Herstellung von technischen Hilfsmitteln, die bewegungseingeschränkten und pflegebedürftigen Menschen den Alltag erleichtern, kann das ehemalige niederösterreichische Start-up Mechatron auf eine mittlerweile erfolgreiche fünfjährige Wachstumsperiode verweisen.

Das Unternehmen wurde bereits mehrmals ausgezeichnet, unter anderem mit dem Karl Ritter von Ghoga-Preis 2004 und mit dem niederösterreichischen Gewerbepreis „Kreativ in die Zukunft“. Impulsgeber für die Firmengründung

war der Onkel eines der Gründer, der einen Schlaganfall erlitt und daraufhin komplett gelähmt und sprechunfähig war. Einzig seinen Daumen konnte er drei Millimeter bewegen.

Umfassende Beratung

Die beiden Unternehmensgründer Jürgen Schnabler und Hans-Peter Hinterbuchinger, die zu dieser Zeit gemeinsam eine Ausbildung zum Fachwirt der Automatisierungstechnik absolvierten, entwickelten daraufhin ein Computerprogramm, das es dem Onkel ermöglichte, mit dem Daumen den Fernseher zu bedienen, das Licht ein- und

auszuschalten sowie zu rechnen und zu schreiben. „Entscheidend für den guten Unternehmensstart war das außerordentliche Engagement der RIZ-Betreuer“, erklärt Mechatron-Ko-Geschäftsführer Jürgen Schnabler. Als besonders hilfreich bewertet er rückblickend seine Erfahrungen im Assessment-Center des RIZ. Dort können sich angehende Firmengründer daraufhin testen lassen, ob sie die Eignung zum Unternehmer oder zur Unternehmerin mitbringen. Schnabler: „Besonders effizient war auch die umfassende Unterstützung durch die RIZ-Betreuer bei der Erstellung des Business-

Plans.“ Als weiteres wichtiges Asset für den erfolgreichen Unternehmensaufbau erachtet Schnabler den Umstand, dass die vom RIZ gepflegten Netzwerke genutzt werden konnten.

Mechatron unterhält Partnerschaften mit allen öffentlichen Kostenträgern wie beispielsweise den Gebietskrankenkassen, da für die Produkte des Unternehmens seitens der Versicherer auch Kostenbeteiligungen gewährt werden. Schnabler: „Hätten wir alle notwendigen Kontakte selbst herstellen müssen, hätte dies sicher unser Wachstum verlangsamt.“

Networking erfordert auch

das neue Projekt von Mechatron, denn die zukünftig österreichweit harmonisierten Bauvorschriften sehen die Nutzungssicherheit und Barrierefreiheit für alle öffentlich zugänglichen Um-, Zu- und Neubauten vor. „Dadurch entsteht ein großer Bedarf an Information und Beratung“, so Schnabler. Unter dem Titel „Design for all“ wurde gemeinsam mit der Architektin Monika Anna Klenovec ein umfassendes Beratungsangebot entwickelt, in das Mechatron seine Erfahrungen als Berater, Ausbilder und Multiplikator einbringen wird. malech

www.riz.at

Special Innovation

Waltraud Wiedermann: „Als größter Medien- und Fachdatenbank-Anbieter Österreichs mit zehnjähriger Erfahrung entwickelte sich APA-De Facto mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum zu einem der großen Player, den große Verlage als Outsourcing-Partner gewählt haben“, erklärt die Geschäftsführerin des Unternehmens.

Kernkompetenz Content-Management

Manfred Lechner

economy: Welche Vorteile können Verlage durch Outsourcing des Content-Managements erzielen?

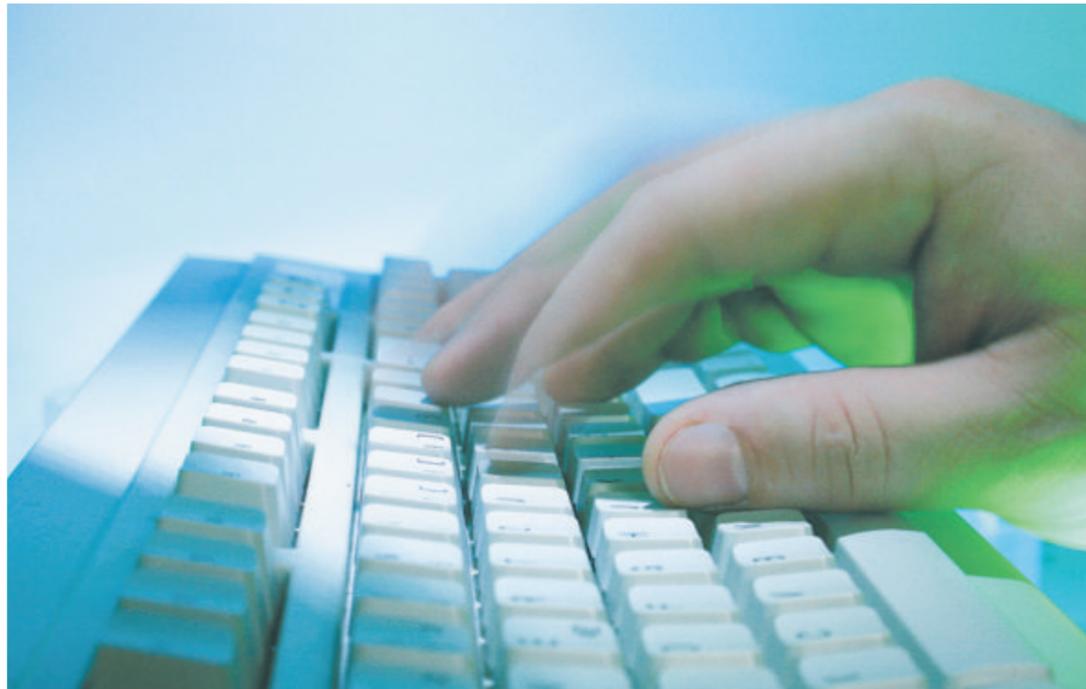
Waltraud Wiedermann: Content-Management zählt nicht zu den Kernkompetenzen von Tages- oder Wochenzeitungen. Verlage wählen deshalb dafür erfahrene und bewährte Anbieter. Als Nachrichtenagentur verfügen wir über die notwendige Infrastruktur an Hard- und Software. Qualifizierte Mitarbeiter sind täglich 24 Stunden im Einsatz, das gewährleistet rasche Lösung eventuell anfallender Probleme. Darüber hinaus sind wir als Nachrichtenagentur gewöhnt, große Datenmengen zu managen, was natürlich von Medien, die Outsourcing beabsichtigen, erwartet wird.

Für welche Printmedien erbringen Sie Dienstleistungen?

Alle großen österreichischen Tageszeitungen und Regionalmedien lassen ihren Content von uns managen. Die Geschäftssparte Datenbank und Content-Management existiert seit zehn Jahren, und ebenso lange bearbeiten wir auch die Nachbarmärkte. Unsere Dienste nutzen mittlerweile auch die *Neue Zürcher Zeitung*, die *Süddeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Wie stark ist die Position der APA im deutschen Sprachraum?

Die APA-De Facto GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der Austria Presse Agentur und der größte Medien- und Fachdatenbank-Anbieter Österreichs. Die Datenbanken der APA-De Facto beinhalten aktuell mehr als 80 Mio. Dokumente. In



Hohes Kunden-Aufkommen beim APA-Host und reichlich vorhandene Rechnerleistung sowie ein 24-Stunden-Betrieb sorgen für erfolgsentscheidende Qualitätsstandards. Foto: Bilderbox.com

Österreich sind wir Marktführer, im deutschen Sprachraum sind wir unter den Top drei, die da sind: Factiva, Genios-GBI und APA-De Facto. Mit den beiden anderen Anbietern gibt es unterschiedlich intensive Kooperationen.

Welche Assets überzeugten auch deutsche und Schweizer Medien von den Qualitäten der APA?

Wichtigstes Kriterium ist, dass wir mit dem De Facto-Host über einen umsatzstarken Datenbank-Pool mit großem Traffic verfügen, was natürlich neben allen qualitätssichernden Maßnahmen, die wir setzen, einen entscheidenden Vorteil für Kunden darstellt.

Entscheiden sich Kunden für die APA aus Gründen des Traffic,

oder spielen innovative Dienstleistungsangebote und auch innovative Technik eine Rolle?

Wir bieten eine gute Mischung. Neben den Volltexten und Ganzseiten-PDFs von Zeitungen erstellen wir unter anderem Abstracts und Abschriften von ORF-Nachrichtensendungen. Auch planen wir englische Abstracts von osteuropäischen Zeitungen. Erst kürzlich ging die APA eine Beteiligung in Polen mit dem Polish News Bulletin ein, und über diese Schiene werden Kurzfassungen polnischer Wirtschaftsmeldungen in englischer Sprache aufbereitet.

Wie viel Umsatz wird in dieser Sparte erzielt?

Rund sechs Mio. Euro Umsatz pro Jahr werden im Geschäftsfeld Datenbanken und

Content-Management erwirtschaftet. Die APA verdient an jedem verkauften Dokument einen Umsatzanteil.

Was ist an neuen technischen Entwicklungen im Laufen?

Das Stichwort heißt automatisches Clustering, das läuft so ab, dass automatisiert Themengruppen über Inhalte generiert werden. Weiters arbeiten wir an einer Optimierung der Suche mittels Schlüsselwörtern. Man muss über sehr schnelle Rechnerleistungen verfügen, um solche Dienste anbieten zu können. Die haben wir, und das ist sicherlich ein Wettbewerbsvorteil der APA-Gruppe.

Werden die Rechnerressourcen zur Gänze genutzt, oder existieren Reserven?

Auszugehen ist von den Spitzenanforderungen. Tritt ein solcher Fall ein, verfügen wir immer noch über 50 Prozent an zusätzlicher Rechenleistungsreserve. Wir sind also auch kurzfristig in der Lage, umfangreichen zusätzlichen Content einspeisen und verteilen zu können. Als Sicherungsmaßnahme wurde im vergangenen Jahr auch ein zweites Rechenzentrum in Betrieb genommen, um jederzeit arbeitsfähig zu sein.

Ist die Belieferung von mobilen Endgeräten ein Thema?

An mobilen Endgeräten kommen wir nicht vorbei, da es ja unsere Aufgabe ist, schnell zu informieren. Die Agentur stellt für Handy-Betreiber Sport- und Wirtschaftsnachrichten sowie General News bereit. Wir selbst bieten ebenfalls Benachrichtigungssysteme für mobile Endgeräte. Unsere Aufgabe ist es, spezifische Informationen, die von Kunden gewünscht werden, zu suchen und Kunden per SMS zu informieren. Diese haben dann wiederum die Möglichkeit, sich bei Bedarf im Netz umfassend zu informieren.

www.apa.at

Steckbrief



Waltraud Wiedermann ist Geschäftsführerin der APA-De Facto GmbH. Foto: APA

Vertragsmanagement schafft Effizienzgewinne

Prozessautomatisierung sorgt für sichere Anpassungen an Gesetzesänderungen und Einhaltung von Fristen.

Informationen sind mehr wert als nur das Stück Papier, auf das sie gedruckt sind. Sie stellen einen immateriellen Wert dar, auch wenn dieser bilanziell nicht ausgewiesen wird. Die richtige Nutzung ist der eigentliche Erfolgsfaktor.

Der deutsche Enterprise-Content-Management-Spezialist SER, der seit 20 Jahren für mehr als 1.000 europäische Unternehmen ECM-Lösungen entwickelt und implementiert hat, stellte kürzlich ein zusätzliches Tool für automatisiertes Vertragsma-

nagement vor. „Es ist erstaunlich, dass manche Betriebe mit ihren Kaffeemaschinen sorgsamer umgehen als mit Verträgen. Große Panik kommt meist erst auf, wenn nach negativen Vorfällen endlich deutlich wird, dass solche Schriftstücke nicht nur dazu da sind, um Ordner zu füllen“, konstatiert Hartmut R. Gailer, der Geschäftsführer von SER Solutions Österreich.

Die Gefahrenquellen sind vielfältig, wenn Verträge nachlässig oder mit mangelnder Präzision gemanagt werden: Sie

reichen von versäumten Fristen über verschwundene Kontrakte bis hin zu Defiziten, was etwa bedeutende rechtliche Rahmenbedingungen – beispielsweise Basel II – betrifft.

Erinnerungsfunktion

„Die Kombination elektronischer Vertragsakten mit einer Datenbank ist derzeit einzigartig“, so Gailer. Durch Vertragsmanagement der neuen Art lässt sich die Erfassung von Fristen und zeitgerechtes Reagieren automatisieren. „Der automatische

Weckruf, der ablaufende Fristen anzeigt, kann eine Menge Geld, Aufwand und Ärger ersparen“, erklärt Gailer.

Weiterer Vorteil ist, dass Unternehmen, die in unterschiedlichen Ländern tätig sind, ihre Verträge zentral updaten können. „Dies reduziert Fehlerhäufigkeit und schafft die Voraussetzungen für wasserdichte Vertragsgestaltungen“, so Gailer. Wie aus einer Studie der Berater von Bearing Point hervorgeht, ist die Mehrheit sowohl großer als auch kleinerer Unter-

nehmen im deutschsprachigen Raum nur wenig zufrieden, wie das Vertragsmanagement derzeit gehandhabt wird.

Die Ergebnisse der Studie belegen, dass 86 Prozent in Zukunft eine elektronische Lösung einsetzen möchten. Nachholbedarf zeigt sich auch darin, dass 70 Prozent sich zwar schon mit dem Thema beschäftigt haben, doch bloß ein Fünftel der befragten Unternehmen nutzt bereits spezielle Software. malech

www.ser.at

Prüfkreisläufe für Kundendokumente

Nationwide, einer der größten Finanzdienstleister Großbritanniens, optimierte die Kunden-Kommunikation durch Automatisierung sämtlicher Prozesse und kann sich ab sofort auf ein Null-Fehler-System verlassen.

Manfred Lechner

Mit rund zehn Mio. Kunden und einem Gesamtvermögen von 124,8 Mrd. Euro ist die britische Bausparkasse Nationwide das weltweit größte Institut in diesem Segment und zählt zu den führenden Finanzdienstleistern in Großbritannien.

Die Kunden-Kommunikation erfolgt zwar über die einzelnen Filialen, der Großteil der gedruckten Unterlagen wird aber über einen zentralen Mailing-Service abgewickelt. Verschiedene werden unter anderem Kontoauszüge sowie Mitgliederinformationen über Hypotheken und Spareinlagen, die häufig mit Marketing-Materialien zu ergänzen sind.

Pro Jahr werden rund 90 Mio. Seiten von Nationwide versendet. Die Tendenz ist steigend, denn aufgrund des guten Geschäftsergebnisses und der Ausweitung von Services betragen die jährlichen Steigerungen beim Postaufkommen rund 20 Prozent. Nicht verwunderlich ist, dass das Unternehmen seinen umfassenden Kunden-Service als eine seiner Kernkompetenzen definiert hat.

Bei einem derart hohen Kommunikationsaufkommen stand Nationwide vor der Entscheidung, das gesamte System zu optimieren, um die Fehleranfälligkeit zu reduzieren. So ziehen beispielsweise falsche Kunden-Informationen beträchtliche Strafen seitens der Aufsichtsbehörden nach sich.

Obwohl in der Kunden-Kommunikation auch Internet und WAP-Dienste verwendet wer-

den, wurde bis vor Kurzem der größte Teil der Kommunikation mittels gedruckter Dokumente erledigt. In Großbritannien hatten Finanzdienstleister in den vergangenen Jahren mit einer Reihe von Schwierigkeiten in diesem Bereich zu kämpfen.

Produktionssteuerung

Nationwide setzte bisher auf manuelle Verfahren zum Druck der Kunden-Informationen. Druckdaten wurden von den Unisys-, ICL- und IBM-Großrechnern auf Cartridges gespeichert. Diese wurden dann an die Druckzentren geliefert, wo die Dokumente in einzelnen Posten gedruckt wurden. Trat ein Problem beim Drucken auf, mussten die Cartridges manuell neu eingestellt werden. Die gedruckten Dokumente wurden anschließend maschinell kuvertiert. Schwachstelle war, dass diese Maschinen in keinen geschlossenen Prüfkreislauf eingebunden waren. Nach genauer Analyse der aktuellen Marktlage entschied sich Nationwide für eine Automated Document Factory (ADF)-Lösung zur Produktionssteuerung in der Kommunikation mit Kunden. Das Unternehmen betrat mit dieser Lösung Neuland, da bis dahin in Großbritannien noch keine vollständige ADF-Lösung umgesetzt worden war.

Nach einer Ausschreibung wurde ein Konsortium unter der Leitung von Xerox Global Services zur Betreuung des Nationwide-Projektes zusammengestellt. Die erste Phase umfasste die Integration von Großrechnern und Druckvor-



Dokumente sind während ihres gesamten Lebenszyklus einem ständigen Wechsel zwischen elektronischer Ablage und dem Ausdrucken auf Papier unterworfen. Foto: Bilderbox.com

gängen. Nach Abschluss dieses Meilensteins bestand die nächste Aufgabe in der Implementierung des Integrity-Prozesses zur Steuerung von Druck und Fulfilment. Jedes einzelne Dokument sollte automatisch neu bearbeitet werden und innerhalb eines Postens mit einer eindeutigen Kennzeichnung versehen werden. Dadurch ist die Verfolgung während des gesamten Prozesses möglich.

Die Unterlagen werden beim Druck mit Hilfe der Barcode-Technologie und über Hochgeschwindigkeits-Digitalkameras überwacht. Über eine

Datenbank wird dann geprüft, ob alle Unterlagen auf dem richtigen Papier gedruckt werden. Das Papier wird dafür vorher mit einem eigenen Barcode versehen.

Mehr Sicherheit

Nach der Fertigstellung der einzelnen Posten überprüft die ADF den ordnungsgemäßen Druck. Dann werden die Unterlagen an die Kuvertiermaschinen weitergeleitet. Vor der Kuvertierung werden alle erforderlichen Marketing-Materialien beigefügt. Auch hier, beim Kuvertiervorgang, wer-

den die Barcodes mit Hilfe von Digitalkameras geprüft. Die Datenbank wird mit den neuesten Informationen versorgt, wodurch die korrekte Fertigstellung der Posten dokumentiert werden kann. Jedes fehlerhafte Element wird automatisch erneut bearbeitet, bis der gesamte Durchgang erfolgreich fertig gestellt ist. Gleichzeitig werden alle Print-Streams eines jeden Postens automatisch erfasst und archiviert. So können alle Dokumente, die an ein bestimmtes Mitglied verschickt wurden, bei Bedarf elektronisch abgerufen werden.

Wettbewerbsvorteile durch Outsourcing

Maßgeschneiderte Lösungen sorgen für Kostentransparenz und Hebung von Rationalisierungspotenzialen.

Die Optimierung des Dokumenten-Managements ermöglicht Unternehmen durch Straffung der Prozesse Kosteneinsparungen. „Wissensmanagement beinhaltet derzeit drei Schwerpunktthemen“, erklärt Martin Winkler, Geschäftsführer von Xerox Global, „nämlich Verwaltung und Management von elektronischen Informationen, Content-Management und intelligente Lösungen, wie Informationen auf Papier gebracht werden und wieder elektronisch abgelegt werden können.“ Um dies bewerkstelligen zu kön-

nen und Fehler zu vermeiden, bedarf es aber Spezialisten, die aufgrund ihrer Kernkompetenz als Outsourcing-Partner in Frage kommen.

Service-Qualität

„Natürlich spielt Reduzierung der Kosten immer eine große Rolle, wenn über Outsourcing gesprochen wird, doch Betriebssicherheit und Null-Fehler-Toleranz sind zumindest von gleich großer Bedeutung“, erklärt Winkler. Zu beobachten ist derzeit der nach wie vor ungebremste Trend zur Bürooptimierung und zum

Dokumenten-Management. Wobei Unternehmen, angepasst an die betrieblichen Bedürfnisse, zwischen unterschiedlichen Dienstleistungsmodellen und ServiceGraden wählen können. Was das Service betrifft, kann zwischen vier Levels unterschieden werden. In der Grundstufe stellt Xerox die Hardware über einen Leasing- oder Mietvertrag zur Verfügung.

Level zwei zeichnet sich dadurch aus, dass auch das Verbrauchsmaterial geliefert wird, Unternehmen dies aber bestellen und das Verbrauchsmaterial

selbst auswechseln müssen. Der nächste Service-Grad definiert sich bereits über umfassendere Dienstleistungen, denn Xerox übernimmt dann auch die Lieferung sämtlicher Verbrauchsmaterialien inklusive der Toner-Logistik und gewährleistet einen Rund-um-die-Uhr-Betrieb.

„Vorteil ist, dass auch ein Reporting gewählt werden kann, durch das sich Kosten bis auf den verursachenden Einzelplatz nachweisen lassen“, so Winkler. Große Unternehmen können, nach Herstellung völliger Kostentransparenz, darüber hinaus

auch noch Consulting-Dienstleistungen für umfassende Kosten- und Prozessoptimierung in Anspruch nehmen. malech
www.xerox.com

Das Special Innovation entsteht mit finanzieller Unterstützung von ECAustria. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy.

Redaktion:
Ernst Brandstetter