

Das Nächste, bitte!

Früher gehörten Anstehen und Warten zum Alltag. Heute sind die Warteschlangen vom Aussterben bedroht. Moderne Software, vernetzte Bürger und effiziente Organisationsstrukturen verändern unsere Service-Ökonomie. Eine Warteschlange bedeutet heute: Da läuft etwas schief.

Text _ Andreas Klug

Drei Kugeln Eis vom besten Italiener der Stadt, Karten für das Rolling-Stones-Konzert oder das neue Smartphone: Es wird immer Situationen geben, für

mit der Verschlinkung ihrer Abläufe begonnen und planen mehr digitalen Bürgerservice. Selbst die Telefon-Warteschlange – im Volksmund auch »Warte-

schöpfungskette – von der Produkt-Entwicklung bis zur Verwendung durch den Endverbraucher – in vernetzten Ökosystemen statt. In diesen Ökosystemen werden konstant Informationen ausgetauscht: Wo befinden sich Objekte? Welchen Zustand haben sie? Wann werden sie geliefert oder abgeholt? Wann müssen sie bezahlt werden? Diese Ökosysteme brechen bislang geschlossene Organisations-Inseln auf und machen sie zum Teil einer vernetzten Wertschöpfung. Routinevorgänge regeln sich weitestgehend autark, weil Medienbrüche und der Wechsel zwischen den Systemgrenzen entfallen. Das

»PERSÖNLICHE BETREUUNG UND AUTOMATISIERTE ABWICKLUNG SIND IN DEN SERVICE-ÖKOSystemEN DER ZUKUNFT KEIN WIDERSPRUCH.«

die wir gern in einer Warteschlange stehen. Um Banalitäten mit Behörden und Unternehmen zu erledigen, stellt sich allerdings niemand gerne an. Auch wenn viele an unsere Geduld und Entschleunigung appellieren: Warteschlangen kann keiner ernsthaft mögen.

schleife« genannt – wird bei einigen Unternehmen mittlerweile durch Rückruf-Services ersetzt.

In den digitalen Geschäftsmodellen der Zukunft findet die gesamte Wert-

Warteschlangen sind von gestern

Es ist ja beinahe schon absurd: wir stellen uns beim Einwohnermeldeamt an oder warten auf der Versicherungshotline bis wir an der Reihe sind. Letztlich tippt dann eine Servicekraft unser Anliegen in den Computer. Hätten wir das nicht gleich selbst erledigen können? Ich nenne das einen »Medienbruch«. Und Medienbrüche wird es in den vernetzten Service-Ökosystemen der Zukunft kaum mehr geben. Aber dazu später mehr.

Zum Glück treffen wir schon heute immer seltener auf Warteschlangen. Denn viele von ihnen wurden durch Selbstbedienung und den Einsatz neuer Technologien vertrieben. Für Pakete gibt es Stationen, für Schuhe und Tickets das Internet. In die Bankfiliale müssen wir nicht mehr. Geld kommt aus dem Automaten und den Finanzstatus liefert unser Smartphone. Erste Behörden haben



Schlange stehen war gestern: In der digitalen Service-Ökonomie sollte jeder dann beraten und bedient werden, wenn er es möchte.

gilt gleichermaßen für die beteiligten Organisationen wie für uns als Konsumenten.

Wenn wir als Konsumenten also ein Produkt oder eine Dienstleistung kaufen, dann erinnern unsere Finanz-Apps uns automatisch an Zahlungstermine. Der Liefertermin landet automatisch in unseren Kalendern. Retouren oder Garantiefälle starten wir automatisch durch das abfotografieren des Sendungscodes. Push-Mitteilungen aus dem Service-Ökosystem halten uns jederzeit informiert und erlernen unser Kommunikationsverhalten.

Und wenn wir als Unternehmen in Kommunikation mit Konsumenten treten, so löst der Dialog im Hintergrund automatisch Routine-Vorgänge aus – in Warenwirtschaft, Buchhaltung und CRM. Da wir unseren Kunden über jede relevante Bewegung innerhalb des Ökosystems proaktiv informieren, werden Rückfragen nur in Ausnahmefällen entstehen. Unternehmen können zum richtigen Zeitpunkt, über den richtigen Kanal mit dem richtigen Angebot den individuellen Konsumbedarf optimal befriedigen.

Um in diesen Formen von zukünftigen Wertschöpfungsketten mitwirken zu können, müssen Unternehmen und Konsumenten Teil dieser Vernetzung werden. Denn nur innerhalb dieser Ökosysteme ist es möglich, die angebotenen Produkte, Dienstleistungen, Kommunikation und Anreize eines Unternehmens in den richtigen, individuellen Kontext zum Wertesystem des Konsumenten zu setzen.

Die Trendforscher Nicole Ambacher, Sven Gábor Jánosky und Daniel Knapp raten daher dazu, in IT-Systeme zu investieren, die ein vernetztes Zusammenspiel von Inhalten, Geräten und Ressourcen ermöglichen: Plattformen für Serviceprozesse auf Basis smarter Analysesysteme und mobile Anwendungen, die den Kunden in Echtzeit mit relevanten Statusinformationen versorgen und Zusammenhänge erkennen. Mit diesen IT-Systemen können Organisationen Inhalte und Abläufe vernetzen und im richtigen Moment die richtigen Aktivitäten anstoßen. Das ist in Zeiten von Content Analytics und Künstlicher Intelligenz (KI) technologisch längst kein Thema mehr. »Unternehmen müs-

und der erheblichen Auswirkungen auf den Aufbau und die Abläufe einer Organisation, muss die digitale Transformation Chefsache sein. Sie erfordert bereits von Anfang an das Engagement des Vorstands beziehungsweise der Geschäftsleitung.

→ **Ein einheitlicher Datenbestand.** Alle Kanäle müssen auf einen einheitlichen Datenbestand zurückgreifen.

→ **Veränderungsbereitschaft.** Die digitale Transformation verlangt ein hohes Maß an Veränderungsbereitschaft. Unternehmen müssen ihre gesamte Organisation auf die ausrichten, die ihren Erfolg maßgeblich bestimmen. Ohne eine ganzheitliche Strategie laufen sie Gefahr, die nachhaltigen Effekte im digitalen Wandel nicht zu realisieren.

AUTOR

Andreas Klug

ist Marketing-Vorstand beim Software-Spezialisten ITyX.

Sein Whitepaper »Erfolgreich im Digitalen Wandel« ist kostenfrei ladbar unter

→ www.ityx.de/whitepaper-download/



sen in smarte Prognostik und selbstlernende Systeme investieren« empfehlen die Trendforscher.

Konsumenten sind längst weiter

Dass Konsumenten den Unternehmen in punkto Digitalisierung vorausgeilt sind, ist kein Geheimnis. Zahlungs-App, Vertrags-App, Vergleichs-App: es entwickeln sich Dienste, die die Abwicklung von Service-Prozessen in Banking, Energieversorgung, Telekommunikation oder Einzelhandel verändern. Sie nutzen die Fähigkeiten moderner Smartphones zum Scannen von Dokumenten und Belegen. Sie denken für den Konsumenten mit und vereinfachen dessen Entscheidung und die Abwicklung von alltäglichen Service-Angelegenheiten.

Anbieter wie fileee bieten kostenfreie Assistenz-Apps gegen den »lästigen Papierkram« an. Briefpost und digitale Dokumente werden mit dem Dienst automatisch gescannt und erfasst. Sie erinnern an Termine und Fristen und bieten den Nutzern Vereinfachungen in der Kommunikation mit Unternehmen. Aus Rechnungen, Belegen und Formularen heraus lassen sich bald kontextuelle Menüs aufrufen. Das Verfahren ist interessant. Denn es macht Warteschlangen tatsächlich überflüssig. Wenn Bürger-Smartphone und Behörden-Software mitdenken, werden Routine-Vorgänge künftig automatisch erledigt. Da bleibt mehr Zeit für die herausfordernden Einzelfälle und Ausreißer des Ökosystems – oder mehr Zeit für ein Eis vom besten Italiener.

redaktion@acquisa.de

•]

→ INFO TIPPS FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION

Wegen der Digitalisierung muss die gesamte Wertschöpfungskette neu ausgerichtet werden. Der E-Business-Spezialist Arithnea nennt die fünf wesentlichen Aspekte, die es dabei zu beachten gilt.

→ **Ein ganzheitlicher Ansatz.** Viele Unternehmen betrachten lediglich einzelne Facetten, die digitale Transformation umfasst aber die gesamte Wertschöpfungskette.

→ **Integration von Online- und Offline-Kanälen.** Online- und Offline-Kanäle müssen in einem integrierten Gesamtsystem verknüpft werden. Kunden können zum Beispiel online kaufen und in der Filiale umtauschen.

→ **Die digitale Transformation ist Chefsache.** Angesichts der großen Bedeutung