



FP-Effizienz-

REPORT

Studie zum Umgang mit analoger und digitaler
Kommunikation in der deutschen Wirtschaft

INHALTSVERZEICHNIS

03

Vorwort

03

Hintergrund des FP-Effizienzreports

03

Fragestellung und Ziel des FP-Effizienzreports

04

Begriffsdefinitionen

05

Studiendesign

06

Ergebnisse des FP-Effizienzreports

Seite 07**1. TRADITION GEGEN MODERNE –
KLASSISCHER BRIEF GEGEN VIRTUELLE KOMMUNIKATION**

- i. These: In einer digital dominierten Gesellschaft wird der klassische Geschäftsbrief in der geschäftlichen Korrespondenz weiter eine Rolle spielen.
- ii. These: Das Bedürfnis nach rechtssicherer, vertraulicher und nachweisbarer digitaler Kommunikation wächst, dabei besteht noch ein großer Bedarf an Aufklärung und Organisation.

Seite 11**2. VOM RICHTIGEN EINSATZ VERSCHIEDENER KOMMUNIKATIONSMEDIEN UND
KOMMUNIKATIONSKANÄLE – WIE SIEHT DER DIGITALE KOMMUNIKATIONSPROZESS AUS?**

- iii. These: Die Digitalisierung des Dokumentenmanagements schreitet weiter voran. Bei den rechtlichen Voraussetzungen zur Vereinheitlichung dieser Prozesse besteht Nachholbedarf.

Seite 15**3. LASSEN SICH DURCH DIGITALISIERTE VERARBEITUNGSPROZESSE ZEIT UND
KOSTEN SPAREN UND DAMIT SPÜRBARE EFFIZIENZGEWINNE ERZIELEN?**

- iv. These: Unternehmen sind sich den Möglichkeiten und Kosten über intelligente Optimierung von Kommunikations- und Dokumentenprozessen nicht vollumfänglich bewusst.

20

Gesamtbetrachtung

Vor- WORT

Hintergrund des FP-Effizienzreports

Experten gehen davon aus, dass sich das Wissen der Menschheit alle fünf Jahre¹ und das Datenvolumen alle zwei Jahre² verdoppelt. Die digitale Kommunikation trägt zu einer Beschleunigung bei und ermöglicht noch schnelleren Wissenstransfer. Massenmedien und Internet befeuern dieses Tempo, indem Unmengen an Informationen ausgetauscht werden. Das spiegelt sich auch in der Zunahme der weltweit versendeten E-Mails wider. Laut einer Studie³ der Radicati Group werden 2016 weltweit rund 215 Milliarden persönliche und geschäftliche E-Mails täglich verschickt und empfangen – Tendenz für die kommenden Jahre steigend.

Wie sieht es deshalb mit dem klassischen Brief aus, wenn es darum geht, Informationen zu versenden und zu erhalten? Ebenso berechtigt ist die Frage, inwiefern die digitale Kommunikation zu Lasten des Briefes geht. 2001 war weltweit der absolute Höhepunkt – mit 434 Milliarden Stück wurden so viele Briefe versendet wie niemals zuvor. Seitdem hat sich diese Anzahl reduziert: Hat der Brief also in einer immer mehr digital dominierten Gesellschaft eine Chance? Und wenn ja, wer digitalisiert die Inhalte der Briefe, damit die Informationen darin auf Dauer Bestand haben? Denn schließlich sollen die Informationen auch noch Jahre später lesbar, nutzbar und nachvollziehbar sein, weshalb eine schützende Archivierung nötig ist.

Vor dem Hintergrund der stetig wachsenden Menge an Informationen und ihrer dauerhaften Nutzbarkeit können Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe oder Branche,

von den Lösungen der Digitalisierung beim Umgang mit Dokumenten und deren Verarbeitung profitieren. Jede Firma wendet täglich einen Teil ihrer Arbeitszeit für elektronische Kommunikation, für die Verarbeitung von Ein- und Ausgangspost sowie für die Archivierung von Dokumenten auf. Entsprechend hoch ist in diesen Bereichen das Effizienzpotenzial, das in den Unternehmen schlummert und durch eine Digitalisierung abgerufen werden kann.

Fragestellung und Ziel des FP-Effizienzreports

Ausgangspunkt des FP-Effizienzreports ist der Status quo der digitalen Kommunikation und des Dokumentenmanagements in den deutschen Unternehmen. Die Fragestellung konzentriert sich darauf, inwieweit die Digitalisierung in diesem Bereich bereits vorangeschritten ist und an welcher Stelle sich Arbeitsabläufe effizienter organisieren lassen. Hierbei spannt sich der Bogen vom Einsatz der Kommunikationskanäle über die Postverarbeitung bis zur Archivierung. Durch die Befragung erhält der FP-Effizienzreport eine empirische Grundlage, die Schlüsse und Interpretationen zulässt.

Ziel des FP-Effizienzreports ist es, herauszufinden, wo es in der digitalen Kommunikation und dem Dokumentenmanagement Optimierungspotenzial gibt und wie sich daraus Effizienzgewinne erzielen lassen. Im Sinne der Unternehmen ist es wichtig, diese Prozesse zu vereinfachen, zu verschlanken, kostengünstig zu bewältigen und effektiv zu gestalten, um Abläufe effizienter zu organisieren.

1) <http://www.wiwo.de/erfolg/beruf/bildung-lebenslanges-lernen-als-potenzial-fuer-unternehmen/6754300.html>

2) <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article118099520/Datenvolumen-verdoppelt-sich-alle-zwei-Jahre.html>

3) <http://www.radicati.com/wp/wp-content/uploads/2015/02/Email-Statistics-Report-2015-2019-Executive-Summary.pdf>, S. 4.

BEGRIFFSDEFINITIONEN

Für das Verständnis des Inhalts des FP-Effizienzreports bedarf es am Anfang der Definition von Begrifflichkeiten. Dies dient dazu, widersprüchliche Verwendungen zu vermeiden und sicherzustellen, dass jeweils vom gleichen Terminus ausgegangen wird. Folgende Begriffe sind definiert:

- **Effizienz:** Das optimale Verhältnis von Aufwand zu Ergebnis.
- **Digitalisierung:** Analoge und manuelle Prozesse werden digitalisiert – das heißt, die Prozesse werden durch Hardware und/oder Software automatisiert, um Arbeitsabläufe effizienter durchzuführen. Sowohl Wissenschaft wie auch Wirtschaft sind sich darüber einig, dass zukünftig jeder Geschäftsbereich von der Digitalisierung erfasst wird und Unternehmen dies auch erkennen müssen, um am Markt bestehen zu können. In diesem Zusammenhang haben Politik, Wirtschaft und Medien den Begriff „Industrie 4.0“ geprägt. Die Industrie 4.0 soll die industrielle Produktion mit modernster Informations- und Kommunikationstechnik verzahnen.⁴
- **Kommunikationsprozess:** Kommunikationsprozesse sind die Gesamtheit der kommunikativen Beziehungen (unternehmensintern wie auch -extern) und deren Ablauf im betrieblichen Kommunikationssystem. Unter Kommunikationssystem ist die Summe aller möglichen Kommunikationsbeziehungen und Kommunikationswege zwischen betrieblichen Handlungsträgern mit entsprechenden Schnittstellen zu den unternehmensexternen Zielgruppen zu verstehen.⁵
- **Dokumentenmanagement:** Unter Dokumentenmanagement ist die Erstellung, Bearbeitung, Verteilung, die Ein- und Ausgabe sowie die Archivierung von und Suche nach Dokumenten zu verstehen.⁶
- **Posteingangsverarbeitung:** Unter der Posteingangsverarbeitung sind bei einem Geschäftsbrief folgende Arbeitsabläufe zu verstehen: Öffnen, Einsicht und Kontrolle, Posteingangsstempel setzen, Sortierung und Zustellung an den richtigen Adressaten.
- **Postausgangsverarbeitung:** Unter der Postausgangsverarbeitung sind bei einem Geschäftsbrief folgende Arbeitsabläufe zu verstehen: Ausdruck, Kontrolle, briefgerechte Falzung, Kuvertieren, Adressieren, Verschließen, Gewichtabmessung des Briefes und Frankieren entsprechend dem Format und Gewicht.
- **Hybrid-Post:** Hybrid-Post ist eine Kombination aus elektronischem und physischem Versand. Ein Medienbruch ist zwingend. Darunter wird die Druckauslagerung an eine externe Stelle verstanden. Für die Unternehmen fallen Drucker, die zum Druck benötigten Verbrauchsmaterialien sowie das Falzen und Kuvertieren weg. Lediglich eine kleine Hardwarelösung ist nötig, um das zum Versand freigegebene Dokument dem Dienstleister zu übersenden.⁷
- **Archivierung:** Die Aufbewahrung von wichtigen Dokumenten in Papier- oder digitaler Form. Je nach Wichtigkeit gibt es für Unternehmen gesetzliche Pflichten, wie lange ein Dokument vorgehalten werden muss.
- **TR-RESISCAN:** Die Technische Richtlinie (TR) RESISCAN des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) dient dazu, die Sicherheitsmaßnahmen beim Einscannen zu vereinheitlichen und den Anwendern die Auswahl von Scanlösungen zu vereinfachen.⁸
- **TR-ESOR:** Die TR-ESOR, ebenfalls vom BSI herausgegeben, stellt einen Leitfaden zur „Beweiswerterhaltung kryptographisch signierter Dokumente“ dar und soll die digitale Archivierung vereinheitlichen. Ihr Inhalt gibt vor, wie elektronisch signierte Daten und Dokumente über lange Zeiträume vertrauenswürdig gespeichert werden können und ihren rechtswirksamen Beweiswert erhalten.⁹

4) <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/digitalisierung.html>

5) <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9826/kommunikationsprozess-v9.html>

6) <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/75593/dokumentenmanagement-v8.html>

7) http://www.post-und-telekommunikation.de/PuT/1Fundus/Dokumente/Studien/WIK/Hybridpost_Diskussionsbeitrag_341_WIK.pdf, S. 3.

8) https://www.bsi.bund.de/DE/Publikationen/TechnischeRichtlinien/tr03138/index_htm.html

9) https://www.bsi.bund.de/DE/Publikationen/TechnischeRichtlinien/tr03125/index_htm.html

STUDIENDESIGN

Für die Umsetzung der Studie arbeitete Francotyp-Postalia mit Bitkom Research zusammen. Bei der Durchführung der Umfrage war der datenschutzrechtliche Rahmen jederzeit gewährleistet.

Für die Studie wurden Mittelständler (100 bis 499 Mitarbeiter) und Großunternehmen (über 500 Mitarbeiter) befragt, die ihren Sitz in Deutschland haben. Diese Aufteilung findet sich in der Ergebnispräsentation wieder.

Einen vollständigen Überblick über die Digitalisierung der Kommunikation in den Unternehmen – sowohl auf operativer wie auch strategischer Ebene – konnten nur Mitarbeiter geben, die eine höhere Führungsposition innehaben. Daher waren die Ansprechpartner für die thematisierten Fragen sowohl Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder wie auch Chief Digital Officers und Chief Operating Officers.

Für die Befragung wurde die Methode der mündlich-telefonischen Befragung (CATI) gewählt. Bei vielen Fragen war eine Mehrfachnennung der Antwortmöglichkeiten gegeben, um möglichst viele Meinungen abzubilden. Die Studienfeldzeit fand im Februar und März 2016 statt.

Die Fragen wurden sowohl geschlossen als auch offen gestellt. Geschlossene Fragen geben Antworten bereits vor und bieten den Vorteil, dass die Befragten sehr schnell und präzise antworten können. Für die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse stellen geschlossene Fragen adäquate Ausgangspunkte dar. Offene Fragen haben den Vorteil, dass die Befragten frei antworten können. Im Rahmen dieser Studie wurde bei unsicheren Antworten auf offene Fragen, beispielsweise bei Einschätzungen zum zeitlichen Aufwand, nochmals mit Antwortvorgaben in Form von vorgegebenen Wertebereichen reagiert. Die Antworten der Studienteilnehmer erreichen somit eine größtmögliche Validität.

Um zu beantworten, inwieweit die Digitalisierung der Kommunikation in den Unternehmen umgesetzt worden ist, wurden bei der Befragung der Unternehmen drei verschiedene Themengebiete abgedeckt. Das erste Themengebiet konzentrierte sich auf die verschiedenen Kommunikationskanäle. Besonderes Augenmerk lag hier auf der Unterscheidung zwischen einfacher und vertraulicher Kommunikation. Der zweite große Themenblock beschäftigte sich mit der Digitalisierung und Archivierung von Geschäftspost und Dokumenten. Die Verarbeitung der Geschäftspost stand im dritten Themengebiet im Fokus. Für jedes Themengebiet wurden mehrere Fragen an die Studienteilnehmer gestellt. Nach Ist- und Sollzustand wurde ebenso gefragt wie nach Zeit- und Kostenaufwand.

Insgesamt wurden 305 Unternehmen befragt. Rund 23 % beschäftigen mehr als 500 Mitarbeiter. Die Hälfte der Unternehmen ist der Dienstleistungsbranche zuzuordnen, ein Drittel der Industrie, alle anderen Unternehmen dem Handelssektor.

STUDIENRAHMENDATEN

| | |
|-------------------------|---|
| Methode: | mündlich-telefonische Befragung (CATI) |
| Feldzeit: | KW 7-10/2016 |
| Zielgruppe: | Geschäftsführer/ Vorstandsmitglieder bzw. Chief Digital Officers (CDOs) bzw. Chief Information Officers (CIOs) bzw. COO (Chief Operating Officers) bzw. CFO (Chief Financial Officers) |
| Grundgesamtheit: | Unternehmen ab 100 Mitarbeitern in Deutschland (WZ-Abschnitte B bis N und Q bis S, d. h. ohne Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung, Erziehung und Unterricht) |
| Stichprobe: | disproportional geschichtete Zufallsauswahl; n=305 |
| Quoten: | nach Branchensegmenten und Mitarbeiterzahl |

Ergebnisse

DES FP-EFFIZIENZREPORTS

**Ob analog, hybrid oder digital:
Kommunikation findet
heute auf vielen verschiedenen
Kanälen statt. Für eine pro-
fessionelle Postbearbeitung
müssen alle Kanäle als Ganzes
betrachtet werden.**

1. TRADITION GEGEN MODERNE – KLASSISCHER BRIEF GEGEN VIRTUELLE KOMMUNIKATION

i. These: In einer digital dominierten Gesellschaft wird der klassische Geschäftsbrief in der geschäftlichen Korrespondenz weiter eine Rolle spielen.

Der Umfang geschäftlicher Korrespondenz hat durch die digitale Kommunikation stark zugenommen – mit direkten Auswirkungen: Die jährlichen Wachstumsraten der versendeten und empfangenen E-Mails führen dazu, dass immer weniger klassische Postbriefe verschickt werden. Nach Schätzungen der Radicati Group beträgt das geschäftliche E-Mail-Aufkommen im Jahr 2016 weltweit rund 116,4 Milliarden pro Tag. Bis zum Jahr 2019 dürfte die Anzahl der E-Mails auf 128,8 Milliarden anwachsen.¹⁰ Das ist ein Anstieg um rund 11 % in drei Jahren. Gleichzeitig wächst die Zahl der täglichen Spam-Mails,¹¹ die Millionenschäden durch Trojaner und Viren anrichten.¹² Die geschäftlichen Mails betreffend, hat die Gesellschaft für Konsumforschung 2015 eine Umfrage unter 1017 Arbeitnehmern erhoben. Ergebnis: Jeder Arbeitnehmer hat einen monatlichen Output von rund 600 E-Mails.¹³ Ähnliche Zahlen hat der Branchenverband Bitkom 2014 veröffentlicht. Demnach erhalten die Berufstätigen in Deutschland durchschnittlich 18 E-Mails täglich auf ihre Firmenaccounts. Bei 10 % aller Berufstätigen, die dienstliche E-Mails erhalten, ist die Zahl wesentlich höher: Sie erhalten täglich 40 oder mehr E-Mails.¹⁴

Anders als beim Thema E-Mail prognostiziert der Ausschuss für Technikfolgenabschätzung des Deutschen Bundestages in seinem Bericht von 2014 einen Rückgang der Geschäftsbriefe. Bis 2020 dürfte sich das Volumen in Deutschland jährlich um 2,4 bis 4,8 % verringern. Rückläufig wird ebenfalls die geschäftliche Briefpost an Privatpersonen sein, jedoch nicht ganz so stark. Ihre Anzahl verringert sich der Prognose zufolge jährlich um 1,9 bis 3,9 %.¹⁵

Auch im internationalen Vergleich belegen Zahlen, dass der Briefversand seit Jahren kontinuierlich abnimmt. Zwischen 2007 und 2012 hat das Briefvolumen in Dänemark um 50 % abgenommen, in den USA um 26 %.¹⁶ Ein Beispiel aus der Praxis: Die Abnahme der versendeten Briefe führte im Jahr 2013 in den USA dazu, dass die Briefzustellung um einen Tag reduziert wurde – auf fünf statt sechs Tage die Woche.¹⁷

Und das, obwohl bei den Empfängern der Erhalt eines Briefes seriöser wirkt als der Eingang einer E-Mail – zumindest im beruflichen Alltag. Eine 2015 veröffentlichte Studie der Schweizer Post zur Wirksamkeit von internationaler physischer Geschäftskorrespondenz kommt jedenfalls zu diesem Ergebnis. Darin gaben 93 % der befragten Geschäftskunden an, dass sie postalische Geschäftskorrespondenz als seriös und offiziell bewerten. Ebenso beurteilten Privatkunden den Empfang eines Briefes als seriös (92 %) und vertrauenswürdig (91 %). Hingegen fielen die Zustimmungswerte beim Einsatz von digitaler Kommunikation in der privaten wie auch geschäftlichen Geschäftskorrespondenz geringer aus.¹⁸ Ganz offensichtlich ist dem Geschäfts- wie dem Privatkunden die haptische Wahrnehmung nach wie vor ein wichtiges Merkmal für eine vertrauenswürdige Kommunikation. Das lässt den Schluss zu, dass Unternehmen sowohl Kommunikationswege wie auch Kommunikationsmedien kritisch sehen und nutzen bzw. auf beides sehr differenziert reagieren.

10) <http://www.radicati.com/wp/wp-content/uploads/2015/02/Email-Statistics-Report-2015-2019-Executive-Summary.pdf>, S. 4.

11) <http://www.stern.de/digital/online/spam--darum-gibt-es-immer-mehr-nervige-e-mails-6689738.html>

12) <http://www.itseccity.de/virenwarnung/hintergrund/trustwave130416.html>

13) <https://de.statista.com/infografik/3367/nutzung-von-office-software-in-deutschland/>

14) https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Pressemitteilung_3945.html

15) <https://www.bundestag.de/blob/281458/4e20939b448912e01c230735f6a1a3e6/postdienste-und-moderne-informations--und-kommunikationstechnologien-data.pdf>, S. 14.

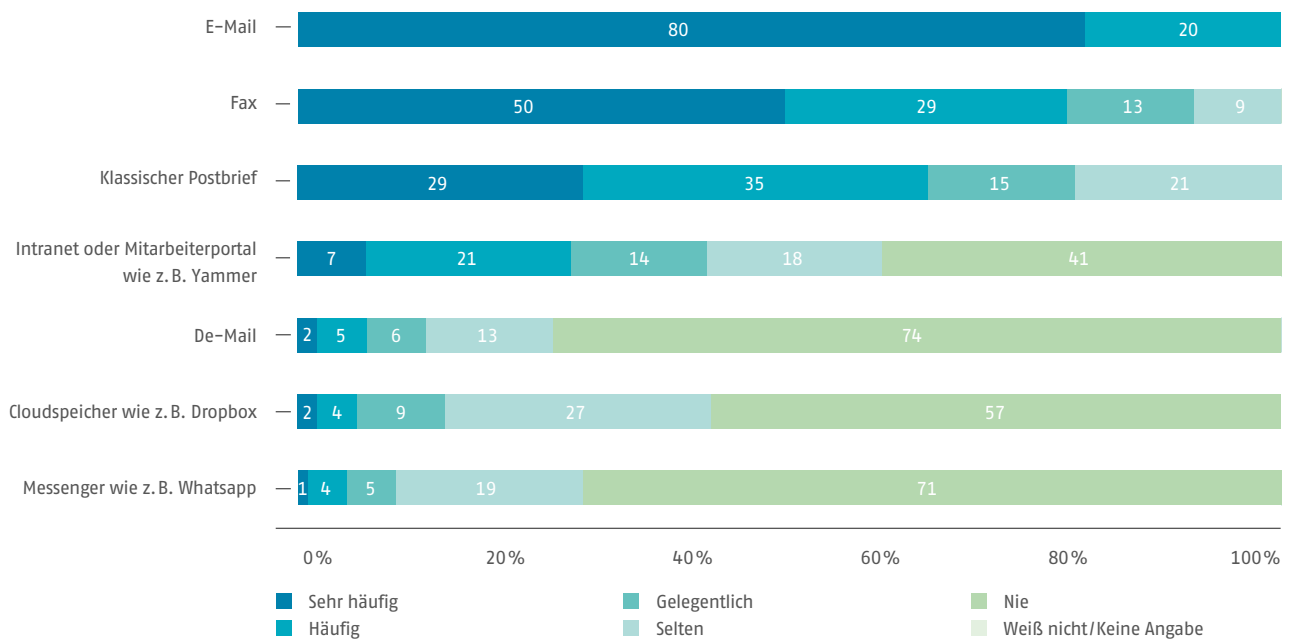
16) <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/185759/umfrage/entwicklung-der-briefmengen/>

17) https://about.usps.com/news/national-releases/2013/pr13_019.htm

18) <https://www.post.ch/-/media/post/gk/dokumente/studie-zur-wirksamkeit-von-internationaler-physischer-geschaeftskorrespondenz.pdf?la=de>, S. 6f.

Bei der für den FP-Effizienzreport durchgeführten Befragung gaben alle Teilnehmer, wie zu erwarten, an, bei einfachen oder weniger wichtigen Dokumenten sehr häufig oder häufig die E-Mail zu nutzen (Abb. 1). Die E-Mail dominiert an dieser Stelle also deutlich, wenngleich auch noch der klassische Brief und auch das Fax eine wesentliche Rolle spielen.

ABB. 1 – WENN SIE EINFACHE GESCHÄFTLICHE DOKUMENTE INTERN ODER EXTERN VERSENDEN, WIE HÄUFIG KOMMEN DABEI DIE FOLGENDEN KOMMUNIKATIONSKANÄLE ZUM EINSATZ?

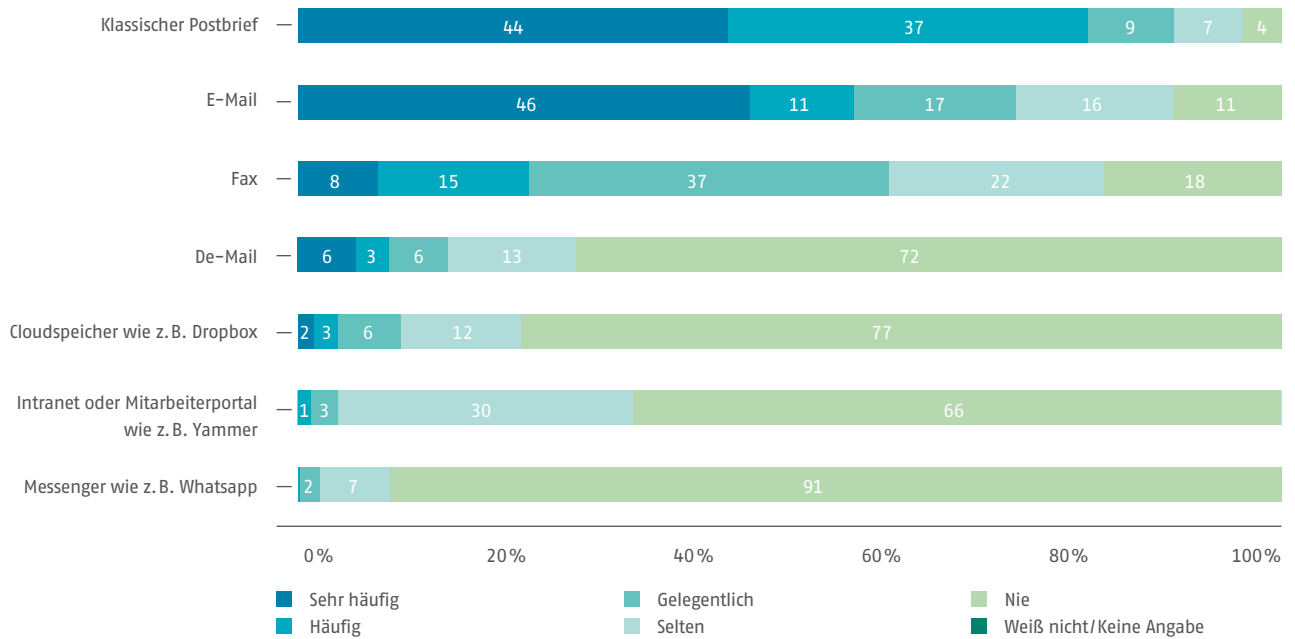


Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305) | rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Die Wahl der bevorzugten Kommunikationsmedien verändert sich bei der Frage nach dem Versand von Dokumenten mit sensiblem und wichtigem Inhalt. 81% der befragten Unternehmen vertrauen dem klassischen Brief mehr als der E-Mail oder dem Fax (Abb. 2). Der Vergleich beider Ergebnisse deutet auf ein differenziertes Nutzerverhalten hin, das von der Priorisierung und Einordnung der Geschäftspost abhängt. Die Frage, über welche Kommunikationskanäle ein Dokument versandt wird, hängt ganz offensichtlich mit dem Vertrauen in die Sicherheit zusammen, sei es die Empfangs-, Datums- oder Rechtssicherheit bzw. die Rechtsverbindlichkeit.¹⁹

19) <http://www.informatik.uni-leipzig.de/~graebe/Texte/Schreiber-11.pdf>, S. 4

ABB. 2 – WENN SIE VERTRAULICHE GESCHÄFTLICHE DOKUMENTE, WIE Z. B. VERTRÄGE INTERN ODER EXTERN VERSENDEN, WIE HÄUFIG KOMMEN DABEI DIE FOLGENDEN KOMMUNIKATIONSKANÄLE ZUM EINSATZ? ?



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305) | rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Die These, wonach der klassische Geschäftsbrief weiterhin eine Rolle spielen wird, kann trotz einer vermeintlich anderen Wahrnehmung eindeutig bestätigt werden. Der Brief ist als Kommunikationskanal fest in den Abläufen und Routinen der Unternehmen verankert. Für Unternehmen stellt er eine in erster Linie besonders vertraute und sichere Möglichkeit des Versands von Dokumenten dar. Offensichtlich wird von den Unternehmen auch die Wichtigkeit des Dokuments häufig dadurch hervorgehoben, dass der Empfänger den Inhalt in Papierform erhält. Es wird daher auch in einer digitalisierten Unternehmenswelt weiterhin Post in Papierform versandt – das heißt, die Unternehmen werden auch in den kommenden Jahren weiterhin klassische Briefe ausdrucken, kuvertieren, frankieren und anschließend an einen Zustelldienstleister übergeben.

ii. These: Das Bedürfnis nach rechtssicherer, vertraulicher und nachweisbarer digitaler Kommunikation wächst, dabei besteht noch ein großer Bedarf an Aufklärung und Organisation

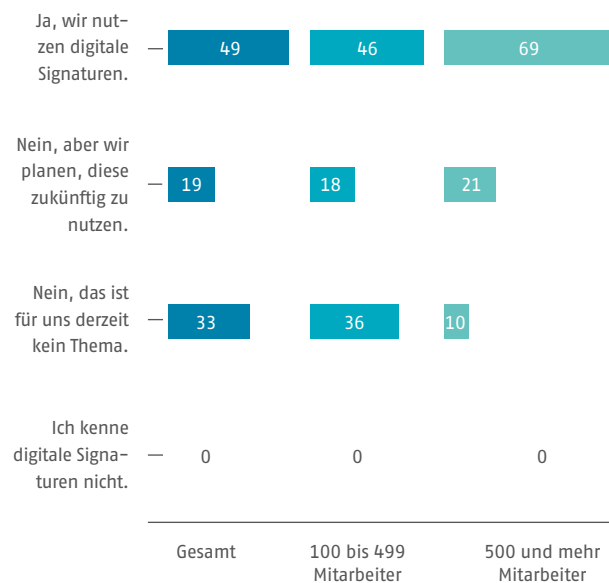
Mit dem Anstieg der digitalen Kommunikation nimmt das Bedürfnis zu, digitale Dokumente sicher und rechtsverbindlich unterzeichnen zu können. Zugleich wird der Nutzer durch die Vielzahl der Möglichkeiten mit unterschiedlichem Zweck und Ergebnis konfrontiert, was ihn bisweilen überfordert. Unter den vielen zur Verfügung stehenden Softwarelösungen – Beispiele der verschiedenen Möglichkeiten sind die elektronische Signatur, Verschlüsselungstechnologien, VPN-Verbindungen oder auch De-Mail – muss nicht nur die richtige Wahl getroffen bzw. Kombination gefunden, sondern auch der Einsatz entsprechend geplant und umgesetzt werden. Zudem sind bei der Nutzung auch die rechtlichen Grundlagen zu beachten.

Ein kurzer Blick auf die e-Signatur zeigt das Dilemma: Obwohl am 1. August 1997 in Deutschland das Gesetz zur Regelung der Rahmenbedingungen für Informations- und Kommunikationsdienste (IuKDG) und darin enthalten das Signaturgesetz (SigG) in Kraft trat²⁰ und am 16. Mai 2001 eine Neufassung beschlossen wurde²¹, geben nur 49 % der Befragten an, dass sie digitale Signaturen nutzen (Abb. 3). Am häufigsten werden sie von Dienstleistungsunternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern eingesetzt. Diese Angaben machen verschiedene Punkte deutlich: Die Möglichkeit der e-Signatur ist – im Grunde – allgemein bekannt. Dies führt aber nicht dazu, dass die e-Signatur allgemein genutzt wird. Ganz im Gegenteil: Ein Drittel der Befragten geben an, dass sie die Nutzung noch nicht einmal in Erwägung ziehen.

Einer häufigeren Nutzung steht sicherlich die Intransparenz der Rechtsfolgen bei der Nutzung von elektronischen Signaturen im Wege, denn diese werden nicht durch das Signaturgesetz bestimmt.²²

ABB. 3 – NUTZEN SIE IM UNTERNEHMEN BEIM ELEKTRONISCHEN VERSAND VON WICHTIGEN DOKUMENTEN PER E-MAIL DIGITALE SIGNATUREN?

in %

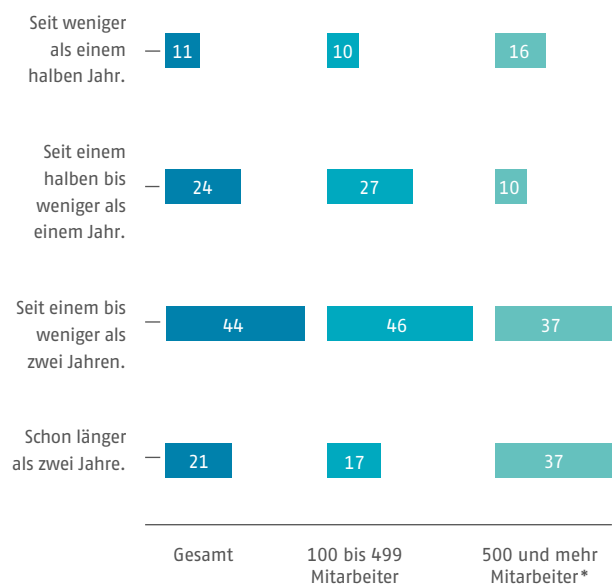


Basis: Alle befragten Unternehmen, die vertrauliche geschäftliche Dokumente per E-Mail versenden (n=271) rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

In einem ähnlichen Dilemma steht die Nutzung der De-Mail. Die De-Mail wurde entwickelt, um eine leicht zu bedienende digitale, dabei aber auch rechtlich verbindliche Kommunikation zwischen Bürgern und Behörden zu eröffnen. Allerdings nutzen erst rund ein Viertel der Unternehmen die De-Mail zum Versand vertraulicher Dokumente. Wenn die Unternehmen vertrauliche geschäftliche Dokumente versenden, kommt die De-Mail bei immerhin rund 9 % aller befragten Unternehmen sehr häufig bzw. häufig zum Einsatz. 6 % der Unternehmen wählen diese Form der Kommunikation immerhin gelegentlich. Es bleibt aber dabei: Den größten Anteil haben diejenigen Unternehmen, die die De-Mail nie verwenden. Von denjenigen Unternehmen, die über einen De-Mail-Zugang verfügen, haben ihn die meisten (44 %) vor einem Jahr oder vor weniger als zwei Jahren eingerichtet (Abb. 4).

ABB. 4 – SEIT WANN NUTZEN SIE DE-MAIL IN IHREM UNTERNEHMEN?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen, die De-Mail nutzen (n=86)

* Geringe Fallzahl (n<30)

Der Erfolg der De-Mail hängt in der Tat von der Komplexität des Prozesses und der fehlenden Integration in Arbeitsprozesse ab. Insgesamt sind der Nutzen und die Anwendungsmöglichkeiten der De-Mail für die Unternehmen nur indirekt ersichtlich.

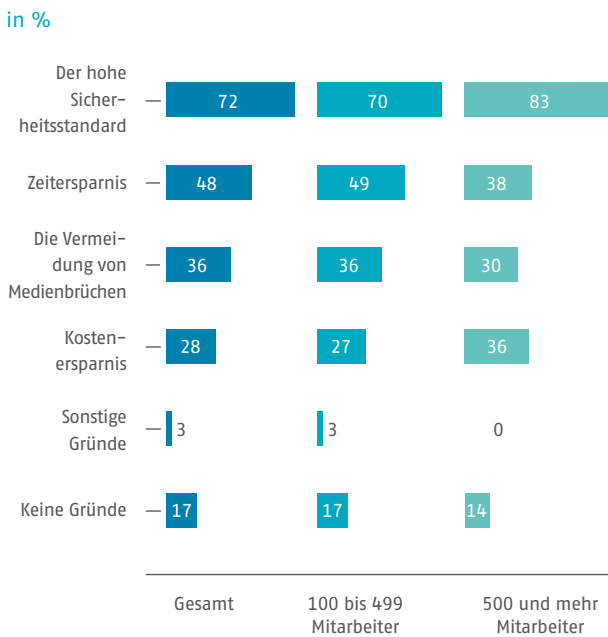
20) http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl&start=//**%255B@attr_id=%2527bgbl197s2038.pdf%2527%255D#_bgbl__%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgbl197s1870.pdf%27%5D__1481112453737, S. 1870ff.

21) http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl&jumpTo=bgbl101s0876.pdf#_bgbl__%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgbl101s0876.pdf%27%5D__1481112776655, S. 876ff.

22) https://books.google.de/books?id=PHalBwAAQBAJ&pg=PA639&lpg=PA639&dq=rechtsfolgen+unklar+elektronische+signaturen&source=bl&ots=JmqiUBj__Q&sig=17uLrn28ZF9sckjN0pPYVFlu88E&hl=de&sa=X&ved=0ahUKewjwvucmt0LQAhUDPqXKHU9ZD7QQ6AEIUTAI#v=onepage&q=rechtsfolgen%20unklar%20elektronische%20signaturen&f=false, S. 639.

Gründe wie der hohe Sicherheitsstandard, Zeitersparnis oder die Vermeidung von Medienbrüchen (Abb. 5) werden im Wesentlichen von Nichtnutzern als Argumente für den Einsatz bzw. für die Einführung von De-Mail genannt.

ABB. 5 – WELCHE DER FOLGENDEN GRÜNDE KÖNNTEN SIE VON DER EINFÜHRUNG DER DE-MAIL IN IHREM UNTERNEHMEN ÜBERZEUGEN?



Basis: Alle befragten Unternehmen, die De-Mail nicht nutzen und nicht eingerichtet haben (n=203) | Mehrfachnennungen möglich

De-Mail kann als Beispiel für die grundsätzliche Fragestellung um die sichere Onlinekommunikation verstanden werden. Für die Unternehmen steht die Frage im Vordergrund, welchen Kommunikationskanal sie für welchen Einsatz nehmen. Die Auswahl der zur Verfügung stehenden Kanäle stellt die Unternehmen vor die Herausforderung, ob die jeweiligen Eigenschaften der Kanäle die Ansprüche erfüllen. In dem Moment, wo Unsicherheiten bestehen oder die Umstellung von Prozessen zu komplex erscheinen, wird nach wie vor auf bewährte Kanäle und Medien zurückgegriffen.

Die These, dass das Bedürfnis nach rechtssicherer, vertraulicher und nachweisbarer digitaler Kommunikation wächst, dabei aber noch ein großer Bedarf an Aufklärung und Organisation besteht, bestätigt sich. Der Nutzen von sicheren Online-Kommunikationsstandards wird erkannt, auch wenn eine Umsetzung in den Kommunikationsabläufen der Unternehmen noch nicht stattgefunden hat.

Fazit: Für einfache Dokumente wird weiterhin die E-Mail genutzt. Zudem besteht bei den Unternehmen aufgrund der Rechtslage und der wenig nutzerfreundlichen Nutzbarkeit von elektronischen Signaturen ein Hemmnis diese für E-Mails zu verwenden. Für vertrauliche und rechtsrelevante Dokumente bleibt der klassische Postbrief die bevorzugte Wahl. Die Einordnung zeigt, dass Unternehmen hier noch keine eindeutigen Prozesse und Verfahren etabliert haben und damit auf Effizienzen im Kommunikationsprozess verzichten. Kritisch ist die Nutzung von einfachen E-Mails aus Unwissenheit. Damit ist klar, dass Unternehmen einen großen Beratungsbedarf für den richtigen Einsatz haben.

2. VOM RICHTIGEN EINSATZ VERSCHIEDENER KOMMUNIKATIONSMEDIEN UND KOMMUNIKATIONSKANÄLE – WIE SIEHT DER DIGITALE KOMMUNIKATIONSPROZESS AUS?

iii. These: Die Digitalisierung des Dokumentenmanagements schreitet weiter voran. Bei den rechtlichen Voraussetzungen zur Vereinheitlichung dieser Prozesse besteht Nachholbedarf.

In Unternehmen gibt es innerhalb des Kommunikationsprozesses verschiedene Ansatzpunkte zur Optimierung. Ein Schwerpunkt ist die Digitalisierung. Der Anfang 2016 erstmals von der Bitkom präsentierte Digital Office Index veröffentlichte Zahlen, wonach 70 % der großen Unternehmen (mehr als 500 Mitarbeiter) ihre Geschäftsprozesse strategisch digitalisieren wollen. Bei den mittelständischen Unternehmen (100 bis 499 Mitarbeiter) verfolgen bereits 52 % eine Digitalstrategie. Ein weiteres Ergebnis ist, dass jedes zweite Unternehmen (51 %) mittlerweile Softwaresysteme zur Digitalisierung von Dokumenten nutzt und weitere 14 % eine Einführung planen.²³



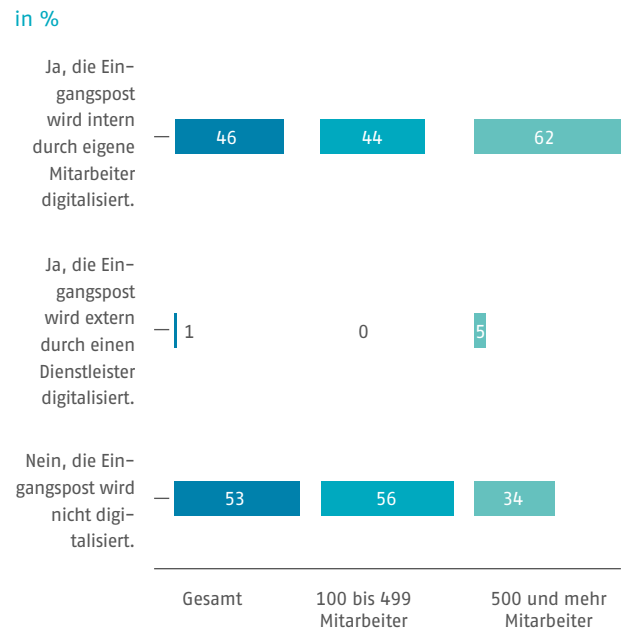
23) <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Der-Weg-zum-digitalen-Buero-ist-erst-zur-Haelfte-geschafft.html>

Input- und Outputmanagement – Eingangspost

Ein Großteil der Eingangspost in deutschen Unternehmen sind Rechnungen. Eine Studie der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“ zur elektronischen Rechnungsabwicklung und Archivierung hat ergeben, dass 64 % der deutschen Unternehmen ihre auf Papier eingehenden Rechnungen einscannen. Nach den größten Herausforderungen bei der Implementierung des elektronischen Rechnungsempfangs in der Unternehmenspraxis befragt, gaben die Unternehmen an, keine größeren Schwierigkeiten gehabt zu haben. An zweiter und dritter Stelle nannten die Befragten aber direkt die Herausforderung bei der Anpassung der Prozesse bzw. bei der Identifizierung der rechtlichen Anforderungen. Bei der Frage, wie die Unternehmen mit elektronisch eingehenden Rechnungen verfahren, gaben 69 % an, die E-Rechnung auszudrucken und sie in Papierform weiterzuverarbeiten. Nur 26 % verarbeiten sie in digitaler Form weiter. 1 % sagte, dass ein externer Dienstleister die E-Rechnung entgegennimmt.²⁴

Doch wie steht es allgemein um die Digitalisierung der Eingangspost, nicht nur der Rechnungen? Eine für diesen Report erhobene Umfrage zeigt, dass 46 % der Unternehmen ihre Eingangspost selbst einscannen; nur 1 % lässt die Eingangspost durch einen Dienstleister digitalisieren (Abb. 6). Bei diesem einen % handelt es sich ausschließlich um Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern. Entscheidend für den eigenhändig durchgeführten Prozess oder die Vergabe an einen Dienstleister scheint die Unternehmensgröße zu sein. Während 62 % der Befragten mit über 500 Mitarbeitern ihre Eingangspost selbst digitalisieren, sind es bei Unternehmen mit 100 bis 499 Mitarbeitern nur 44 %.

ABB. 6 – WIRD IN IHREM UNTERNEHMEN DIE EINGANGSPOST DIGITALISIERT, ALSO EINGESCANNT?



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305)
rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Input- und Outputmanagement – Ausgangspost

Wenn der Posteingang digitalisiert wurde, folgt in der Regel die Digitalisierung der Ausgangspost. Allerdings ist dies maßgeblich mit der Bereitschaft bzw. Möglichkeit des Empfängers verknüpft, Briefe elektronisch zu empfangen. Zwar verfügten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 87 % der deutschen Haushalte 2016 über einen Internetzugang.²⁵ Dies ist aber nicht damit gleichzusetzen, dass dieser dann auch zur Nutzung von E-Mail verwendet wird. In einer gemeinsamen Verbrauchs- und Medienanalyse von ARD Werbung, ZDF Werbefernsehen und Radio Marketing Service (RMS) haben von 70 Millionen Befragten lediglich 17 Millionen angegeben, ihren E-Mail-Account täglich zu nutzen.²⁶ Angesichts des nicht unerheblichen Anteils von Privatpersonen, die über elektronische Netzwerke kaum, selten oder gar nicht zu erreichen sind, greifen Unternehmen bevorzugt auf Hybrid-Post-Lösungen zurück. Die Hybrid-Post wird als Druckauslagerung verstanden, die Unternehmen effizient einsetzen können. Durch die Verlagerung an eine externe Stelle und die damit einhergehende Aussendung durch Dritte optimieren sie die Verarbeitung der Ausgangspost. Für die Unternehmen fallen der Drucker selbst, die zum Druck benötigten Verbrauchsmaterialien

24) <http://www.elektronische-rechnungsabwicklung.de/downloads/Elektronische-Rechnungsabwicklung-und-Archivierung.pdf>, S. 44.

25) https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/AusstattungGebrauchsgueter/Tabellen/ZeitvergleichAusstattung_IKT.html

26) http://www.vuma.de/fileadmin/user_upload/PDF/berichtsbaende/VuMA_2016_Berichtsband.pdf, S. 58.

sowie das Falzen und Kuvertieren weg. Lediglich eine kleine Hardwarelösung ist nötig, um das zum Versand freigegebene Dokument dem Dienstleister zu übersenden. Mit der Hybrid-Post lassen sich laut dem Sondergutachten „Post 2015 – Postwendereform jetzt!“ der Monopolkommission zu adressierende Werbesendungen, Tages- sowie Transaktionspost wie z. B. Rechnungen, Verträge etc. zunächst elektronisch an einen Briefdienstleister versenden, der die elektronischen Daten in klassische Postbriefe umwandelt.²⁷

Dokumentenmanagement – Archivierung

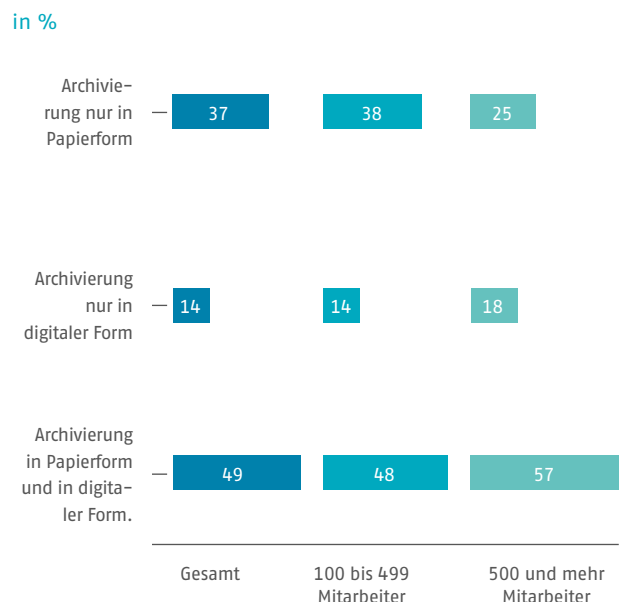
Bei den Angaben zur Aufbewahrung von Dokumenten gaben 35 % der befragten Unternehmen im Digital Office Index 2016 der Bitkom an, Systeme zur digitalen Archivierung und Verwaltung von Dokumenten zu nutzen. Weitere 24 % planen dies für die Zukunft.²⁸ In einer weiteren, bereits 2013 veröffentlichten Umfrage des Unternehmens Lexmark unter 300 Entscheidern in deutschen Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern zur Unterlagenarchivierung gaben 39 % an, ein internes Unternehmensnetzwerk zur dauerhaften Speicherung zu nutzen. 18 % greifen auf ein unternehmensübergreifendes Dokumenten- oder Enterprise-Content-Management (ECM)-System zurück. Für 14 % ist ein Archiv in Papierform der priorisierte Speicherort für Daten und Dokumente. 11 % der befragten Entscheider antworteten, dass die Speicherung auf einer lokalen Festplatte erfolgt.²⁹ Dabei ist aber unklar, ob die Daten- und Dokumentenarchivierung an den Speicherorten sicher und rechtskonform erfolgt.

Grundsätzlich bewerten die Unternehmen die elektronische Archivierung aber als positiv, so ein Bericht des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2014. Für 99 % der befragten Unternehmen hat sich die elektronische Archivierung als vorteilhaft erwiesen. Aus dem Bericht geht jedoch auch hervor, dass 57 % der befragten Unternehmen erklärten, dass die Implementierung des elektronischen Archivierungssystems nur mit Aufwand zu bewältigen war. Befragt wurden in der Studie zudem Firmen, die beabsichtigen, die elektronische Aufbewahrung einzuführen. Von ihnen gaben 76 % an, dass die breite Nutzung elektronischer, automatisiert bearbeitbarer Rechnungen ein Anreiz ist. Für 71 % stellt eine zertifizierte Software einen Anlass dar, auf elektronische Archivierung umzustellen.³⁰ Das bereits weiter oben behandelte, drängende Bedürfnis von Unternehmen an eine sichere Kommunikation spiegelt sich auch hier in Form einer sicheren Aufbewahrung wider. So sehen viele Unternehmen Klärungsbedarf bei der Archivierung von E-Mails. Im Bericht des Statistischen Bundesamtes von 2014 gaben 50 % der befragten Unternehmen an, dass bei der Archivierung von E-Mails Rechtsunsicherheiten

bestehen. Für den Großteil der Unternehmen war es unklar, wann eine E-Mail überhaupt aufzubewahren ist.³¹

In jedem Fall ist eine Archivierung von bestimmten Dokumenten, die gesetzlich über eine bestimmte Zeit vorgehalten werden müssen, Pflicht. Um dies zu erfüllen, nutzen insgesamt 63 % der befragten Unternehmen die digitale Archivierung (Abb. 7). Vor allem die Großunternehmen setzen auf die digitale Archivierung. Durch ihre Unternehmensgröße und das unterstellte höhere Papier- und Dokumentenaufkommen profitieren sie in höherem Maße von einem digitalen Archiv. Auch leisten sie sich häufiger zwei parallel laufende Archivierungsstrukturen (Papierform und digital) – und genau hier gibt es Optimierungspotenzial. Denn das könnte darauf hindeuten, dass noch nicht alle Abteilungen eines Großunternehmens an ein digitales Archiv angeschlossen sind. Weiteres Potenzial ist bei über einem Drittel der Unternehmen vorhanden, die gar nicht digital, sondern nur in Papierform archivieren. Dies trifft mehr auf die mittelständischen Unternehmen zu. Hier ist zu vermuten, dass die Unsicherheit im Umgang mit Dokumenten dazu verleitet, auf die gewohnte Archivierungsmethode zu vertrauen. Auch könnte der anfängliche Aufwand bei der Implementierung in die IT-Struktur abschrecken.

ABB. 7 – WELCHE FORMEN DER ARCHIVIERUNG NUTZEN SIE FÜR DIE LANGJÄHRIGE AUFBEWAHRUNG VON DOKUMENTEN, WIE Z. B. HANDELSBÜCHERN UND BAUPLÄNEN?



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305)

27) <http://bdkep.de/wp-content/uploads/2016/01/sondergutachten-post-monopolkommission-2015.pdf>, S. 22.

28) <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Der-Weg-zum-digitalen-Buero-ist-erst-zur-Haelfte-geschafft.html>

29) <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/288626/umfrage/bevorzugte-orte-fuer-datenspeicherung-in-unternehmen/>

30) https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/Buerokratiekosten/Download/ElektronischeArchivierung.pdf?__blob=publicationFile, S. 7.

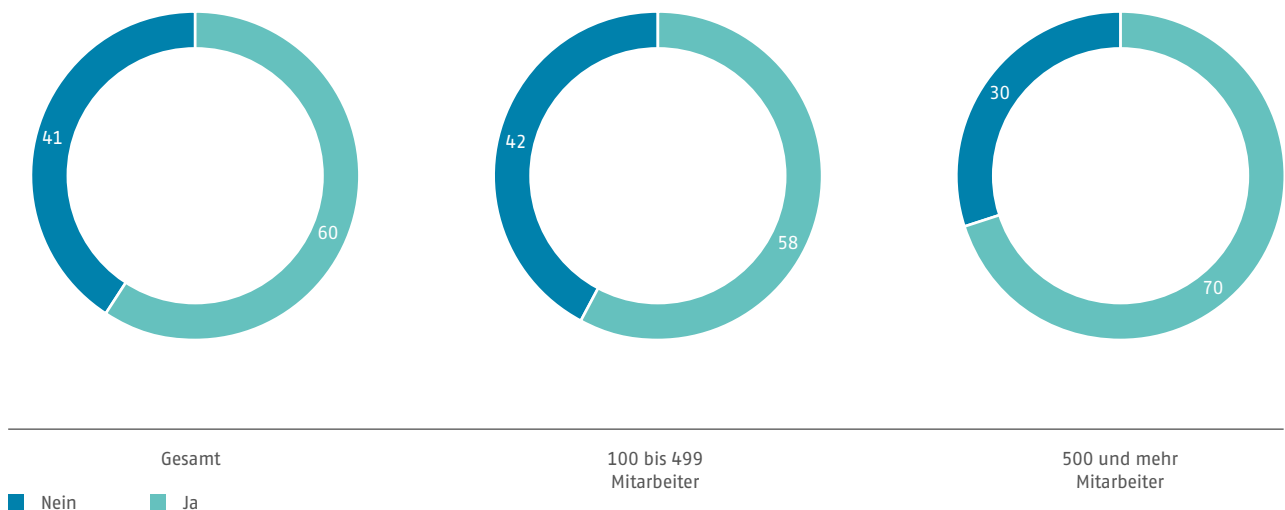
31) https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/Buerokratiekosten/Download/ElektronischeArchivierung.pdf?__blob=publicationFile, S. 44.

In jedem Fall muss die elektronische Archivierung den gesetzlichen Anforderungen genügen. Seit dem 1. Januar 2015 gelten die GoBD (Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff). Sie schreiben Unternehmen vor, nach welchen gesetzlichen Regelungen sie zu archivieren haben. Diese Norm soll sicherstellen, dass steuerrechtlich relevante Rechnungen, Prozesse, Datensätze und Belege während der Aufbewahrungszeit nicht verändert werden können. Des Weiteren müssen die Dokumente auch jederzeit les- und nachprüfbar sein.³²

Wie die Umfrage für den FP-Effizienzreport ergeben hat, erfolgt die langjährige Archivierung bei fast allen Unternehmen (98 %) nach eigener Einschätzung rechtskonform. Lediglich 2 % gehen davon aus, dass dies nicht der Fall ist. Ist davon auszugehen, dass die überwiegende Anzahl der Unternehmen nach den gesetzlichen Regelungen aufbewahrt, so offenbart die Umfrage aber auch, dass doch nicht alle Normen beim Scannen und bei der Archivierung geläufig sind. Zwar sind der Mehrheit der digitalisierenden Unternehmen (60 %) die Technischen Richtlinien des Bundesamtes für Sicherheit (BSI) für ersetzendes Einscannen (TR-RESISCAN) und zur Archivierung (TR-ESOR) bekannt. Jedoch haben offensichtlich 41 % keine Kenntnis davon (Abb. 8). Die Unwissenheit ist bei den Mittelständlern höher (42 %) als bei den Großunternehmen (30 %). Eine Annahme ist, dass die Großunternehmen ihre Eingangspost häufiger einscannen als die Mittelständler (Abb. 6) und sich deshalb in der Folge auch häufiger mit TR-RESISCAN und TR-ESOR auseinandersetzen. Allgemein lässt sich unabhängig der Unternehmensgröße sagen, dass ein großer Informationsbedarf besteht.

ABB. 8 – SIND IHNEN DIE TECHNISCHEN RICHTLINIEN FÜR EINSCHANNEN TR-RESISCAN UND ZUR ARCHIVIERUNG TR-ESOR BEKANNT?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen, die Dokumente digital archivieren (n=193)
 rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

32) <http://www.verband-e-rechnung.org/de/e-rechnung/wissen/fachartikel/414-gobd-zusammenfassung>

Die These, wonach die Digitalisierung des Dokumentenmanagements voranschreitet, ist zu bestätigen, denn bereits 46 % der Unternehmen scannen ihre Eingangspost ein und sogar über die Hälfte der Befragten nutzt ein digitales Archiv. Allerdings scheint es einem Großteil der Unternehmen an Wissen zu Standardisierungsvoraussetzungen zu mangeln. Denn 41 % sind die Technischen Richtlinien zur Vereinheitlichung des Scannens und Archivierens unbekannt. Daher wird auch der zweite Teil der These bejaht, da bei den rechtlichen Voraussetzungen zur Vereinheitlichung dieser Prozesse Nachholbedarf besteht.

Fazit: Viele Unternehmen setzen bereits auf digitalisierte Dokumentenprozesse und scannen ihre Eingangspost selbst ein. Mit dem Fortschreiten der Digitalisierung dürfte sich ihre Zahl noch weiter erhöhen. Allerdings sind diejenigen Unternehmen, die das Einscannen der Posteingangspost auslagern, klar in der Minderheit. Unternehmen lassen die Chance, das Scannen einem Spezialisten zu übergeben, ungenutzt. Ebenso schöpfen die Unternehmen weitere Effizienzgewinne bei der Archivierung nicht aus. Im Hinblick auf die rechtlichen Komponenten bestehen Wissenslücken: Vielen Unternehmen sind die Technischen Richtlinien des Bundesamtes für Sicherheit zum Scannen und zur Archivierung unbekannt. Standardisierungsregeln zur Vereinfachung bleiben dadurch ungenutzt.

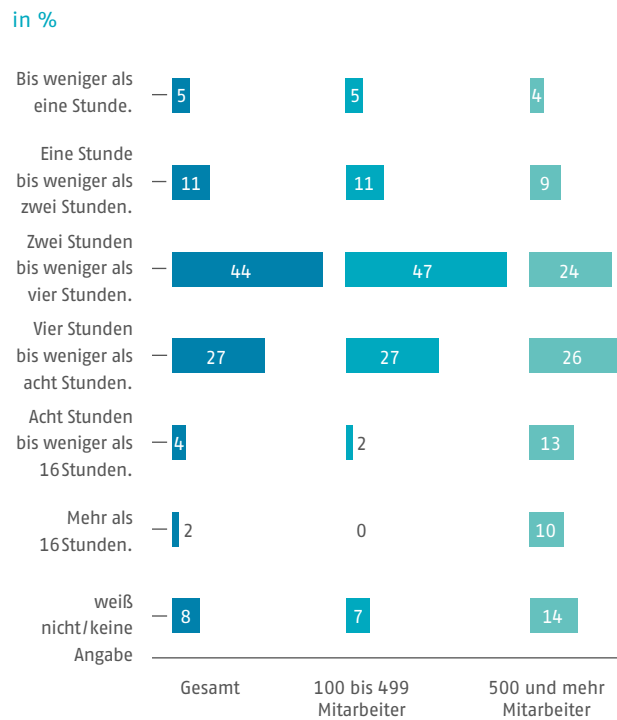
3. LASSEN SICH DURCH DIGITALISIERTE VERARBEITUNGSPROZESSE ZEIT UND KOSTEN SPAREN UND DAMIT SPÜRBARE EFFIZIENZGEWINNE ERZIELEN?

iv. These: Unternehmen sind sich den Möglichkeiten und Kosten über intelligente Optimierung von Kommunikations- und Dokumentenprozessen nicht vollumfänglich bewusst.

Der zeitliche und damit auch der finanzielle Aufwand für die Verarbeitung der Ein- und Ausgangspost ist für die Unternehmen beträchtlich. Aufträge, Schriftsätze, Aktenmaterial, Angebote – im geschäftlichen Alltag gibt es eine Vielzahl von Dokumenten, die Unternehmen versenden und empfangen. Jedes Dokument unterliegt einem Prozess: Öffnen, Ablage und Zuordnung bei der Eingangspost und Ausdruck, Falzen, Schließen und Frankieren bei der Ausgangspost – die Verarbeitung kostet Zeit.

In der Umfrage des FP-Effizienzreports gaben die meisten Unternehmen (44 %) an, täglich zwei bis vier Stunden für die Postverarbeitung aufzuwenden (Abb. 9). Dies gilt vor allem für mittelgroße Unternehmen. 8 Stunden oder länger benötigen nur große Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern.

ABB. 9 – WIE VIELE ARBEITSSTUNDEN WERDEN IN IHREM UNTERNEHMEN INSGESAMT PRO TAG FÜR DIE VERARBEITUNG DER EINGANGS- UND AUSGANGSPOST AUFGEWENDET?



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305)
 rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Um Ineffizienzen im Prozess zu beheben, muss also klar analysiert werden, an welchen Stellen die meiste Zeit aufgewandt bzw. das größte Transaktionsvolumen verarbeitet wird und ob eine Automatisierung der Prozesse per se Effizienzen heben, mithin auch die Kosten senken kann.

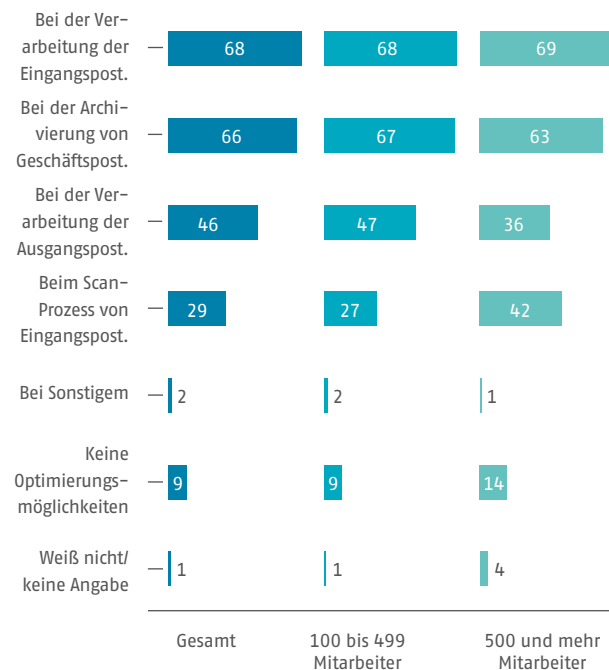
Mit Blick auf den zeitlichen und finanziellen Aufwand bei der Posteingangs- und Postausgangsverarbeitung einschließlich der Archivierung stellt sich für Unternehmen die Frage, ob sie mit der Qualität des eigenen Dokumentenmanagements zufrieden sind. 15 % der Unternehmen schätzen ihr Dokumentenmanagement als sehr gut ein, 55 % bewerten es als gut aufgestellt. Hingegen schätzt jedes vierte Unternehmen (26 %) das eigene System als verbesserungsfähig ein.

Dabei erkennen fast alle Unternehmen die Chancen, ihre Dokumentenprozesse noch zu verbessern. Am meisten Optimierungspotenzial machen sie bei der Verarbeitung der eingehenden Geschäftspost aus (Abb. 10). Rund zwei Drittel der befragten Verantwortlichen sehen hier die Möglichkeit, ihre Abläufe effizienter zu gestalten, genauso wie bei der Archivierung der Geschäftspost; 46 % könnten nach eigener Einschätzung ihre

Abläufe bei der Verarbeitung der Ausgangspost noch verbessern. Vor allem die Mittelständler (47%) sehen hier Potenzial. 29% sind der Meinung, dass der Scanprozess bei der Eingangspost optimiert werden sollte. Großunternehmen (42%) erkennen hier einen höheren Bedarf als kleinere Unternehmen (27%).

ABB. 10 – WO LIEGEN AUS IHRER SICHT BEI IHREM UNTERNEHMEN NOCH OPTIMIERUNGSMÖGLICHKEITEN BEIM DOKUMENTEN-MANAGEMENT?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305)
Mehrfachnennungen möglich

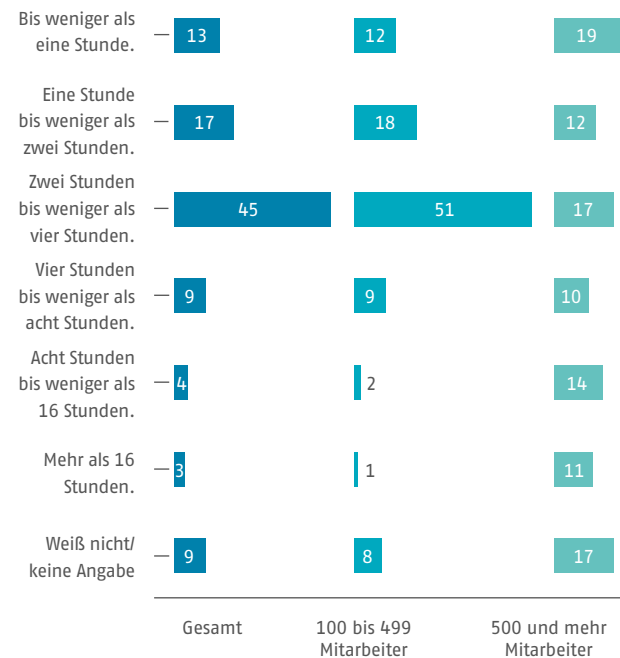
Verarbeitung der eingehenden Geschäftspost

Unternehmen sehen am meisten Optimierungspotenzial im Bereich des Posteingangs. Dabei zeigen die Ergebnisse der Studie ein eher erschreckendes Bild: 46% der Unternehmen (Abb. 6) sind größtenteils mehrere Stunden damit beschäftigt ihre Eingangspost selbst zu digitalisieren (140 von 305 Unternehmen). Immerhin fast die Hälfte (45%, Abb. 11) benötigt hierfür zwischen zwei und vier Stunden. Hier herrscht eine große Diskrepanz zwischen mittleren Unternehmen (51%) und solchen mit über 500 Mitarbeitern (17%). Große Unternehmen benötigen in der Summe häufiger mehr als vier und bis zu 16 Stunden. Dies kann mit einem deutlich höheren Briefvolumen der Großunternehmen erklärt werden. Im Hinblick darauf, dass nur 1% einen externen Dienstleister für das Digitalisieren beauftragt hat,

könnten Unternehmen – wie die Auswertung zum Zeitaufwand zeigt – alleine schon hier großes Effizienzpotenzial heben.

ABB. 11 – WIE VIELE ARBEITSSTUNDEN WERDEN IN IHREM UNTERNEHMEN INSGESAMT PRO TAG FÜR DIE VERARBEITUNG DER EINGANGS- UND AUSGANGSPOST AUFGEWENDET?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305)
rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Was bei der klassischen Eingangspost unbestritten Zeit kostet, ist die Zuordnung und Weiterleitung der Eingangspost zum richtigen Empfänger. Hier ergibt sich ein wesentlicher Optimierungsfaktor durch die Möglichkeit der automatisierten Zuordnung von digitalen Dokumenten und Daten. Der Umfrage nach erfolgt die richtige Zuordnung der eingescannten Post bei 93% der Unternehmen automatisch.

Laut der Studie „Automating AP/AR Financial Processes – User Feedback on the Real ROI“ des Marktforschungsunternehmens AIIM Europe aus dem Jahr 2014 liegen die durchschnittlichen Kosten für das Posteingangsmanagement für Papierrechnungen bei 5,80 Euro. Beim Postausgangsmanagement liegen sie zwischen 0,70 Euro und 36,30 Euro³³ pro verarbeiteten Beleg. Betriebe, die die Rechnungsverwaltung bereits automatisiert haben, erzielten im Vergleich zur manuellen Postbearbeitung Kosteneinsparungen von durchschnittlich 29%.³⁴

33) <http://www.ecmguid.de/input-output/postbearbeitung/aiim-studie-papierberge-in-der-rechnungsverarbeitung-17965.aspx>

34) http://casnet.com/docs/MIWP_ASG-AP-AR_2014.pdf, S. 3.

Dabei ist das Einsparpotenzial enorm. Die Europäische Kommission geht davon aus, dass die Einsparungen durch elektronische Rechnungen in Europa bei einem Volumen von rund 40 Milliarden Euro jährlich liegen könnten.³⁵

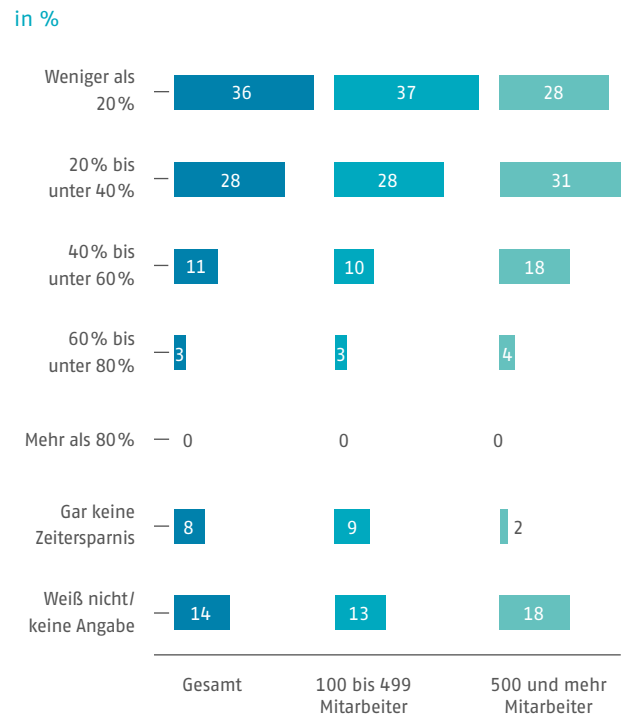
Auch eine vorangegangene Studie von AIIM Europe zum Digital Mailroom aus dem Jahr 2011 kommt zu dem Schluss, dass sich die Digitalisierung vor allem im Hinblick auf Rechnungen auszahlt. Automatisierte Prozesse ermöglichen hier Kostensenkungen von 50 bis 80 % im Vergleich zu einer manuellen Verarbeitung.

Archivierung der Geschäftspost

Auch die Archivierung von Papierdokumenten, die gesetzlich aufbewahrt werden müssen, erfordert einen zeitintensiven und organisatorischen Aufwand. Ein Archiv in digitaler Form hat gegenüber einem Papierarchiv in der Regel den Vorteil der wegfallenden Wegzeiten und der drastisch verringerten Suchzeiten. Die Wegzeit fällt vor allem dann ins Gewicht, wenn mehrere Archivstandorte vorhanden sind. Hinzu kommt: Je größer das traditionelle Archiv von der Fläche her ist, desto zeitaufwendiger ist in der Regel die Suche.

Daher konzentrierte sich die Fragestellung auf die Zeitersparnis von Unternehmen, die bereits ein digitales Archiv eingeführt haben (Abb. 12). 36 % der befragten Unternehmen gaben an, mit dem digitalen Archiv bis zu ein Fünftel an Zeit einzusparen. 28 % gehen von einem Zeitgewinn zwischen 20 und 40 % gegenüber einem Papierarchiv aus. Fast jedes zehnte Unternehmen konnte den zeitlichen Aufwand sogar um 40 bis 60 % reduzieren. Auffallend: Die größeren Unternehmen trafen prozentual deutlich häufiger (18 %) diese Aussage als die mittleren Unternehmen (10 %). Das bestätigt die an sich triviale Aussage, dass Großunternehmen einen viel höheren Archivierungsbedarf haben, da hier das Transaktionsvolumen größer ist. Das macht eines deutlich: Großunternehmen spüren deutlich früher den Handlungsbedarf. Dennoch bleiben die Optimierungspotenziale für alle Unternehmen bedeutend, so dass nur 8 % der Meinung sind, dass sie durch das digitale Archiv keine zeitlichen Vorteile erzielen konnten.

ABB. 12 – WIE VIEL ZEIT WIRD IN IHREM UNTERNEHMEN TÄGLICH DURCH DAS DIGITALE ARCHIVIEREN IM VERGLEICH ZUR ARCHIVIERUNG IN PAPIERFORM EINGESPART?



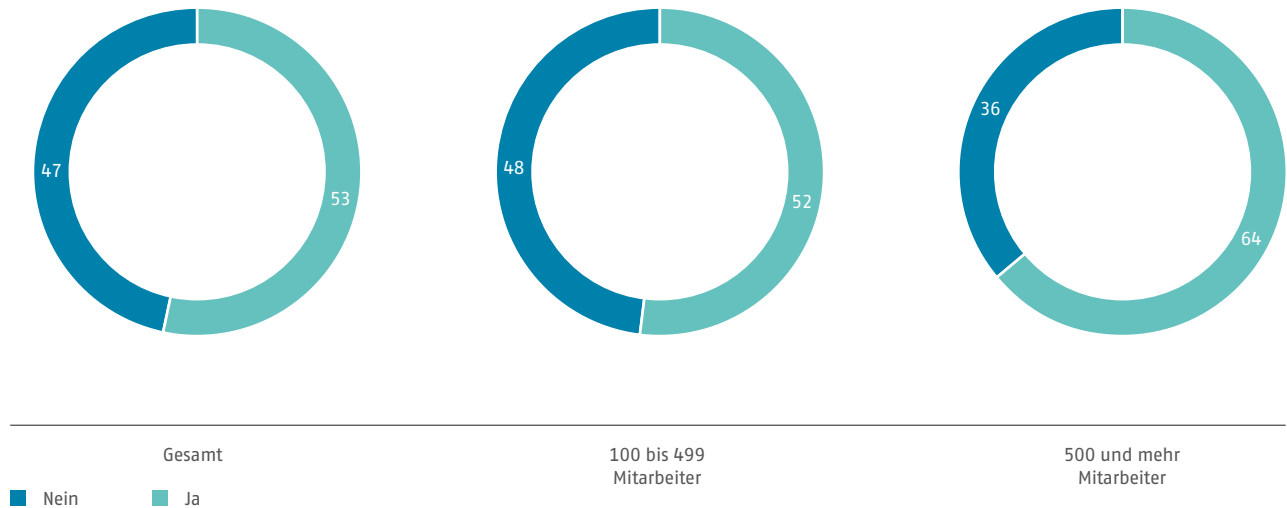
Basis: Alle befragten Unternehmen, die Dokumente digital archivieren (n=193)
 rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

Entsprechend verwundert es nicht, dass 66 % der Unternehmen bei der Archivierung von Geschäftspost noch Optimierungsmöglichkeiten sehen. Generell kann sich jedes zweite Unternehmen (53 %), das nicht digitalisiert, vorstellen, für die langjährige Dokumentenaufbewahrung auf ein digitales Archiv umzustellen (Abb. 13). Dabei sind große Unternehmen (64 %) für die Digitalisierung deutlich offener als Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern (52 %).

35) http://ec.europa.eu/internal_market/payments/docs/einvoicing/com712_en.pdf, S. 2.

ABB. 13 – KOMMT ES FÜR SIE IN FRAGE, IN IHREM UNTERNEHMEN FÜR DIE LANGJÄHRIGE AUFBEWAHRUNG VON DOKUMENTEN AUF EINE DIGITALE ARCHIVIERUNG UMZUSTELLEN?

in %

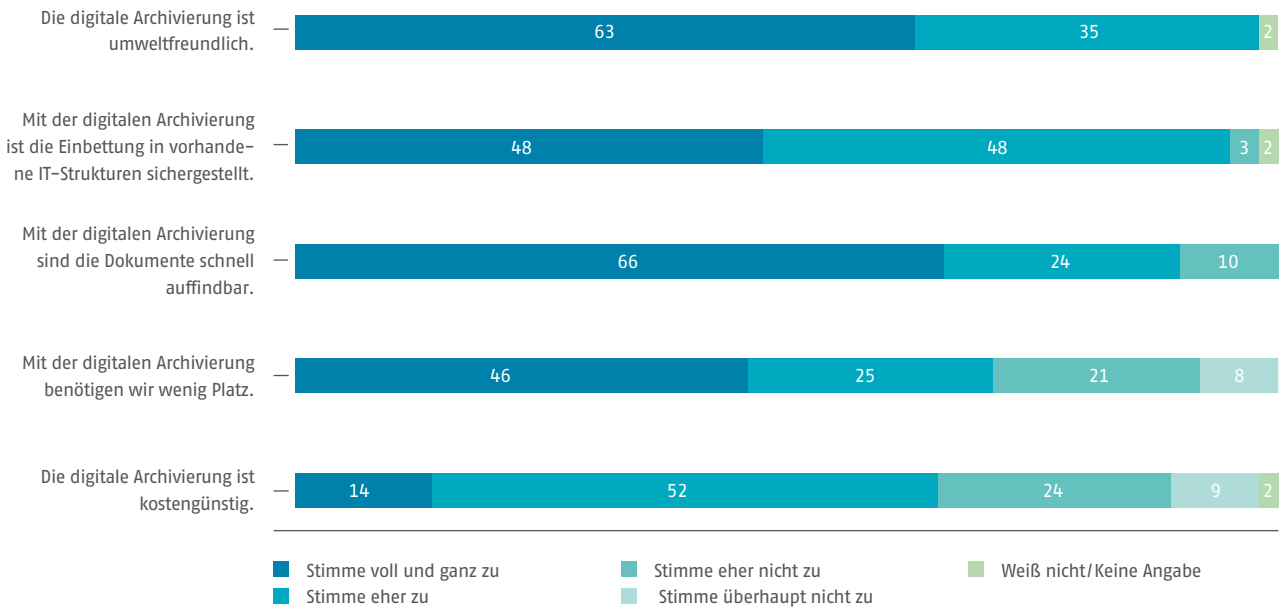


Basis: Alle befragten Unternehmen, die Dokumente in Papierform archivieren (n=112)

Neben der schnellen Auffindbarkeit der Dokumente (90 %) sind vor allem die Umweltfreundlichkeit (98 %), die Einbettung in vorhandene IT-Strukturen (96 %) und die Platzerparnis (71 %), welche als Vorteile (Abb. 14) für ein digitales Archiv benannt werden. Während sich alle Werte unabhängig von der Unternehmensgröße auf nahezu demselben Niveau befinden, gibt es lediglich bei der Platzerparnis eine größere Diskrepanz. Für die Mittelständler (73 %) ist dies wesentlich relevanter als bei den Großunternehmen (60 %). Hier machen sich dann auch die deutlichen Zeit- und Kosteneinsparpotenziale bemerkbar, die sich vornehmlich in geringeren Raummieten, Betriebskosten und/oder Dienstleistungsaufwänden äußern. Umso erstaunlicher bleibt es, dass sich viele Unternehmen zwei Archivformen leisten (Abb. 7).

ABB. 14 – INWIEWEIT STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU DEN VORTEILEN DER DIGITALEN ARCHIVIERUNG IN BEZUG AUF IHR UNTERNEHMEN ZU?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen, die Dokumente digital archivieren (n=193) | rundungsbedingt ergeben die Summen nicht zwingend 100 %

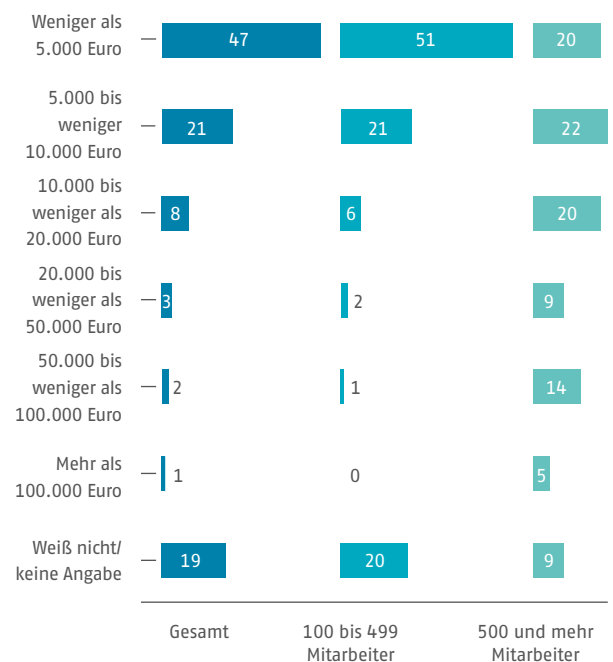
Verarbeitung der Ausgangspost

Bleibt schließlich der Bereich der Ausgangspost. In Deutschland sind derzeit keine belastbaren Daten zu Zeit und Kosten vorhanden, die Unternehmen für ihr Postausgangsmanagement aufwenden. Allerdings kann im Hinblick auf die Kosten eine erste grobe Einschätzung vorgenommen werden. So beziffert die Bundesnetzagentur die durchschnittlichen Herstellungskosten eines selbst produzierten und zum Versand gegebenen Briefes im Jahr 2010 zwischen 1,20 Euro und 3,49 Euro.³⁶ Vor dem Hintergrund des durchschnittlichen Bruttostundenlohns in Deutschland 2014 von 16,97 Euro bietet eine intelligent eingeführte Optimierung des Postausgangsprozesses also auch hierzulande ein großes Kosteneinsparungspotenzial.³⁷

Neben diesen reinen Herstellungskosten fallen bei den Unternehmen auch nicht unerhebliche Portokosten beim Versand der Ausgangspost an (Abb. 15).

ABB. 15 – WIE HOCH SCHÄTZEN SIE DIE JÄHRLICHEN PORTOKOSTEN IHRES UNTERNEHMENS?

in %



Basis: Alle befragten Unternehmen (n=305) | Mehrfachnennungen möglich

36) <https://cdn3.scrvt.com/0b415e9fe7995370c62ceab2d1317f1c/db1d3246eb438894f29dedd229643/Sonderheft--der-FP-Gruppe---Trends-in-der-Postbearbeitung.pdf>, S. 4.

37) https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/VerdiensteArbeitskosten/VerdiensteBerufe/VerdienststrukturhebungHeft1_2162001149004.pdf?__blob=publicationFile, S. 17

47% schätzen ihre Portokosten auf weniger als 5.000 Euro ein. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Unternehmen ihre einfachen Briefe in Deutschland im Jahr 2015 mit 62 Cent pro Brief und im Jahr 2014 mit 60 Cent frankiert haben. Auffällig ist der Unterschied im Hinblick auf die Unternehmensgröße. 51% der mittelständischen Unternehmen benötigen nach eigener Aussage jährlich weniger als 5.000 Euro für Freiwertzeichen. Der genannte Betrag 5.000 Euro wirft aber Zweifel auf und zeigt, wie schwer sich die Unternehmen damit tun, ihre Portokosten einzuschätzen. Denn ein Betrag von 5.000 Euro würde auf angesetzte 260 Arbeitstage verteilt gerade einmal 27 Briefe pro Tag bedeuten. Die rein monetären Kosten dürften tatsächlich aber höher liegen. Spitzenreiter bei den Kosten für Briefe sind wieder die großen Unternehmen: Eine Summe von über 100.000 Euro an jährlichen Portokosten bringen nur sie auf (5%).

Während die Digitalisierung von eingehender Post und auch von Archiven naheliegt, tun sich im Bereich der ausgehenden Post verschiedene Fragestellungen auf. Drei Beispiele:

1. Viele Empfänger können oder wollen ihre Rechnungen, Aufträge oder Angebote nicht digital erhalten.
2. Bei einer Reihe von Dokumenten ist der digitale Versand rechtlich nicht möglich.
3. Dokumente sind so strukturiert, dass sie nicht digital versandt werden können.

Hier bietet sich eine Reihe von Optimierungsmöglichkeiten, die in einer intelligenten Kombination den gewünschten Optimierungseffekt erzeugen können. So lassen sich große Rechnungsläufe bequem auslagern. Das heißt, die digitalen Daten werden vom Unternehmen an den Dienstleister versandt, der die Daten zu klassischen Briefen verarbeitet und an den Zusteller portooptimiert weitergibt. Geschäftspost, die nach wie vor im Unternehmen selbst entsteht, kann abgeholt und ebenfalls portooptimiert an den Zusteller weiter geleitet werden.

Die These, wonach sich die Unternehmen nicht den Möglichkeiten und Kosten über eine intelligente Optimierung von Kommunikations- und Dokumentenprozesse vollumfänglich bewusst sind, bestätigt sich. Zwar ist ein Großteil der Unternehmen mit dem eigenen Dokumentenmanagementsystem zufrieden, doch wissen sie zugleich, dass es Optimierungspotenzial gibt. Dies trifft auf alle Bereiche des Dokumentenmanagementprozesses zu – sowohl bei der Posteingangs- und Postausgangsverarbeitung wie auch bei der Archivierung. Die Tatsache, dass die Unternehmen beispielsweise ihre Eingangspost digitalisieren, bedeutet nicht, dass sie dies effizient tun. Bei der Archivierung spart der Großteil der Unternehmen zwar Zeit ein, doch könnte die Effizienz insgesamt höher ausfallen, wenn Unternehmen

sich nicht weiter große Papierarchive leisten und den gesamten Prozess vereinheitlichen würden.

Fazit: Die deutschen Unternehmen wenden täglich mehrere Stunden für das Einscannen der Eingangspost und für die Postverarbeitung insgesamt auf. Mit der Inanspruchnahme eines externen Dienstleisters ließe sich diese Zeit einsparen. Auch bei der Ausgangspostverarbeitung könnten Unternehmen Porto sparen, wenn Hybrid-Post oder die im Preis günstigeren Verfahren wie De-Mail stärker genutzt würden. In Sachen Archivierung verzeichnet der Großteil der Unternehmen schon Effizienzgewinne mit einem digitalen Archiv in Form von Zeitersparnissen im Gegensatz zu einem traditionellen Archiv. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen zieht hier deshalb auch ein positives Fazit. Angesichts der bereits mehrfach erwähnten Wissenslücke in puncto Vereinheitlichung ist hier aber noch mehr Potenzial für Effizienzgewinne zu vermuten. Gleichzeitig kommt bei über 50% der Unternehmen, die nicht digitalisieren, ein digitales Archiv in Frage. Betrachtet man hierzu die Pro-Argumente der digital archivierenden Unternehmen, so ist es offensichtlich, dass diese 50% eine effizientere Form der Aufbewahrung implementieren könnten.

GESAMTBETRACHTUNG

Die digitale Kommunikation hält Einzug in die deutsche Wirtschaft. Gleichwohl zeigt der FP-Effizienzreport Unternehmen das Potenzial für eine Optimierung und effizientere Gestaltung ihrer Kommunikationsprozesse auf. Sowohl bei der Auswahl der Kommunikationskanäle wie auch beim Dokumentenmanagement besteht bei vielen Firmen Handlungsbedarf, wenn sie Effizienzgewinne im täglichen Büroablauf erzielen und mehr Potenzial ausschöpfen wollen.

Unter allen befragten Teilnehmern der Studie gehören E-Mail, Brief und Fax zu den am meisten verwendeten Kommunikationskanälen. Vor dem Hintergrund wachsender Anforderungen in der geschäftlichen Korrespondenz, aber auch der Anforderungen von Kunden und Bürgern an eine sichere und schnelle Kommunikation ist nicht gewährt, wie lange diese Medien die Ansprüche noch erfüllen. Aus dem FP-Effizienzreport geht ebenfalls hervor, dass es in den Unternehmen noch Spielräume für ein verbessertes Dokumentenmanagement gibt. Zwar beurteilt die überwiegende Mehrheit sich selbst als gut aufgestellt. Jedoch erkennt sie, welche Prozesse zu optimieren sind, um effizienter arbeiten zu können. Das trifft vor allem auf die Verarbeitung der Ein- und Ausgangspost, den Scanprozess der Eingangspost und die Archivierung der Geschäftspost zu. Bei der Archivierung gibt es in zweierlei Hinsicht Verbesserungsmöglichkeiten. Einerseits archiviert mehr als ein Drittel aller Befragten Dokumente mit langjähriger Aufbewahrungspflicht

ausschließlich in Papierform. Dabei ist die digitale Variante platz-, kosten- und zeitsparender sowie umweltschonender. Andererseits offenbaren auch Firmen mit einem Digitalarchiv Verbesserungspotenzial, da relevantes Wissen nicht vorhanden ist. In der Gesamtbetrachtung stellt der FP-Effizienzreport fest, dass Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern bei der Digitalisierung ihrer Kommunikation und dem Dokumentenmanagement weiter fortgeschritten sind als Mittelständler. Ob bei der Nutzung von digitalen Signaturen, beim Digitalisieren der Eingangspost oder bei der digitalen Archivierung – die Großunternehmen haben ihre Prozesse schon verstärkt digitalisiert ausgerichtet. Hingegen herrscht bei den mittelständischen Unternehmen noch Nachholbedarf.

Der FP-Effizienzreport kommt zu dem Ergebnis, dass – unabhängig von der Mitarbeiteranzahl – in deutschen Unternehmen ein großes Potenzial bei der Digitalisierung im Kommunikations- und Dokumentenbereich vorhanden ist. Dieses Potenzial gilt es für eine effizientere und damit ökonomischere Arbeitsweise zu nutzen, auszubauen und weiterzuentwickeln – ganz im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Unternehmen, aber auch der deutschen Wirtschaft als Ganzes.



IMPRESSUM

REDAKTION UND KONTAKT

Francotyp-Postalia Holding AG
Corporate Communications
Prenzlauer Promenade 28
13089 Berlin
Deutschland

Telefon: +49 (0)30 220 660 410
Telefax: +49 (0)30 220 660 425
E-Mail: ir@francotyp.com
Internet: www.fp-francotyp.com

DESIGN UND SATZ

IR-ONE AG & Co., Hamburg
www.ir-one.de

FOTOS

Daniel Möller, Hannover
www.fotodanielmoeller.de

