

Weg von den Seiten, hin zu den Daten

Die scharfe Trennung von Dokumentenerstellung und Versand ist selbst in großen Unternehmen noch nicht befriedigend gelöst. Sie ist die Voraussetzung für die Generierung von „intelligenten“ Dokumenten für jeden physischen und digitalen Kanal. Ein Plädoyer für das Output-Management als zentrale Drehscheibe in der Kundenkommunikation.

(Fließtext)

Problem in vielen Unternehmen ist die Heterogenität in der Dokumentenverarbeitung. Nicht nur, dass oft unterschiedliche Textverarbeitungsprogramme existieren und die standardisierte Dokumentenerstellung erschweren – schließlich muss jede Änderung, beispielsweise im Corporate Design, separat vorgenommen werden. Auch im Versand ist häufig Dezentralisierung angesagt. Da werden immer noch viele Schriftstücke von den Abteilungen selbst versendet. Vor allem in Konzernen, die durch Akquisitionen und Fusionen schnell gewachsen sind, ist diese Situation typisch. Würden dagegen die Dokumente gebündelt und zentral ausgegeben, ließen sich erheblich Kosten einsparen – unter anderem durch die bessere Ausnutzung von Portorabatten, die für Massensendungen typisch sind.

Hinzu kommt: Viele Firmen programmieren den Versand eines Dokuments in der Anwendung, mit der sie es erstellen. Solange es sich nur um einen Ausgabekanal handelt, mag sich der Aufwand dafür noch in Grenzen halten. Doch angesichts der zunehmenden Vielfalt an Kommunikationswegen, nimmt auch die Komplexität in der Dokumentenausgabe rasant zu. Was, wenn innerhalb kürzester Zeit auf einen anderen Kanal gewechselt werden muss, weil der Empfänger beispielsweise seine Rechnungen nicht mehr postalisch, sondern elektronisch haben will? Was, wenn plötzlich die hauseigene Druckstraße ausfällt und deshalb quasi über Nacht ein externer Dienstleister eingebunden werden muss? Das System müsste jedes Mal aufwändig neu programmiert werden. Für den Sachbearbeiter, der zumeist wenig Programmier-Know-how besitzt, eine schier unmögliche Herausforderung.

Erstellung und Ausgabe entkoppeln

Viel besser, weil effizienter, wäre es doch, das Output-Management (OM) komplett zu zentralisieren und dafür Dokumentenerstellung und Versand strikt voneinander zu trennen: Die Anwendungsentwicklung konzentriert sich auf die Umsetzung der fachlichen Anforderungen in der Dokumentenerstellung, während Konvertierung, Modifizierung und Ausgabe bei einer zentralen Output-Instanz angesiedelt sind. Das hätte nicht nur den Vorteil, dass die Fachabteilung von aufwändigen Programmier Tätigkeiten entlastet wird. Durch die Schaffung einer zentralen Drehscheibe bekommt man zudem einen zuverlässigen Überblick, welche Dokumente das Unternehmen in einem bestimmten Zeitraum verlassen haben. Das kann man dann natürlich nach verschiedenen Kriterien selektieren. Gerade dieses Monitoring

ist ein nicht zu unterschätzender Nutzen, denn die meisten Firmen wissen nicht genau, wie viel insgesamt gedruckt, gefaxt und elektronisch versendet wird. Was fehlt, ist der 360-Grad-Blick im Dokumentenmanagement. Den bekommt man, wenn man die Ausgabe der physischen und digitalen Post zentral steuert. So lässt sich beispielsweise innerhalb eines zentralisierten Output-Management eine Art elektronisches Postausgangsbuch einrichten, das exakt registriert, welche Dokumente in welcher Zahl über welchen Kanal das Unternehmen verlassen. Daraus lassen sich übrigens auch wichtige Schlüsse für weitere Optimierungspotenziale ziehen; beispielsweise, ob sich ein Teil der physischen Post nicht digitalisieren ließe.

Fakt ist: Die Zentralisierung der Dokumentenlogistik bietet etliche Vorteile. Der wichtigste ist zweifelsohne, dass die Programmierung der Ausgabekanäle hier nur einmal erfolgt – und nicht wie bei der dezentralen Variante für jede Anwendung extra. Außerdem gibt es die Möglichkeit, kurzfristig auf einen anderen Ausgabekanal zu wechseln – wenn beispielsweise ein Kunde seine Versicherungspolice nicht mehr wie bisher als Papier, sondern digital haben möchte. Ein Szenario, über das immer mehr Versicherer nachdenken. Was heute für Transaktionsdokumente wie Rechnungen, Kontoauszüge etc. üblich ist, könnte auch bald für rechtsverbindliche Schriftstücke wie Verträge, Policen etc. zutreffen. Dass in diesem Bereich derzeit noch Papier vorherrscht, hat vor allem damit zu tun, dass die Zustellung hier nachgewiesen werden muss. Und da gibt es sicher noch Unterschiede zwischen physikalischem und elektronischem Versand hinsichtlich rechtlicher Wirksamkeit und Beweiskraft. Erfüllt die digitale Post aber erst einmal komplett die Ansprüche an Datenschutz und rechtssicherer Dokumentation, wird sie die physische mittelfristig verdrängen.

Von der Mündung zur Quelle

Für das Output-Management-System als Drehscheibe bedeutet dies: Es muss jederzeit um neue Kommunikationskanäle erweitert werden können. Selbst Social Media ist im Business eine Option, beispielsweise in der Kommunikation mit jungen Menschen. Der Globetrotter, der kurzfristig noch eine Auslandsreisekrankenversicherung benötigt, weiß es sicher zu schätzen, wenn er den Versicherer seiner Wahl bequem über Facebook kontaktieren kann. Die Police wird dann beispielsweise als E-Postbrief oder De-Mail versendet. Warum nicht? Die Multikanalfähigkeit und das kurzfristige Switchen sind der große Vorteil eines zentralisierten Output-Service. Für die Dokumentenerstellung bedeutet es, dass sie sich von der A4-Metapher lösen und Inhalte auch für elektronische Ausgabegeräte bereitstellen muss, unabhängig von der Größe des Displays oder Bildschirms. PC-Tablet, iPad, Smartphone etc. sind aus dem Businessalltag kaum noch wegzudenken.

Doch darin liegt das Problem vieler Systeme von heute: Sie nehmen das A4-Format als Basis, das aber für die klassischen Kanäle wie Druck und Archiv gedacht ist – aber nicht für die neuartigen digitalen Medien. Viel besser wäre es doch, wenn sie statt kompletter Seiten die Rohdaten in XML-Format liefern – ist die Metasprache doch am besten geeignet für den plattformunabhängigen Datenaustausch. Die eigentliche Aufbereitung, sprich die Formatierung, Konvertierung und Ausgabe, erfolgt in der zentralen Output-Instanz. Mit anderen Worten: Die Grenze zwischen Dokumentenerstellung und –ausgabe verschiebt sich, die Wahl der Seitengröße und des Ausgabekanals erfolgt zu einem viel späteren Zeitpunkt als

heute allgemein üblich. Damit einher geht ein Paradigmenwechsel: Die Anwendungen zur Dokumentenerstellung müssen unter der Kontrolle des zentralen OM-Systems laufen. Output-Management spielt sich nicht mehr ausschließlich im Druckzentrum ab – auch wenn bei vielen Firmen dieses Thema dort nach wie vor angesiedelt ist. Heute geht es darum, näher an die „Quelle“ zu gelangen – dorthin, wo die Daten entstehen.

Nicht alles auf einmal

Immer mehr Unternehmen erkennen, wie wichtig die Entkopplung von Dokumentenerstellung und Versand ist. Die Zentralisierung der heterogenen OM-Strukturen sollte schrittweise erfolgen und auf den vorhandenen Anwendungen und Workflows aufbauen. Eine Aufgabe, die ohne einen erfahrenen Dienstleister kaum zu bewältigen ist. Je mehr Applikationen, je mehr Abteilungen in die Dokumentenerstellung, -bearbeitung und -ausgabe involviert sind, desto kompetenter sollte der Partner sein. Wichtig dabei: Bei der Erneuerung ist auf Technologien zu setzen, mit denen das System problemlos um weitere Ausgabekanäle und Datenformate erweitert werden kann. Stichwort HTML5: Die textbasierte Auszeichnungssprache gibt schon heute auf mobilen Plattformen wie iPhone, iPad und Android-Geräten den Ton an. Kein Wunder, Inhalte in HTML5 können problemlos für alle elektronischen Ausgabekanäle aufbereitet werden, für Smartphone & Co. genauso wie als Webseite. Und wer es trotzdem weiter gedruckt mag – diese Option bleibt ja nach wie vor. Auch die Konvertierung in PDF-Dateien jeder beliebigen Seitengröße ist möglich. HTML5 ist derzeit das intelligenteste Format für die größen- und kanalunabhängige Erstellung und Darstellung von Dokumenten. Es ermöglicht die Reformatierung, beispielsweise von A4 zum Smartphone-Display, die Konvertierung von Seitenformaten in textorientierte Formate, die Extraktion von Einzeldaten (u.a. Rückgewinnung von Rechnungspositionen) und den Aufbau von Inhaltsverzeichnissen und Indexlisten. Mehr noch: Mit HTML5 lassen sich auch audiovisuelle Elemente, Weblinks und Charts einbetten. So entstehen auf diese Weise nicht nur multikanalfähige, sondern auch intelligente Dokumente, die dem Nutzer einen über die reine Textdarstellung hinausgehenden Mehrwert bieten.

Vom Druckzentrum zum Kommunikationscenter

Letztlich ist das Thema nicht nur technischer Natur, sondern vorrangig als Möglichkeit zur Optimierung des Kontakts mit dem Kunden zu sehen. Mit diesem über jeden Kanal kommunizieren und beliebig wechseln zu können – darin besteht das Neue des Themas. Der Output-Manager muss sich deshalb vom Druck- und Verarbeitungsspezialisten zum Kommunikationsmanager wandeln – natürlich immer im Einklang mit den Bedürfnissen des Empfängers und den Strategien des Unternehmens. Selbst im konventionellsten aller Bereiche, dem Druck, hat der Output-Manager heute mit neuen Anforderungen zu tun. Beispiel Farbe: So lange der Computeroutput aus schwarzen Zahlen und Buchstaben bestand, waren die Anforderungen überschaubar. Hauptsache lesbar. Jetzt sind branchenübergreifend immer mehr Maschinen im Einsatz, die vollfarbig drucken, fotorealistische Grafiken erstellen und auf die Anwendung verschiedener Tinten, Toner und Substrate sehr empfindlich reagieren. Farben in aller Form auf unbehandeltem und gestrichenem Papier, die Vielfalt der Digitaldruck-Techniken nach der Drupa 2012 – mit diesen Themen hält die volle Komplexität des neuen, kontinuierlichen Vollfarb-Datendrucks im Dokumentenoutput Einzug.

Output-Management ist vor diesem Hintergrund als integrale IT-Disziplin zu verstehen und geht über das klassische Drucken weit hinaus – es wird zur Kompetenzstelle für die Unternehmenskommunikation schlechthin.

(Ende Fließtext)

www.compart.com

Autor: Thomas Funke, Vice President Product Management, Compart