

## Special Innovation

# Aktuelle Trends im Büroalltag

Über digitalisierte Dokumenteninhalte, die Verwendung von Metadaten und neue Kommunikationsmedien.

**Gerhard Scholz**

Seit Jahren geistert die Idee des „Paperless Office“, des papierlosen Büros, umher. Aber nicht das Papier an sich ist der Feind aller Produktivität und Auslöser verzweifelter Suche „in den Akten“ und „im Archiv“. Vielmehr ist es der Versuch, es in einer vorgegebenen Ordnung über längere Zeiträume aufzubewahren und nach Möglichkeit bei Bedarf wiederzufinden.

## Weg von alten Gewohnheiten

Genau hier setzt die Idee eines „Puncherless Office“, eines Büros ohne Locher, an, das Markus D. Hartbauer, Chief Solutions Architect von SER Solutions Österreich, beschreibt: „Gelochte Seiten sind die Voraussetzung, um Belege ablegen zu können. Entfernen wir alle Locher aus den Büros, bleibt den Mitarbeitern nur eine sinnvolle Möglichkeit: Das Papier wird unmittelbar nach Kenntnisnahme oder Bearbeitung digitalisiert. Aus-



**Mit viel Aufwand kann man auch in einem Aktenordner oder Papierarchiv die richtige Information finden. Wesentlich einfacher sucht es sich allerdings in digitalisierten Dokumenten.** Foto: Photos.com

drucken, bearbeiten, scannen, digital speichern: Das ist der Königsweg, um sowohl die haptischen Gewohnheiten der Mitarbeiter zu befriedigen als auch moderne, digitale Content Repositories zu schaffen.“

Als klaren Trend sieht Hartbauer generell die Ablöse exogener Strukturen, seien es Papierablagen oder Dateiodner in Software-Programmen, durch die Verwendung von beschreibenden Informationen (soge-

nannten Metadaten) für die Informationsobjekte: „Die Bildung exogener Strukturen und Einordnung der Dokumente in dieselben erfolgt nicht mehr vorab oder zum Zeitpunkt der Ablage. Die Hierarchien wer-

den vielmehr flexibel zu dem Zeitpunkt gebildet, zu dem sie benötigt werden.“ Die Bildung dieser flexiblen Ansichten ermöglicht die Neuordnung bestehender Informationsobjekte nach neuen Anforderungen, egal ob diese heute schon bekannt sind oder nicht.

Ein weiterer Trend geht laut Hartbauer in Richtung Medienproliferation, also der Vermehrung der Arten von Medien, mit denen schriftlich kommuniziert wird. Ein großer Teil der Kommunikation wird heute beispielsweise über Instant Messaging abgewickelt. Mächtige neue Medien wie Google Wave, das die E-Mail-Flut signifikant reduzieren wird, stehen am Start.

2010 werden sich IT-Departments daher verstärkt mit der Frage beschäftigen müssen, wie sie geschäftsrelevante Inhalte, die über neue Kommunikationsmedien laufen, erfassen und diese dauerhaft speichern und reproduzieren können.

[www.ser.at](http://www.ser.at)

**Jochen Punzet:** „Die Kredit- und Bankomatkartenbranche ist uns zeitlich zwar um ein paar Jahrzehnte voraus, aber wir legen mit rasantem Wachstum nach. Ausschlaggebend dafür sind Faktoren wie überdurchschnittlich hohe Handy-Penetration, breites Akzeptanzstellennetz und hohe Sicherheit“, erklärt der CEO von Paybox Austria.

## Mobiles Zahlen mit dem Handy boomt

**economy:** Welche Rolle wird mobiles Zahlen über Handy im bargeldlosen Zahlungsverkehr in Zukunft spielen?

**Jochen Punzet:** M-Payment wird eine starke Position innerhalb der bargeldlosen Zahlungsmittel einnehmen. Die Kredit-

und Bankomatkartenbranche ist uns zeitlich zwar um ein paar Jahrzehnte voraus, aber wir legen mit rasantem Wachstum nach. Ausschlaggebend dafür sind Faktoren wie überdurchschnittlich hohe Handy-Penetration, breites Akzeptanzstellennetz und hohe Sicherheit. Vor allem beim Bezahlen im Internet punktet M-Payment, da der Bezahlvorgang geschützt über das eigene Handy und nicht über den Internet-Zugang erfolgt.

### Welche Services sind derzeit schon Renner?

Sehr gut entwickelt sich das M-Payment mittels Handy mit österreichischen Partnern, also Händlern, im Internet, nicht zuletzt wegen der angesprochenen hohen Sicherheit. Was von den Kunden auch sehr gut angenommen wird, sind Services mit Zu-

satznutzen. Absoluter Renner ist das Handy-Parken; bereits jeder dritte Autofahrer in Wien löst seine Parkscheine mit dem Handy. Stark entwickelt sich auch das mobile Ticketing, etwa im Tiergarten Schönbrunn oder in der Wiener Albertina. ÖBB-Tickets werden bargeldlos via SMS gekauft, ebenso das Lotto.

### Und wo sehen Sie zukünftiges Potenzial?

Mir schwebt zum Beispiel ein österreichweit mobil zu lösender Fahrschein vor, der für alle Verkehrsverbunde gilt. Für das Handy-Parken besteht in den Bundesländern und Landeshauptstädten noch riesiges Potenzial, aber da sind wir von politischen Entscheidungen abhängig. Ein tolles Service könnte auch sein, dass man die vielen Kundenkarten, die jeder von uns heute in seiner Brief-

tasche hortet, loswird, weil die Autorisierung über das Handy erfolgt.

### Welche neuen Technologien können in Zukunft M-Payment vorantreiben?

Da wird es vor allem mit NFC, also der Near Field Communication, mit der Daten über kurze Strecken kontaktlos übertragen werden können, einen starken Schub geben. Damit wird das Handy-Zahlen am Point of Sale immer interessanter: im Supermarkt, in der Trafik, im Kino; eben in den einfachen Anwendungen des Alltags. Im asiatischen Raum, der hier eine Vorreiterrolle einnimmt, hat sich die NFC-Technologie längst von der Karte auf das Handy verlagert, denn das hat jeder immer dabei. Auch jeder Technologiesprung, jede neue Sicherheitsaktualisierung kann prompt auf

das Handy gesendet werden, und man muss nicht umständlich Karten austauschen.

### Welche generelle Entwicklung erwarten Sie für M-Payment in Österreich und Europa?

Wir haben federführend eine Basistechnologie entwickelt, die in dieser Form einzigartig ist und das Interesse vieler Länder geweckt hat. Wir hatten in den letzten Jahren Delegationen aus allen Erdteilen bei uns im Haus. Zusätzlich setzen auch Mobilfunk-Betreiber immer mehr auf Zusatzgeschäfte und dabei aufgrund seiner zunehmenden Bedeutung auf M-Payment. Ich denke, M-Payment und die damit verbundene Technologie wird zwar keine Revolution im bargeldlosen Zahlungsverkehr auslösen, sehr wohl aber eine starke Evolution. *gesch*

[www.paybox.at](http://www.paybox.at)

### Zur Person



Jochen Punzet ist CEO von Paybox Austria.

Foto: Paybox