

## Special Innovation

**Sandra Kolleth:** „Der Umgang mit der täglich wachsenden Flut an Informationen ist mittlerweile nicht nur zu einem organisatorischen, sondern auch zu einem zeitlichen Problem geworden. Ein professionelles Dokumentenmanagement ist daher unumgänglich“, erklärt die Direktorin von Xerox Global Services Österreich.

# Über den ganzen Lebenszyklus

Gerhard Scholz

**economy:** Sie bezeichnen den Xerox-Zugang zum Dokumentenmanagement als ganzheitlich. Was verstehen Sie darunter?

**Sandra Kolleth:** Bei intelligentem Dokumentenmanagement geht es heutzutage nicht mehr nur um die reine Ablage von Dokumenten und deren Verwaltung auf elektronischer Basis. Wir betrachten den gesamten Lebenszyklus von Dokumenten. Das beginnt schon bei der Generierung, denn da kann man vieles falsch machen, was dann später Probleme und Kosten verursacht, und geht bis zur schnellen Suche und Bereitstellung von digitalisierten Dokumenten für verschiedene Benutzer. Neue Technologien ermöglichen, dass sich Dokumente selbst organisieren und updaten, aber auch sich selbst vor Veränderungen schützen.

Der Umgang mit der täglich wachsenden Flut an Informationen ist mittlerweile nicht nur zu einem organisatorischen, sondern auch zu einem zeitlichen Problem geworden. Ein professionelles Dokumentenmanagement, das aus einer Kombination aus Prozessverständnis und fortschrittlicher Technologie besteht und die Arbeitsweise der Mitarbeiter berücksichtigt, ist daher unumgänglich.

**Im Zusammenhang mit Dokumentenmanagement ist immer auch Outsourcing ein Thema. Bis zu welchem Grad können solche Prozesse ausgelagert werden?**

In der Regel kann man sagen: Wir wickeln die Prozesse ab, aber die im Lauf dieser Prozesse notwendigen unternehmerischen Entscheidungen trifft immer der Kunde. Ein Beispiel: In der Telekom-Branche ist das Onboarding, also die Anlage von

Neukunden, ein arbeitsaufwendiger Vorgang. Der Provider trifft die Entscheidung, ob ein Kunde aufgenommen wird und zu welchen Konditionen, aber die technische Abwicklung des gesamten Kundenkontakts bis hin zur späteren Rechnungsproduktion und so weiter übernehmen wir.

**Welche Vorteile sehen Sie für Ihre Kunden generell im Outsourcing?**

Auch da verweise ich auf die ganzheitliche Sichtweise. Mit Sicherheit der falsche Zugang zu einer Outsourcing-Dienstleistung ist das Motto „Mach, was ich gemacht habe, aber das für weniger Geld“. Nur wenn wir den gesamten Ablauf analysieren, nur wenn eine Prüfung der Geschäftsprozesse wirklich in die Tiefe geht, können alle Prozessoptimierungen greifen. Natürlich können wir dann auch bedeutende Kostenvorteile für

den Kunden erzielen, aber entscheidend für den Erfolg eines Projekts ist die Steigerung von Produktivität und Effizienz, die zu einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit führt.

**Sie haben zuerst die intelligente Generierung von Dokumenten erwähnt. Können Sie das etwas näher ausführen?**

Auch das will ich anhand eines Beispiels erklären. Bei rund 570 Tankstellen der OMV können die Kunden auch mit Gutscheinen bezahlen, wie sie von Firmen ausgegeben oder an den Tankstellen verkauft werden. Xerox Global Services ist für den Großteil der Abwicklung verantwortlich: von der Annahme der Bestellung über die Produktion bis zur systemtechnischen Verwaltung, der Logistik und der Abrechnung. Ein wesentlicher Aspekt liegt dabei in der Gestaltung dieser Gutscheine. Wir haben einen

### Zur Person



Sandra Kolleth ist Director für Large Accounts & Xerox Global Services bei Xerox Österreich. Foto: Xerox

Barcode integriert, der die automatische Abwicklung über den gesamten Prozesskreislauf ermöglicht. Und wir haben eine digitale Print-on-Demand-Lösung realisiert, die zum einen kostengünstiger und schneller als das alte System ist, zum anderen aber auch flexible Aufdrucke von Co-Brandings erlaubt und Sicherheitsmerkmale integriert.

**Spielen beim Dokumentenmanagement auch webbasierte Anwendungen eine Rolle?**

Selbstverständlich, und zwar immer mehr. Viele Unternehmen tauschen mit ihren Kunden Dokumente über das Internet aus, etwa Bestellungen oder Rechnungen. Wenn Sie bedenken, dass die Rechnung jenes Dokument ist, das Kunden wahrscheinlich am längsten und genauesten lesen, in der Regel zwei bis drei Minuten, ist klar, dass es sich hervorragend eignet, um dort flexible, zielgenaue Botschaften an den Kunden zu richten. Das kann in papierbasierter Form oder auf elektronischen Dokumenten geschehen. Sehr effizient ist es im Marketing auch, verschiedene Medienkanäle kombiniert zu nutzen, Stichwort Cross-Media-Marketing. Viele dokumentenzentrierte Geschäftsabläufe können über das Internet wesentlich schneller und effizienter abgewickelt werden und den täglichen Workflow schlanker machen.

[www.xeroxglobalservices.com](http://www.xeroxglobalservices.com)



Dokumente sollten nicht in Aktenordnern verstauben, sondern in digitalisierter Form in ein professionelles Dokumentenmanagementsystem eingespeist werden, das eine einfache Suche und ein schnelles Bereitstellen gewährleistet. Foto: Xerox