

## Der Einfluss hybrider Kunden auf das Output-Management

Die Wucht der digitalen Transformation ist auch im Output-Management deutlich spürbar. Immer schneller entstehen neue und leistungsfähige Alternativen zu traditionellen Prozessen und Lösungen. Die Digitalisierung wird etablierte Geschäftsmodelle fundamental verändern.

**Kontakt**  
Arbeitskreis Output Solutions im Bitkom:  
Jochen Maier (Leiter des Arbeitskreises und Geschäftsführer der Summ-it Unternehmensberatung, [jochen.maier@summ-it.de](mailto:jochen.maier@summ-it.de)),  
Frank Früh (Leiter des übergeordneten Bitkom-Kompetenzbereichs ECM, [f.fruh@bitkom.org](mailto:f.fruh@bitkom.org)).

Längst wird auch im Geschäftsalltag auf allen möglichen Kanälen kommuniziert. Selbst WhatsApp, SMS, Twitter und Social-Media-Plattformen wie Facebook sind im Business kein Tabu mehr. Dabei wird nicht nur „single threaded“ zwischen Unternehmen und Kunden kommuniziert, sondern auch parallel oder zeitlich versetzt, was häufig dazu führt, dass auf dieselbe Anfrage mehrmals geantwortet oder sogar falsche Auskünfte erteilt werden.

Der Grund: Niemand im Unternehmen hat den kompletten und aktuellen Kenntnisstand zu einem Vorgang. Stattdessen hat man es mit einer „fragmentierten Datenlage“ zu tun, je nachdem, wer wann was und wie erhalten hat.

### Zentrale Fragen

1. Wie lassen sich verteilte Informationen so bündeln, dass Anfragen nicht nur schnell, sondern auch empfangergerecht beantwortet werden?
2. Wie sollte man vorgehen, wenn ein Kunde einen Teil seiner Fragen als E-Mail an das Unternehmen schickt, kurze Zeit später nochmals im Call-Center anruft oder im Web-Portal eine Nachricht hinterlässt, weil ihm noch etwas eingefallen ist?
3. Wie kann das Output-Management die verschiedenen Kanäle bedienen und die Kommunikation synchron halten?

Ziel muss es sein, die unterschiedlichen Kanäle miteinander zu vernetzen – so dass eine einheitliche Sicht auf die komplette Kundenkommunikation entsteht, die bei Änderungen so-

fort und automatisch aktualisiert wird. Damit jeder Sachbearbeiter auf einen Blick sieht, wie der aktuelle Bearbeitungsstatus ist. Die Informationen sollten zentral im Output-Pool abgelegt und abrufbar sein. Letztlich geht es darum, eine konsistente und für den Kunden nachvollziehbare, verständliche und vor allem zufriedenstellende Korrespondenz zu erreichen.

### Auf allen Kanälen

Umfragen und Erhebungen in deutschen Unternehmen zeigen es immer wieder: Die Qualität in der Kommunikation nach außen lässt zu wünschen übrig. Eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Servicequalität (DISQ) kommt bei Deutschlands Versicherungen zum Ergebnis, dass viele eine ungenügende Kompetenz bei der Beantwortung der Serviceanfragen besitzen. Wirft man vor diesem Hintergrund einen Blick hinter die Kulissen, wird deutlich, dass es nicht so sehr an den zuständigen Mitarbeitern selbst liegt, sondern vielmehr an der ungenügenden informationstechnologischen Verknüpfung. Oft ist der Automatisierungsgrad im Output-Management nicht ausreichend.

### Neue Service-Ökonomie

Im Gegensatz zu Unternehmen sind Kunden längst digital aufgeklärt und organisiert. Sie haben große Teile ihres Alltags mithilfe ihrer mobilen Endgeräte vereinfacht. Sie erwarten diese Vereinfachung auch, wenn sie mit Unternehmen oder Behörden zu tun haben. Sie wählen Unternehmen und Dienstleister danach aus, wie komfortabel und positiv der Austausch mit ihnen ist. Der Wechsel von Versicherungs-, Telefon-, Internet- oder Stromanbietern ist zum Volkssport geworden.

Die Digitalisierung wird unsere Service-Ökonomie fundamental verändern. Wer da nicht mitzieht, kann schnell das Nachsehen haben.

### Unternehmen und Kunden »kommunizieren« auf verschiedenen Kanälen

