



## Auditing in der Multichannel-Kommunikation

---

Nachvollzieh- und Prüfbarkeit von Dokumenten als  
Grundvoraussetzung für Performance und Regelkonformität.  
White Paper für





# INHALTSVERZEICHNIS

- Seite 2 VORWORT
- Seite 3 INFOGRAFIK
- Seite 6 **KAPITEL 1**  
**Warum Geld zum Fenster hinauswerfen ?**
- Seite 11 **KAPITEL 2**  
**Analyse: Daten nicht mit Prozessen verwechseln**
- Seite 14 **KAPITEL 3**  
**Überprüfbarkeit und Agilität**
- Seite 17 FAZIT



# VORWORT

Die Kundenkommunikation erfährt seit Jahren einen grundlegenden Wandel: Steigende Ansprüche der Kunden an Effizienz, Individualität und Erreichbarkeit, die zunehmende Vielfalt an Kommunikationskanälen und das damit verbundene Tempo beim Datenaustausch prägen die Szenerie. Heute bestimmt der Empfänger das Medium, über das er mit einem Unternehmen in Kontakt tritt, und erwartet mehr denn je eine personalisierte Ansprache. Mit anderen Worten: Statt einer Top-Down-Massenkommunikation, die nur bedingt oder gar keine individuellen Anforderungen berücksichtigt, geht es heutzutage um eine Art Konversation zwischen Sender und Empfänger – und das auf jedem heute zur Verfügung stehenden Medium und am besten zeitnah.

Viele Großunternehmen reagieren auf diesen Paradigmenwechsel, indem sie hochleistungsfähige Output-Management-Systeme (OMS) etablieren. Diese sind in der Lage, Millionen von Dokumenten und Nachrichten jedes Typs und Formats innerhalb kürzester Zeit zu produzieren und sowohl digital als auch analog (Druck) zu versenden. Damit werden sie durchaus den Ansprüchen an Personalisierung und Mehrkanalfähigkeit gerecht. So weit, so gut. Doch was ist mit der Transparenz? Es ist ein offenes Geheimnis, dass mit dem Datenvolumen (50 Gigabyte und mehr monatlich sind mittlerweile die Regel) auch die Schwierigkeit wächst, jede Kommunikationshistorie lückenlos zu speichern und nachzuverfolgen.

Tatsache ist, dass es nicht ausreicht, in mächtige Hard- und Software für die Dokumentenproduktion zu investieren. Vielmehr geht es darum, jeden Schritt des Kommunikationsprozesses zu dokumentieren. Ziel muss es letztlich sein, Engpässe, Risiken, Brüche und Fehler in der Kommunikationshistorie zu erkennen und entsprechend zu reagieren. Experten sprechen in diesem Zusammenhang vom „Prinzip des Unternehmensgedächtnisses“ als einer Grundvoraussetzung nicht nur für die personalisierte Kundenbetreuung, sondern auch als Schlüsselindikator für die Effizienz der Unternehmenskommunikation überhaupt. Doch was so einfach klingt, scheint in der Praxis kompliziert zu sein – vor allem dann, wenn Firmen fusionieren, übernommen werden oder sich anderweitig organisatorisch verändern. Das Ergebnis solcher Umstrukturierungen sind in der Regel heterogene Geschäftsprozesse und IT-Systeme, die mit einer „Fragmentierung“ der Kommunikation einhergehen.

Das bedeutet: Informationen „verschwinden“ in organisatorischen und technologischen Silos und entziehen sich dadurch immer mehr einem zentralen Zugriff. Was also tun? Wie so oft steckt die Lösung im Problem selbst: Warum nicht sämtliche, auf einen Kommunikationsvorgang bezogenen Daten in einem zentralen Repository konsolidieren, vorhalten und allen IT-Systemen bzw. Fachanwendungen zentral zur Verfügung stellen? Das White Paper erläutert die Chancen dieses Prinzips als technologische Grundlage für eine lückenlose Nachvollziehbarkeit der gesamten Kundenkommunikation.

## Communication channels multiply

**+35%**

of consumers rely on more than 4 communication channels to communicate with customer service.

Source : Genesys 2016



## Businesses are evolving

**+29%**

more merger & acquisitions in Europe in 2017 than in the previous year.

Source : Thomson Reuters

## Data sources and applications expands

**1476**

the average number of cloud services used by large companies in 2017.

Source : SkyHigh

## An increasing loss of visibility as the need for enhanced traceability grows

**25%**

of legal actions are dismissed, mostly due to insufficient traceability of submitted documents.

Source : Thomson Reuters

**+3,6% per year**

the annual growth of the postal for priority mail in France between 1983 and 2017.

Source : La Poste

## Businesses want to stop flying blind.

To do so, they must be able to make decisions based on real world facts.

**33%**

of marketing managers believe they can trust the data from their CRM system.

Source : SmartInsight

**60%**

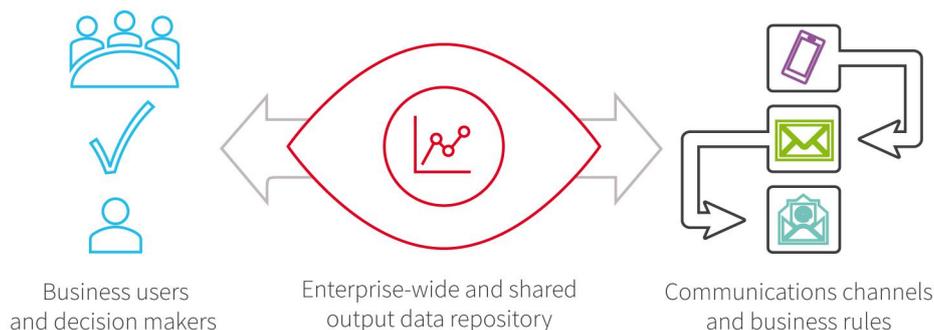
of businesses say they are missing the tools to analyze the long-term impact of their communication strategy on sales and on customer loyalty.

Source : Ecoconsultancy

**One business on two** have defined a common metadata standard for all types or media of communication they use. But system heterogeneity and multiple communication channels make it hard to implement.

source : LeBigdata.fr

## Put audit to work for greater agility :





# KAPITEL 1

## Warum Geld zum Fenster hinauswerfen?

---

Viele Unternehmen bewegen sich in einer Phantasiewelt, wenn es um die Multi-Channel-Produktion von Dokumenten geht. In dieser Welt bekommen sie alles. Doch sie merken nicht, dass sie dabei im Blindflug unterwegs sind: Sie haben keine Kontrolle über die Produktionsdaten, geschweige denn sind sie in der Lage, diese zu konsolidieren. Was fehlt, ist eine zentrale Datenhaltung.



Das Volumen in der geschäftlichen Kommunikation wächst, gleichzeitig lagern Unternehmen immer mehr Aufgaben aus (Outsourcing) und unterliegen ständigen organisatorischen und technologischen Veränderungen, beispielsweise im Zuge von Fusionen und Akquisitionen. Die Folge: eine schwindende Transparenz in der Kundenkommunikation. Nur die wenigsten Firmen können auf Anhieb ohne aufwändige Recherche folgende Fragen zufriedenstellend beantworten:

- Können Sie lückenlos nachweisen, dass die für bestimmte Dokumente geforderten rechtlichen Hinweise korrekt erstellt und fristgerecht an die betreffenden Kunden versendet wurden?
- Wie hoch ist die Zahl der postalisch gemahnten Kunden, die nicht auf eine vorangegangene Nachricht reagiert haben? Welche Kosten sind dafür angefallen?
- Halten die etablierten Kommunikationsprozesse mit den gängigen Industriestandards Schritt? Wo gibt es Optimierungspotenzial, vor allem hinsichtlich der Kosten?
- Wie geht das Unternehmen mit empfangenen Dokumenten der Kunden um (u.a. E-Mail einschließlich Anhang, klassischer Brief und andere an die Papierform gebundene Dokumente, Downloaddateien). Werden sie systematisch und auch elektronisch archiviert oder begnügt man sich mit einem A4-Ausdruck in der Hoffnung, dass dieser schon reichen wird, falls es zu einem Rechtsstreit oder einer Überprüfung kommt?

## Prozesse der Vergangenheit

---

Wer als Unternehmen diese Fragen nicht schnell und mit detaillierten Daten beantworten kann, hat meistens folgendes Problem: Die Dokumentenverarbeitung basiert immer noch überwiegend auf Papier. Man versucht zwar, die damit verbundenen Prozesse (Erstellung, Modifizierung, Versand) an das neue „digitale Zeitalter“ anzupassen – doch tatsächlich genügen sie bei weitem nicht den neuen Anforderungen (Personalisierung, Mehrkanalfähigkeit, Compliance etc.).

Früher genügte die Archivierung eines Ausdrucks oder einer Kopie als Beweis dafür, dass ein Dokument tatsächlich existiert. Doch inzwischen geht es um mehr: Ein Unternehmen muss heute in der Lage sein, den gesamten Entstehungsprozess eines Dokuments lückenlos zurückzuverfolgen – von der „Anlieferung“ der Daten über die Erstellung und Produktion bis hin zum Versand. Hier stoßen viele Firmen an ihre technologischen Grenzen. Viele können nicht einmal den korrekten Versand nachweisen, weil sie über keine Technologie zur eindeutigen Identifizierung jedes einzelnen Briefs verfügen, z. B. durch Vergabe einer Dokumenten-ID. Ähnlich schwierig ist es, die Kosten für den Mehrfachversand ein- und desselben Dokuments zu ermitteln (z. B. durch Unzustellbarkeit oder weil der Empfänger nicht geantwortet hat).

Tatsache ist: Die vielbeschworenen Segnungen der Digitalisierung spiegeln sich in der geschäftlichen Kommunikation noch nicht so wieder wie sie sollten. Die Technologien sind reichlich vorhanden, doch es mangelt in vielen Unternehmen am notwendigen Bewusstsein: Sie besitzen keine stringente Strategie zur Datenspeicherung und sind daher nur teilweise in der Lage, kontextuelle Daten aus einem Kundenvorgang zu nutzen. Was fehlt, ist eine 360-Grad-Sicht auf die Kommunikationshistorie.

## Auflagen und Technologien treiben Entwicklung voran

---

Interessant in diesem Zusammenhang: Es sind die Behörden, die immer mehr als Treiber der Digitalisierung auftreten. Das hat vor allem mit den zunehmenden Auflagen und Richtlinien zu tun, denen die öffentliche Hand unterworfen ist. So sind in Frankreich beispielsweise Unternehmen qua Gesetz seit Neuestem verpflichtet, nicht nur Rechnungen an sich revisions sicher aufzubewahren, sondern auch den Nachweis über ihren ordnungsgemäßen Versand per Post oder auf elektronischem Weg.



Hier geht es also nicht nur um das Dokument selbst, sondern auch um den Kontext. Mit anderen Worten: Der rechtliche Wert einer Kommunikation misst sich dran, inwiefern diese glaubhaft und lückenlos nachvollzogen bzw. bewiesen werden kann. In Frankreich hat man dafür bereits einen Standard entwickelt: „NF Z 42,026“. Er definiert, welche Kriterien die digitale Kopie eines Dokuments erfüllen muss, um als Nachweis bzw. Beweis (beispielsweise bei Gerichten) rechtlich anerkannt zu werden.

Übrigens ist das Prinzip der Überprüfbarkeit auch das „Herzstück“ von Blockchain: Basierend auf dem Prinzip der „verteilten Beweislast“ schafft die Technologie mittels spezifischer Regeln und Pflichten einen sicheren Kontext, um die Authentizität und Integrität ausgetauschter Daten zu garantieren. Tatsächlich bietet Blockchain die Chance, vor dem Hintergrund verschiedener

regulatorischer Rahmenbedingungen beispielsweise die Anerkennung von Zeugnissen, Zertifikaten und rechtlich relevanten Schriftstücken zu erleichtern. Im Falle eines Rechtsstreits könnte es dann schwieriger werden, die Gültigkeit eines Dokuments anzuzweifeln. Kein unwesentlicher Vorteil, wenn man bedenkt, dass viele Rechtsfälle gerade durch Anfechtung von Unterlagen gewonnen werden.

### Weg mit den Grauzonen!

Die Brisanz dieses Themas spiegelt sich auch im folgenden Beispiel wider: Die Rechnungen eines Energieversorgers werden von etlichen Kunden angezweifelt. Die manuelle Überprüfung ergibt, dass die Verbraucher recht haben. Abgesehen vom Imageschaden – das eigentliche Problem für den Versorger besteht darin, möglichst schnell und umfassend die fehlerhafte Stelle in der Dokumentenproduktion aufzudecken.





Sind die betriebswirtschaftlichen Anwendungen daran schuld? Gab es ein „Datenleck“ in der Kommunikationskette? Wenn ja, wo? Wie geht man zwecks Problembeseitigung vor? Kein leichtes Unterfangen, wenn man bedenkt, dass die Wertschöpfungskette eines Dokuments doch recht komplex ist, angefangen bei der Extraktion der Daten aus den Fachanwendungen über die Erstellung und Formatierung bis zum Versand einschließlich Archivierung.

Viele Unternehmen haben es bei dieser Art von Recherche oft mit Grauzonen zu tun. Man könnte auch sagen: Sie sind nicht in der Lage, alle auf ein bestimmtes Dokument bezogenen Daten zentral und konsistent zur Verfügung zu haben. Restzweifel bleiben. Sind die Informationen auch wirklich vollständig und aktuell? Gibt es möglicherweise Daten, die nicht in das Dokumenten- und Output-Management-System eingeflossen sind und auf einem dezentralen Server liegen? Diese ungenügende Transparenz in den Kommunikationsprozessen macht sie zum schwächsten Glied in der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens.

Dabei birgt die Unfähigkeit, die Dokumentenproduktion lückenlos zu überwachen, nicht nur das Risiko von Verstößen gegen regulatorische Auflagen (Compliance) in sich. Sie ist vielmehr einer der Hauptgründe für Ineffizienz und unnötige Kosten in der Kundenkommunikation überhaupt. Schließlich geht die Digitalisierung einher mit der Zunahme an Kommunikationskanälen. Doch welcher ist der geeignetste für ein Unternehmen? Wie erhält man das beste Ergebnis mit dem geringsten Aufwand? Viele Firmen agieren diesbezüglich nach Gefühl und mit sogenannten „Überschlagsrechnungen“. Was fehlt, sind konsistente Daten – nur sie erlauben eine konkrete Bewertung, ob die etablierten Kommunikationskanäle auch wirklich den Geschäftsanforderungen sowie den Erwartungen bzw. Präferenzen der Empfänger genügen. Ohne sie bleibt das Ganze ein Blindflug: Es lassen sich zwar Tendenzen vorhersagen (beispielsweise, wann und wie Kunden ihre Kommunikationskanäle ändern),

aber die konkreten Auswirkungen eines veränderten Kommunikationsverhaltens können in den wenigsten Fällen genau eingeschätzt werden (z. B. Angaben zu Neuversendungen, Call-Center-Auslastung, verpasste Vertriebschancen). Nicht auszudenken, wenn es gar zu Systemausfällen, plötzlichen Lastspitzen und anderen unvorhergesehenen Ereignissen kommt! Spätestens an diesem Punkt merken Unternehmen, wie hilfreich doch Daten sind, um solche Situationen rechtzeitig zu antizipieren statt nur auf sie zu reagieren.

### **Es ist so einfach, den Blindflug zu stoppen**

---

Der klassische Widerspruch in der Kundenkommunikation besteht heute zwischen Dokumentenaufkommen (Performance) und Transparenz.

Das ausgetauschte Datenvolumen beträgt heute mitunter mehrere Terrabyte, trotzdem muss sich die Kommunikationshistorie lückenlos nachvollziehen lassen können. Keine leichte Aufgabe, hier die optimale Balance zu finden – vor allem bei Großunternehmen, denen es auf Grund ihrer Strukturen (organisatorische und technologische Heterogenität) noch schwerer fällt, den Überblick in seiner Kundenkommunikation zu behalten. Im digitalen Zeitalter ist dies der neuralgische Punkt. Das Problem sind nicht die Technologien (beispielsweise für das Realtime-Monitoring) – die sind reichlich vorhanden. Es liegt vielmehr am Bewusstsein: Unternehmen sollten ihre bisherige Herangehensweise bezüglich Erstellung und Versand von Dokumenten hinterfragen und mehr denn je ihr Hauptaugenmerk auf die Daten legen. Schließlich sind sie die Grundvoraussetzung für eine kontinuierliche Optimierung, Standardisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen. Sie sind Rohstoff der Kundenkommunikation, deren Bedeutung weit über das eigentliche Dokument hinausgehen; gerade auch vor dem Hintergrund von aktuellen Trends wie Big Data und künstlicher Intelligenz (KI).



## KAPITEL 2

### **Analyse:** Daten nicht mit Prozessen verwechseln

---

Was heißt eigentlich Nachvollziehbarkeit in der Dokumentenproduktion? Die Meinungen gehen diesbezüglich ziemlich auseinander. Eine kurze Definition des Begriffs wäre beispielsweise: „Nachvollziehbarkeit ist die Fähigkeit, Statusinformationen eines Dokuments bzw. eines Kommunikationsvorganges lückenlos aufzuzeichnen.“ Entscheidend sind dabei zwei Phasen: die Erfassung der Daten und deren anschließende Konsolidierung.



Bevor ein Unternehmen Daten erhebt, muss klar definiert sein, wo sie gespeichert werden. Typischer Fehler: Man legt sie auf so vielen IT-Systemen wie möglich ab, damit möglichst viele Fachbereiche darauf zugreifen können: Marketing, Unternehmenskommunikation, Vertrieb, um nur die wichtigsten zu nennen. Viele Firmen glauben immer noch, dass es im Customer Relationship Management darum geht, so viele Informationen wie möglich zu sammeln. Ein Trugschluss! Ein CRM-System dient nicht zur massenweisen Erfassung von Daten, sondern soll vielmehr lukrative Kunden identifizieren zur Umsatzgenerierung. Nicht um Masse geht es, sondern um Qualität: aus den vorhandenen Informationen die richtigen Schlüsse ziehen. Daher sollten Unternehmen das Rohmaterial der Analyse, nämlich die Daten, nicht mit der Analyse selbst verwechseln.

### Gesucht: Zentrales Daten-Repository

Was bedeutet das nun für die Nachvollziehbarkeit im Dokumenten- und Output-Management? Tatsache ist, dass die meisten Unternehmen in der Schaffung eines zentralen Daten-Repository einen machbaren Lösungsansatz sehen. Es ist für alle zugänglich, agiert gleichzeitig aber unabhängig von den Fachbereichen und auch von den dokumentengenerierenden/-verarbeitenden IT-Systemen. Mit der Schaffung einer solchen zentralen Dateninstanz wäre ein technologisches Fundament für eine lückenlose Nachvollziehbarkeit gelegt. Statt Daten dezentral vorzuhalten („Silo-Architektur“), werden sie von einer zentralen „Leitstelle“ verwaltet und konsolidiert. Wichtig in diesem Zusammenhang: Das Repository muss in der Lage sein, sowohl Daten aus der Dokumentenproduktion (z. B. Druck- und Versandtermin, Dokumentenaufkommen, Portokosten, Sendungsbündelung) als auch Informationen aus der digitalen Kundenkommunikation (z. B. E-Mail, Messenger-Dienste, Social-Media-Plattformen) zu speichern. Darüber hinaus sollte es eine hohe Flexibilität besitzen, um auch Informationen aus neuartigen Medien der Zukunft abzugreifen – schließlich unterliegt die Kundenkommunikation einem ständigen Wandel.

Deutlich wird: Aussagekräftige, konsistente und zentral verfügbare Daten sind der Grundstock für die Etablierung einer IT-gestützten Nachvollziehbarkeit. Ziel ist es, sicherzustellen, dass keine Daten mehr verlorengehen – weder in der Dokumentenproduktion selbst als auch im Nachgang (Versand) als auch in der damit verknüpften Kommunikation mit dem Kunden. Jeder Kommunikationsprozess muss einer vorgelagerten Analyse unterzogen werden, um die wichtigsten zu speichernden Daten zu identifizieren als Grundlage für die Beurteilung, wie effizient die Kundenkommunikation im Unternehmen ist und wo es noch Optimierungspotenzial gibt.

**33 %**  
der Marketingexperten erachten  
Daten aus dem CRM unerlässlich  
für die Entscheidungsfindung

Source : SmartInsights

Es versteht sich von selbst, dass solche Analysen regelmäßig durchgeführt werden, um die Kommunikationsprozesse kontinuierlich zu verbessern. Daher ist es auch so wichtig, dass das Repository fortlaufend neue Information aus allen zur Verfügung stehenden Kommunikationskanälen abgreift und vorhält.

Kurz: Der Sinn eines IT-gestützten Systems für die lückenlose Rückverfolgung in der Kundenkommunikation liegt in der Konsolidierung der erfassten Daten und ihrer dynamischen Zusammenführung. Dadurch ließe sich beispielsweise der gesamte Lebenszyklus eines Dokuments nachverfolgen – von der Erstellung über das Kuvertieren und Frankieren bis zur Auslieferung an den Empfänger. Mehr noch: Auch die aus dem Dokumentenversand resultierenden Folgeprozesse (z.B. Antwort auf den empfangenen Brief oder auf die Nachricht) können auf diese Art und Weise erfasst und überwacht werden. Letztlich geht es bei der Nachvollziehbarkeit auch um Fragen wie die Einhaltung eines Service Level Agreements. Oder sollen spezifische Daten zwecks späterer Analyse oder Automatisierung von Prozessen erhoben und analysiert werden?



## KAPITEL 3

### Auditing für mehr Transparenz

---

Die Auditierung von Dokumenten bzw. dokumentenbezogenen Prozessen ist nicht nur ein wesentlicher Faktor für die Produktionsüberwachung und Aufgabenplanung. Sie ermöglicht auch kontinuierliche Verbesserungen in der Kundenkommunikation hinsichtlich Servicequalität und Performance. Das Prinzip des Auditing erhöht entscheidend die Transparenz in der Dokumentenproduktion.



Zu wissen, was sich in der Dokumentenproduktion wann und wie ereignet, ist ein elementarer Faktor für eine hohe Agilität. Vor allem bei unvorhergesehenen Ereignissen (z. B. unbeabsichtigter Produktionsstopp auf Grund eines Maschinenausfalls) können fundierte Entscheidungen schneller getroffen werden. Überhaupt deckt die lückenlose, automatisierte Überwachung der Produktion kontinuierlich Optimierungspotenziale auf und hat letztlich ein besseres Betriebsmanagement zur Folge. Mit anderen Worten: Die automatisierte Erfassung, Speicherung und Konsolidierung von Ereignissen über den gesamten Kommunikationszyklus hinweg liefert eine faktenbasierte Sicht auf die Qualität der Produktionsprozesse schlechthin. So dient beispielsweise ein übersichtlich gestaltetes Dashboard dazu, die Nichteinhaltung eines vereinbarten Service Level Agreements rechtzeitig aufzudecken und gezielte Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Anhand solcher Daten lassen sich im IT-System sogenannte Warnschwellen hinterlegen, um Störfälle oder auffällige Ereignisse (z. B. ausbleibende Antworten) rechtzeitig zu erkennen oder das zu verarbeitende Dokumentenaufkommen über einen bestimmten Zeitraum besser zu verteilen und somit Lastspitzen abzufedern. Warnschwellen können beispielsweise Statistiken zum Auftragsvolumen, eine bestimmte Antwortfrist oder die Durchlaufzeit für die Erstellung und den Versand von Standardsendungen sein. Nichts spricht dagegen, das CRM-System mit solchen Indikatoren „zu füttern“. So kann beispielsweise der Vertriebsmitarbeiter einen Kunden an die Antwort auf eine bestimmte Anfrage erinnern, falls letzterer nicht innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens in irgendeiner Art und Weise reagiert hat.

Im Übrigen machen solche Statistiken auch die Kosten innerhalb der unternehmensweiten Kundenkommunikation transparent. So lassen sich beispielsweise anhand der Ist-Daten Aufwand und Nutzen von erfolgten Marketingkampagnen besser beurteilen und die Wirksamkeit von künftigen Aktionen genauer vorhersagen.

Die zuständigen Entscheider können daraufhin diverse Maßnahmen bzw. Limits festlegen, um innerhalb des vereinbarten Budgetrahmens zu bleiben; beispielsweise die systematische Zugabe von Beilagen stoppen, um somit das Gewicht der Sendungen und damit die Portokosten zu senken.

### **Benutzerfreundliche Dashboards**

---

Die Beispiele zeigen, wie Unternehmen von einer auf konsistenten und zentral verfügbaren Daten basierenden Nachvollziehbarkeit in verschiedener Hinsicht profitieren; sei es im Produktionsmanagement, im Support oder bei der Kostenkontrolle. Doch Vorsicht! Ein IT-gestütztes Auditing, das nur von technischen Experten verwendet werden kann, ist mehr oder weniger nutzlos.

Ein intensiver Einsatz im Unternehmenskontext würde die Mobilisierung wichtiger technischer Ressourcen erfordern, um die notwendigen Statistiken und Kennzahlen zu generieren. Das ist aber nicht das Ziel. Im Gegenteil: Der Nutzen einer lückenlosen Nachvollziehbarkeit der Kundenkommunikation liegt gerade darin, den Endanwendern, die nicht zwangsläufig einen technischen oder IT-Background besitzen müssen, in die Lage zu versetzen, selbstständig mittels einer intuitiven Benutzeroberfläche alle für sie relevanten Informationen zu erheben und entsprechende Konsequenzen zu ziehen.



Konkret bedeutet das: Ein Manager muss ein tägliches SLA-Compliance-Dashboard zur Verfügung haben. Er möchte es aber auch erweitern können. Diese Art der Anwendung wird erforderlich, wenn das Unternehmen bzw. seine Rechtsabteilung die Historie eines bestimmten Dokuments analysieren will, um sicherzustellen, dass zum Beispiel auch die richtige (autorisierte) Version versendet wurde – einschließlich eingebetteter Grafiken, Fußnoten, Fonts etc. Kurz: Das Auditing ist nur dann effektiv, wenn es keinen Beschränkungen unterliegt und so viele Bereiche wie möglich abdeckt.

### Chance für technische Experten

---

Das bedeutet letztlich eine Herausforderung für technische Experten – gilt es doch, die richtigen Dashboards aufzusetzen und mit spezifischen Geschäftsdaten zu füttern, um einen Produktionsauftrag dokumentieren zu können. Dieser Beratungsmehrwert erhöht die Sichtbarkeit der technischen Teams, die zum Partner innerhalb des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses auf Unternehmensebene werden.

Ein solches Überprüfungssystem schafft aber nur dann kontinuierlich Mehrwert, wenn es sich weiterentwickeln kann. Dabei geht es nicht nur um die Berücksichtigung von sich ständig ändernden Kundenbedürfnissen, sondern auch um die Einbindung bzw. Etablierung neuer Kommunikations- und Geschäftsprozesse – ohne dass die bestehenden und bewährten Kontrollmechanismen beeinträchtigt werden. Diese Flexibilität ist letztlich nur durch eine offene Architektur zu erreichen. Dabei hängt der Grad der Skalierbarkeit auch vom Willen bzw. der Motivation des Unternehmens ab: Wie ernst meinen es die Verantwortlichen tatsächlich mit einer kontinuierlichen Optimierung?

Nicht nur die Kommunikationsprozesse müssen regelmäßig geprüft werden, sondern auch die gespeicherten Ereignisse.

Das Ganze könnte dann wie folgt aussehen: Das zentrale Daten-Repository als technologische Grundlage für eine lückenlose Nachvollziehbarkeit wird zunächst mit Daten aus den Produktionssystemen (Produktion, dokumentengenerierende Applikationen) versorgt, um dann dynamisch mit allen relevanten Geschäftsinformationen verknüpft zu werden. Das setzt natürlich einen konsequenten und regelmäßigen Dialog zwischen Fachanwendern und Technikexperten voraus, damit alle Optimierungspotenziale ausgeschöpft werden und keine neuen Grauzonen entstehen.

Im Falle des zu Beginn dieses White Paper geschilderten Beispiels des Energieversorgers wären die Nachforschungen zur Ursache für die fehlerhaften Rechnungen sehr viel einfacher gewesen, hätte man die Informationen aus Messdaten und Ablesung als Metadaten mit den betreffenden Kundenrechnungen verknüpfen können, um so eine Korrelation herzustellen. Im Ergebnis wären alle für die Nachverfolgung zusammenhängender Kommunikationsereignisse an einer Stelle erfasst und stünden zentral zur Verfügung.



# FAZIT

## Rendevous mit Daten

Fakt ist: Betriebswirtschaftliche Unternehmenssoftware wie auch Fachanwendungen und Lösungen für das Dokumenten- und Output-Management verfügen zunehmend über Funktionen für die Automatisierung von Prozessen sowie zur Umsetzung von Szenarien, die auf künstlicher Intelligenz (KI) basieren. Diese besitzen einen entscheidenden Anteil daran, tragfähige Entscheidungen für die kontinuierliche Verbesserung der Kundenkommunikation zu treffen – vorausgesetzt, dass die dafür notwendigen (Meta-)daten in konsolidierter und aussagekräftiger Form zentral zur Verfügung stehen. Sie sind eine wichtige Grundlage für die Optimierung bzw. Reduzierung von Betriebskosten sowie für das Erkennen von Regelverstößen (Compliance/Service Level Agreement).

Allerdings benötigen auf KI basierende Prozesse und Szenarien große Datenvolumen, die über längere Zeiträume erfasst werden. Die Etablierung eines offenen, also erweiterbaren, mehrkanalfähigen und unternehmensweiten Auditing-Systems erfüllt diese Anforderungen erfüllen. Letztlich wird damit vermieden, dass die Kommunikationsprozesse dem technologischen Fortschritt hinterherhinken und dadurch die Leistungsfähigkeit und Unabhängigkeit der Produktionsinfrastruktur gefährdet sind.

Über diesen Ansatz wechseln Unternehmen letztlich von einer passiven in eine aktive Rolle, unabhängig von ihrer Größe und Organisationsstruktur. So könnte beispielsweise ein zentrales Daten-Repository als Kernstück des Auditing-System, in Kombination mit KI-Mechanismen Aussagen darüber liefern, welche Auswirkungen eine großangelegte Marketingkampagne auf die Produktionssysteme hat. Wenn dann noch ein CRM-System ins Spiel kommt, ergänzen Ereignisdaten das Kundenverständnis und analysieren die Konsequenzen einer Verhaltensänderung für Kosten und Unternehmensleitung.

Mehr noch: Ein allumfassendes Auditing-System mit dem zentralen Daten-Repository als technologische Basis ermöglicht Unternehmen mit mehreren Niederlassungen und Filialen, aber auch unterschiedlichen Marken, ein gemeinsames Grundverständnis zu den Kommunikationsprozessen zu schaffen, basierend auf konkreten Fakten bzw. Daten. Diese Vision unterstützt die Standardisierung von Abläufen, die Identifizierung neuer Synergien sowie die Eliminierung redundanter, überflüssiger und einander widersprechender Prozesse. Der Blindflug, dem die verschiedenen Teilnehmer an den Kommunikationsprozessen unterliegen, hätte damit ein Ende: Ab sofort wäre die gesamte Kommunikationshistorie lückenlos nachvollziehbar, basierend auf dauerhaft gespeicherten und zentral verfügbaren Daten.

Compart AG  
71034 Böblingen  
Otto-Lilienthal-Str. 38  
Tél : +49 7031 6205-0  
Fax : +49 7031 6205-555  
[www.compart.com](http://www.compart.com)  
[info@compart.com](mailto:info@compart.com)

Copyright © Compart AG, 2019. Datum der Veröffentlichung: 01.01.2019

Compart ist eingetragenes Warenzeichen der Compart AG. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten. Das vorliegende Dokument dient ausschließlich Informationszwecken. Obwohl bei der Zusammenstellung der Informationen mit großer Sorgfalt vorgegangen wurde, können fehlerhafte Angaben nicht vollständig ausgeschlossen werden.