

Marktstudie – Entwicklung im Bereich E-Mail-Management

Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven im Markt
für Systemlösungen im Bereich E-Mail-Management

Bernhard Bachinger
Maximilian Gantner
Guido Schmitz
Christoph Tylla
Victoria Winkler

© **PENTADOC AG, Frankfurt/Main** im November 2009

© Diese Studie ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

Der Nachdruck, auch auszugsweise, und die Wiedergabe als Ganzes oder in Auszügen unter Verwendung elektronischer Systeme ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Autors gestattet.

Bei der Verwendung von Zitaten und Abbildungen sind diese mit Quellenangaben zu versehen.

Gestaltung: ippolito fleitz group, Stuttgart

**MARKTSTUDIE –
ENTWICKLUNG IM BEREICH E-MAIL-MANAGEMENT**

Stichprobengrößen	303 Unternehmen
Erhebungsgebiet	Deutschland, Österreich, Schweiz
Erhebungszeitraum	Mitte Juni bis Juli 2009
Durchführung der Befragungen	Online-Umfrage
Projektleitung/Dokumentation	Christoph Tylla, Analyst
Kontakt	<p>PENTADOC AG Kastor & Pollux Platz der Einheit 1 60327 Frankfurt am Main Deutschland Tel +49 (0) 69 975 03 482 Fax +49 (0) 69 975 03 200 E-Mail info@pentadoc.com Web www.pentadoc.com/shop</p> <p>BARC GmbH Maximilian Gantner Steinbachtal 2b 97082 Würzburg Deutschland Tel +49 (0) 931 880 65 10 Fax +49 (0) 931 880 65 128 E-Mail info@barc.de Web www.barc.de</p>

INHALT

1.	E-Mail-Management – Die Hintergründe	7
2.	Zielsetzung der Studie.....	10
3.	Methodik.....	11
4.	Befragungsergebnisse der Befragung von Unternehmen zum E-Mail-Einsatz.....	12
4.1.	Fragen an Unternehmen, die ein System zum E-Mail-Management einsetzen.....	13
4.2.	Fragen an Unternehmen, die den Einsatz eines Systems zum E-Mail-Management planen.....	23
5.	Befragungsergebnisse der Hersteller von E-Mail-Management Systemen	32
5.1.	Fragen zur Technologie.....	32
5.2.	Fragen zur Marktentwicklung	40
6.	Zusammenhänge	46
7.	Statistische Daten.....	57
8.	Kommunikation 2015 – oder: Die Zukunft der E-Mail	58
9.	Fazit der Autoren	61

VORWORT

E-Mails sind zum dominanten Kommunikationsmedium in und zwischen Unternehmen geworden. Nachrichten und Aufgaben können damit ganz einfach ausgetauscht werden. Die Verwaltung und nachhaltige Nutzung von E-Mails stellt aber viele Mitarbeiter angesichts ihrer enormen Zahl vor große Probleme. E-Mail-Management-Systeme können helfen, diese Aufgaben zu strukturieren und damit Effizienz und Effektivität der Unternehmen zu steigern. Doch entscheidend für den erfolgreichen Einsatz einer Lösung ist eine klare Strategie.

Die reine Archivierung von elektronischen Nachrichten ist nur ein Teilbereich des E-Mail-Managements. Unternehmen müssen sich über den Wert der in ihren E-Mails enthaltenen Informationen bewusst werden und einen ganzheitlichen Ansatz für den Umgang mit elektronischen Nachrichten entwickeln. Das Medium E-Mail ist ein wichtiges Informationsinstrument, das in die relevanten Geschäftsprozesse integriert werden muss. Dabei kommt es insbesondere darauf an, dass die eingesetzten Systeme den Anwender in seiner Arbeit unterstützen und eine schnellere Abwicklung, Ablage und Recherche im Rahmen seiner Geschäftsprozesse möglich machen. Das bedeutet, dass wiederkehrende Tätigkeiten automatisiert und Suchzeiten nach bestimmten Informationen durch bessere Recherchemöglichkeiten verringert werden sollten. Für die wirklich wertschöpfende Tätigkeit verbleibt dadurch mehr Zeit.

Die vorliegende Studie belegt, dass das Thema E-Mail-Management bisher nur teilweise in der Praxis angekommen ist. Ein Großteil der Unternehmen ist sich zwar bewusst, dass etwas getan werden sollte, jedoch zeigen die Ergebnisse, dass ein ganzheitliches Konzept bisher nur in wenigen Unternehmen umgesetzt wird.

Entscheidend für den unternehmerischen Erfolg ist die Schaffung einer einheitlichen Wissensbasis, die es ermöglicht, unterschiedliche Informationen zusammenzuführen. E-Mails sind ein immer wichtiger werdender Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Damit wird es möglich, die früher strikte Trennung zwischen der maschinellen Verarbeitung formatierter Daten und der händischen Bearbeitung von formatfreien Informationen zu überwinden und sie in ein ganzheitliches Informationsmanagement mit einzubeziehen. Nur wenn eine unternehmensweite, integrationsorientierte Betrachtung erfolgt, kann E-Mail-Management sein volles Potenzial entfalten und die einzelnen Anwender sowie das ganze Unternehmen spürbar entlasten.



Prof. Dr. Rainer Thome
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik
Universität Würzburg

Würzburg, Oktober 2009

EINLEITUNG

1971 versendete Ray Tomlinson, ein Forscher des „Department of Defense“, die erste E-Mail im ARPANET – dem Vorgänger des Internet. Heute nutzen circa 1,4 Milliarden Personen das „world wide web“ und nahezu jeder Nutzer besitzt mindestens einen E-Mail-Account. Das E-Mail-Aufkommen ist inzwischen so unüberschaubar, dass sich dazu sehr unterschiedliche Zahlen finden. Laut einer internationalen Studie der IDC – International Data Corporation – wurden bereits 2007 täglich 97 Milliarden E-Mails versandt, wobei 40 Milliarden Spam-Mails waren. Eine aktuelle deutsche Studie von BearingPoint hingegen, die auf 500 inländischen Unternehmen basiert, erwähnt Schätzungen von 35 Milliarden E-Mails täglich.

Dieses immense Informations-Volumen von geschätzten 5 Milliarden Gigabyte versandten Geschäftsdaten jährlich, führt gerade im betrieblichen Umfeld zu immensen Problemen. So sind technische Konsequenzen, z. B. steigende Anforderungen an die IT und die Internetverbindung, der Auslöser für hohe Kosten. Viel schwerwiegender sind allerdings die entstehenden organisatorischen Probleme. Oft sind die Mitarbeiter mit der Menge an Information und der Anzahl an gleichzeitigen Anfragen überfordert. Das führt zu Fehlern im Umgang mit Kunden, Kollegen und Daten. Anfragen per E-Mail werden übersehen oder viel zu lange aufgeschoben, geheime Daten gelangen an die Öffentlichkeit oder E-Mails werden über einen Verteiler an gänzlich unbeteiligte Personen versendet – um nur einige Beispiele zu nennen. In manchen Fällen machen sich die Unternehmen sogar strafbar. Selbst im Weißen Haus gingen über fünf Millionen archivierungspflichtige E-Mails aus dem Zeitraum März 2003 bis Oktober 2005 verloren.

Viele der oben genannten Probleme sind heutzutage bekannt und dennoch erweckt es den Eindruck, als würden die Chancen aber auch Risiken des Mediums E-Mail von vielen Unternehmen noch nicht ausreichend wahrgenommen.

1. E-MAIL-MANAGEMENT – DIE HINTERGRÜNDE

Über kaum ein Thema wird aktuell so viel diskutiert wie über E-Mail-Archivierung beziehungsweise E-Mail-Management. Jedes Unternehmen leidet bei der Bearbeitung, Ablage und Suche der großen Menge an elektronischen Nachrichten, die jeden Tag von den Geschäftspartnern eingehen und intern produziert werden. Viele Anwender fühlen sich außerdem der täglichen Belastung durch E-Mails nicht mehr gewachsen. Dies hat zur Folge, dass E-Mails teilweise sehr lange Liegezeiten in den einzelnen Postfächern haben oder vollständig verloren gehen. Abhilfe schafft hier eine unternehmensweite Strategie zur Verwaltung und Archivierung der elektronischen Nachrichten. Häufig mangelt es jedoch an einer unternehmensweiten Sichtweise und Strategie.

Systeme für E-Mail-Management bieten die Möglichkeit, effizient und gesetzeskonform mit E-Mails umzugehen. Die Verwaltung der elektronischen Post kann deutlich erleichtert werden. Es muss jedoch klar unterschieden werden, ob ein System nur zur Archivierung von E-Mails eingesetzt wird, oder ob eine Verbindung zu Geschäftsprozessen und anderen Dokumenten vorgenommen wird. Letzteres bietet Unternehmen die Möglichkeit, E-Mails in eine zentrale Informationsplattform mit einzubeziehen.

E-Mail als Teil des Informationsmanagements

Werden E-Mails nicht isoliert betrachtet, erfolgt der Schritt von der Archivierung zum Informationsmanagement. E-Mails werden in die betriebliche Wissensbasis überführt und mit anderen Inhalten in Beziehung gesetzt. Außerdem nimmt der Prozesscharakter zu, indem beispielsweise für eine eingehende E-Mail automatisch nach der inhaltlichen Klassifikation die für die Bearbeitung oder Ablage definierte Abarbeitungsfolge, angestoßen wird.

Deswegen ist es erforderlich, dass ein Konzept für E-Mail-Management in Verbindung mit anderen Lösungen für Informationsmanagement verbunden wird. Systeme für Enterprise Content Management (ECM) bieten die Möglichkeit, eine zentrale Ablage und Verwaltung von Informationen zu ermöglichen. Die Erfassung, Erstellung, Bearbeitung und Ablage von Dokumenten stellen dabei nur einige wichtige Aspekte dar. Daneben bieten ECM-Systeme eine große Anzahl an weiteren Funktionen an, die den Informationsfluss innerhalb von Unternehmen koordinieren.

Im Hinblick auf das Thema E-Mail-Management ist es wichtig, dass eine Zuordnung von E-Mails zu anderen Geschäftsdokumenten erfolgen kann. Das bedeutet, dass beispielsweise eine E-Mail einem bestimmten Kundenprojekt zugeordnet wird, damit alle Projektmitarbeiter über diese Informationen verfügen können. Die Ablage kann dann innerhalb der digitalen Projektakte erfolgen. Wichtig ist, dass genau dieser Zusammenhang hergestellt werden kann, denn nur dadurch lassen sich die Informationen effizient nutzen und folglich auch recherchieren. Hinzu kommt die Einbindung von E-Mails in Geschäftsprozesse. Das bedeutet, dass eine E-Mail sowohl als Bestandteil eines Prozesses als Informationslieferant eingebunden werden kann, als auch der Prozess selbst durch E Mails angestoßen werden kann.

Durch die enge Verbindung von E-Mails mit anderen Dokumentenquellen und den Geschäftsprozessen versuchen insbesondere die Hersteller von Systemen für Enterprise Content Management beziehungsweise Dokumentenmanagement sich in diesem Segment zu positionieren. Die Module für E-Mail-Management werden dabei zumeist als Bestandteil der eigenen ECM-Plattform angeboten, vereinzelt werden die entsprechenden Komponenten aber auch zu eigenständigen Lösungen ausgebaut.

E-Mail-Archivierung

Die Archivierung von E-Mails ist notwendig, um Speicherproblemen zu entgehen und rechtliche sowie unternehmensinterne Vorgaben zu erfüllen. Posteingangsfächer der E-Mail-Server geraten relativ schnell an ihre Grenzen, vor allem wenn den E-Mails Dateianhänge beigefügt werden. Da E-Mails neben der reinen Kommunikation auch als Transportmedium für Dateien verwendet werden, sind volle Mailboxen in vielen Unternehmen immer häufiger der Fall. Die Archivierung von E-Mail-Daten kann diese Probleme lösen, da sämtliche Daten aus dem E-Mail-System in die Archive übertragen werden. Doch auch hier muss sichergestellt werden, dass dies auf einem sicheren Weg und ohne Datenverlust erfolgt.

Serverseitige und Clientseitige Archivierung

In Bezug auf die Strategie der Archivierung sind zwei grundlegende Ansätze zu unterscheiden. Eine Variante ist die serverseitige Archivierung. Verfolgt man diesen Ansatz, werden im Allgemeinen alle E-Mails direkt nach ihrem Eingang auf dem E-Mail-Server in das Archivsystem übertragen. Gleiches gilt für ausgehende E-Mails. Es kann damit sichergestellt werden, dass alle Nachrichten manipulationsfrei in das Archivsystem übertragen werden. Das Archivsystem selbst muss über Sicherheitseinrichtungen verfügen, um auch späteren Manipulationen entgegenzuwirken.

Weiterhin können bei der serverseitigen Archivierung regelbasierte Konzepte zum Einsatz kommen, die E-Mails entsprechend der definierten Regeln analysieren und archivieren. Über derartige Regeln sind vielfältige und individuelle Szenarien realisierbar. Üblicherweise werden bei der serverseitigen Archivierung die E-Mails aus dem produktiven E-Mail-System entfernt. Der Zugriff des Anwenders erfolgt nicht mehr über das E-Mail-System, sondern – meistens über eine Referenz – direkt auf das Archiv. Ebenfalls wird die Recherche direkt über das Archiv abgewickelt. Dies führt zu einer Entlastung der E-Mail-Server.

Die zweite Variante ist die clientseitige Archivierung. Hier steuert der Anwender selbst, welche E-Mails archiviert werden und welche nicht. Er benutzt dabei meistens Eigenschaften, die er den E-Mails zuordnet oder er verschiebt sie in bestimmte, zur Archivierung vorgesehene, Ordner. Die clientseitige Archivierung bietet dem Anwender zwar ein hohes Maß an Flexibilität, jedoch ist die Gefahr gegeben, wichtige E-Mails versehentlich nicht zu archivieren. Für welche Archivierungsstrategie sich Unternehmen entscheiden, hängt von ihrer individuellen Präferenz ab. Wird der Einhaltung von Compliance-Anforderungen und einer damit einhergehenden rechtssicheren Archivierung, ein hoher Wert zugerechnet, dann ist die serverseitige Variante zu empfehlen.

Umgang mit E-Mails

Die Verwaltung und Nutzung von E-Mails ist kein rein technisches Problem. Entscheidend ist die Definition klarer Richtlinien und Rahmenbedingungen, welche die verschiedenen Facetten des Umgangs mit E-Mails umfassen. Dies beginnt schon beim Schreiben: ein klarer Betreff sowie eine durchgeführte Rechtschreibprüfung sind Grundvoraussetzung, damit der Adressat erkennen kann, was ihm der Absender überhaupt mitteilen will. Sowohl Romane als auch Telegramme sollten vermieden werden, die relevanten Inhalte sind knapp und präzise zu beschreiben. Bei Anhängen ist zu prüfen, ob man statt Kopien auch Referenzen versenden kann, um damit die Postfächer zu entlasten und gleichzeitig die Arbeit mit zentral verwalteten (und gepflegten) Informationen zu fördern.

Zudem ist zu definieren, wann und wie E-Mails eingesetzt werden sollen. Eine Nachricht sollte immer genau einem Geschäftsvorfall zugeordnet werden können, „Sammelbriefe“ sind zu vermeiden. Auch bei Nutzung der Funktion

„Antworten“ sollte nicht das Thema gewechselt werden – gibt es eine neue Aufgabe, ist eine neue E-Mail zu schreiben. Dies erleichtert nicht nur dem Leser das Verständnis der Inhalte, sondern ermöglicht auch eine schnelle und einfache Ablage der Informationen.

Entscheidend ist, dass Mitarbeitern eine Handlungsanweisung zur Verfügung gestellt wird, die klar regelt, wie mit E-Mails umzugehen ist und wie diese einzusetzen sind. Dies ist ein entscheidender Baustein eines E-Mail-Management-Konzepts, insbesondere unter Berücksichtigung rechtlicher und organisatorischer Vorschriften.

Informationen nutzen statt in ihnen ersticken

Zusammenfassend kann gesagt werden: Wenn Systeme für E-Mail-Management in Unternehmen voll in die bestehende IT-Infrastruktur eingegliedert werden, können Mitarbeiter durch erheblich bessere Arbeitsbedingungen produktiver und motivierter arbeiten. Ferner haben die Unternehmen mehr Möglichkeiten, Schwachstellen zu identifizieren und Ressourcen effizienter zu nutzen. Eine unternehmensweite Strategie für E-Mail-Management ermöglicht die Verbindung von Informationen in E-Mails mit anderen geschäftsrelevanten Informationen und steigert somit die Qualität und folglich auch die Wettbewerbsfähigkeit moderner Unternehmen.

2. ZIELSETZUNG DER STUDIE

Ziel der Studie ist es, den Status Quo und die Entwicklungen im Bereich von E-Mail-Management Systemen zu analysieren und bewertet darzustellen. Es soll aufgezeigt werden, wie Unternehmen aktuell mit dem Medium E-Mail umgehen und welche Erwartungen, Chancen und auch Risiken diesem Medium zugeordnet werden. Zudem sollen Erkenntnisse aus der Befragung von Systemherstellern der Branche eine Einschätzung liefern, wie sich der Lösungsmarkt in den kommenden Jahren entwickeln wird und was aus Herstellersicht die größten Herausforderungen sind.

Ein Studienkapitel beschäftigt sich mit der Befragung von Anwenderunternehmen zum Einsatz von E-Mail-Management Systemen. Hierbei soll ermittelt werden, wie der Einsatz von bisher eingesetzten Systemen erfolgt ist und was die Zielsetzungen für zukünftige Einführungen sind. Ein weiteres Kapitel beschäftigt sich mit der Befragung von Systemherstellern. Abschließend werden im dritten Studienkapitel interessante Zusammenhänge unterschiedlicher Umfrageergebnisse dargestellt und mögliche Rückschlüsse hieraus erläutert.

In der gesamten Studie enthalten die Umfrageergebnisse auch entsprechende Analystenkommentare. Es handelt sich hierbei um Expertenmeinungen, die aus langjährigen Projekterfahrungen und Marktbeobachtungen im Bereich E-Mail-Management resultieren.

3. METHODIK

In der vorliegenden Studie werden die Ergebnisse einer primären Marktforschung analysiert. Hierzu wurden im Zeitraum von Mitte Juni bis Mitte Juli zwei Online-Befragungen von insgesamt 542 Unternehmen durchgeführt. Antworten, die hierbei aufgrund von Unvollständigkeit, Unschlüssigkeit oder einer nicht zutreffenden Zielgruppe keine vernünftige Auswertung zuließen, wurden nicht berücksichtigt. Bei der Auswertung standen nach einer Datenbereinigung 303 auswertbare Datensätze zum E-Mail-Management Einsatz sowie 20 der Hersteller von E-Mail-Management Systemen zur Verfügung.

4. BEFRAGUNGSERGEBNISSE DER BEFRAGUNG VON UNTERNEHMEN ZUM E-MAIL-EINSATZ

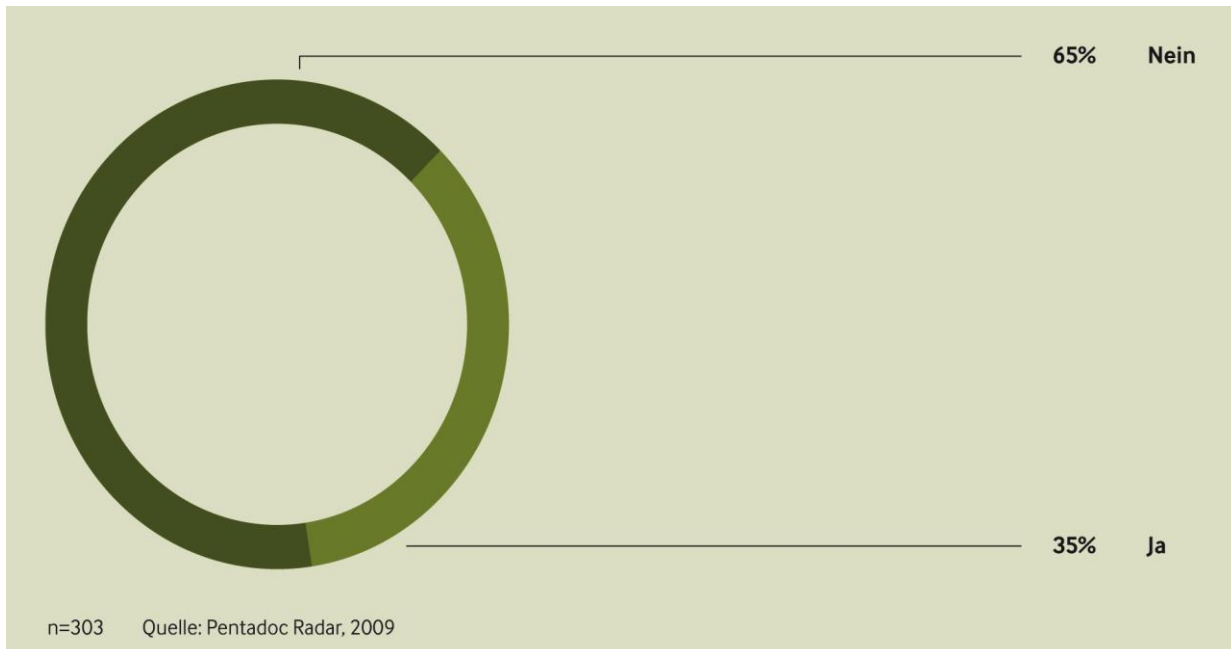


Abbildung 1: Setzen Sie in Ihrem Unternehmen eine Lösung zum E-Mail-Management ein?

Einschätzungen der Autoren

Das Ergebnis zeigt, dass das Thema zwar viel diskutiert, tatsächlich doch aber immer noch weitaus seltener umgesetzt wird, als es eigentlich zu erwarten wäre. Insbesondere die steigenden gesetzlichen Anforderungen an die E-Mail-Verwaltung und -Archivierung sollten eigentlich jedes handelnde Unternehmen zur Verwendung von E-Mail-Management Lösungen motivieren. Doch die Realität sieht offensichtlich noch anders aus: Deutschsprachige Unternehmen haben die Notwendigkeit des Einsatzes einer E-Mail-Management Lösung noch nicht erkannt, bzw. unterschätzen die Tragweite der Nichtbeachtung.

E-Mail-Management ist weitaus mehr als die reine Archivierung von elektronischen Nachrichten. Es muss vor allem die echte Entlastung des Anwenders und die Zusammenführung der Informationen aus E-Mails mit den Unternehmensprozessen realisiert werden.

4.1. Fragen an Unternehmen, die ein System zum E-Mail-Management einsetzen

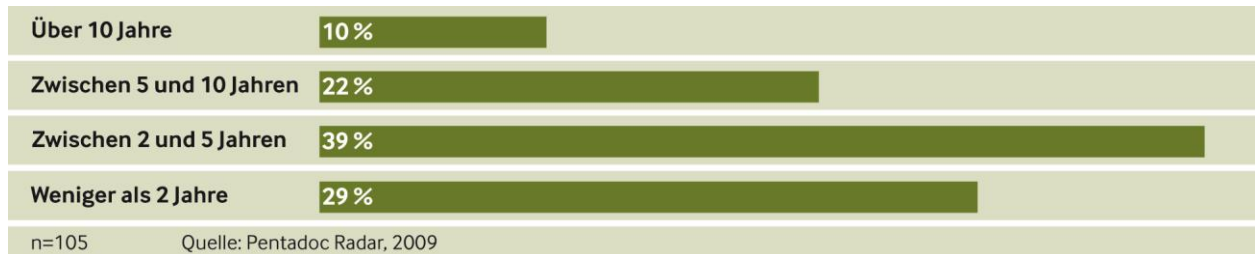


Abbildung 2: Seit wie vielen Jahren setzen Sie in Ihrem Unternehmen bereits E-Mail-Management ein?

Die Umfrage zeigt, dass E-Mail-Management Systeme besonders seit ca. 5 Jahren an deutlicher Popularität gewinnen. 10% der befragten Unternehmen Lösungen setzen nach eigenen Angaben seit über 10 Jahren entsprechende Lösungen ein.

Einschätzungen der Autoren

Der in den vergangenen Jahren zu erkennende Trend, hin zu E-Mail-Management, zeigt sich ganz deutlich daran, dass 68% der befragten Anwenderunternehmen E-Mail-Management erst seit höchstens 5 Jahren nutzen. Gerade unter Berücksichtigung von Abbildung eins, ist davon auszugehen, dass der produktive Einsatz von E-Mail-Management-Systemen in den nächsten Jahren weiter ansteigen wird.

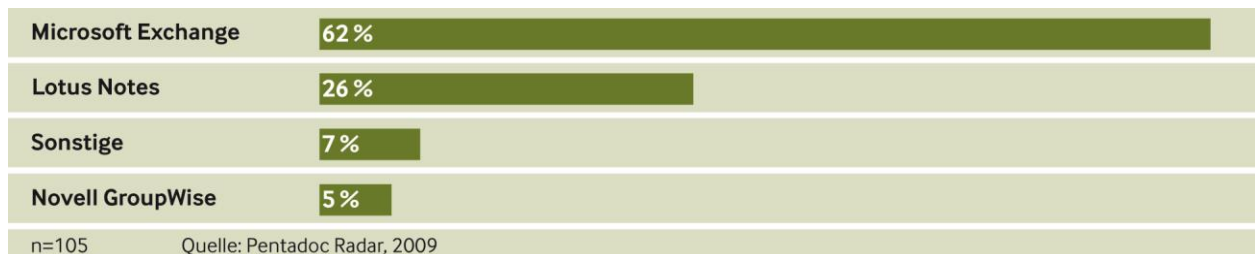


Abbildung 3: Welche Plattform nutzen Sie im Bereich E-Mail-Verkehr?

Microsoft Exchange ist mit 62% deutlich die am häufigsten genutzte Plattform für den E-Mail-Verkehr. Lotus Notes wird als zweithäufigste Plattform von 26% der Unternehmen genutzt.

Einschätzungen der Autoren

Es ist davon auszugehen, dass der Funktionsumfang von E-Mail-Management-Lösungen besonders in Verbindung mit Exchange und Domino weiter zunehmen wird. Dies bringt auch Abbildung 14 zur Geltung, denn ein Großteil der befragten Unternehmen, die bisher noch kein System zur E-Mail-Verwaltung einsetzen, haben Microsoft oder IBM als Groupware-Plattform im Einsatz. Die Unterstützung anderer E-Mail-Plattformen wird bei den führenden Herstellern eine zunehmend kleinere Rolle spielen, da der Markt diese Unterstützung nicht ausreichend fordert.

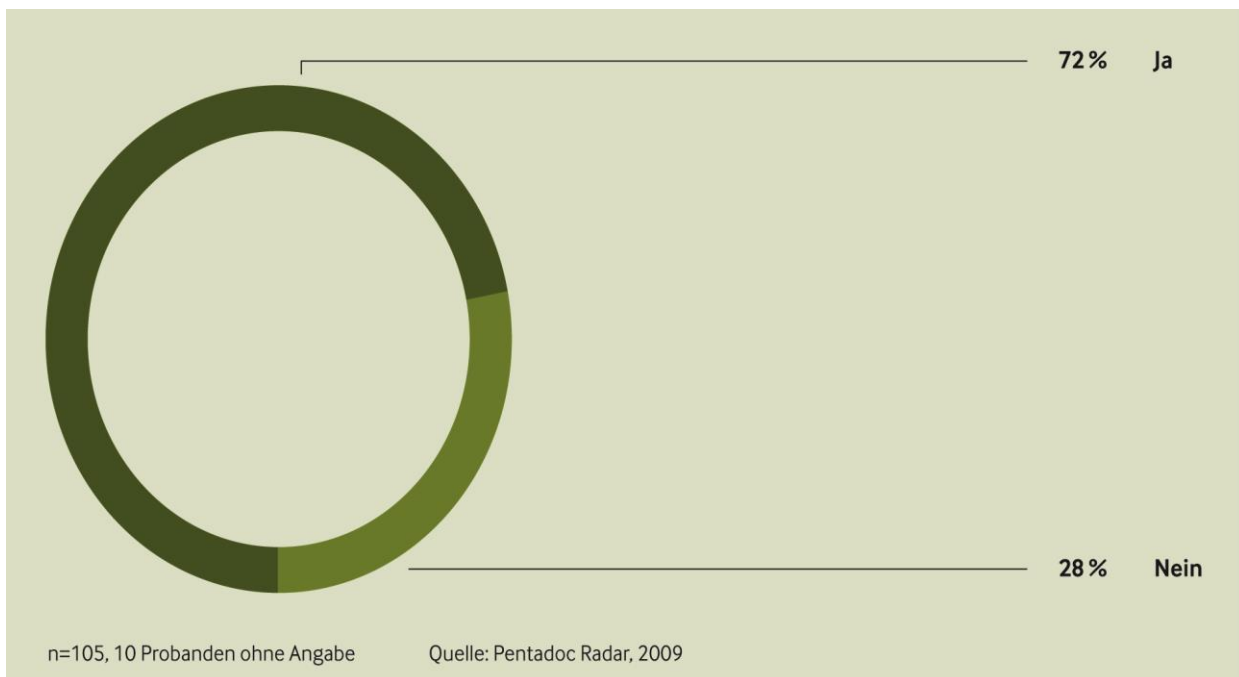


Abbildung 4: Gibt es in Ihrem Unternehmen schriftlich fixierte Regeln für den Umgang mit E-Mails?

Die Mehrzahl der Unternehmen (72 %), die ein E-Mail-Management System einsetzen, legen auch schriftlich fixierte Regeln zum Umgang mit E-Mails fest.

Einschätzungen der Autoren

Grundsätzlich ist der Anteil der Unternehmen, die bereits über schriftlich fixierte Regeln verfügen, mit 72 % als überdurchschnittlich hoch zu bewerten. Betrachtet man jedoch die eigentliche Relevanz der Thematik, so kann auch das hier erzielte Ergebnisse keineswegs als ausreichend angesehen werden. E-Mails unterliegen, wenn die private Nutzung nicht ausdrücklich verboten ist – und dies auch kontrolliert wird – dem Fernmeldegeheimnis gemäß §88 Telekommunikationsgesetz. Somit stellt es mittlerweile fast schon ein gesetzliches „Muss!“ dar, den Angestellten eine rechtlich verbindliche „Handlungsanleitung“ hinsichtlich des Umgangs mit unternehmenssensiblen Systemen vorzugeben. Durch Systemunterstützung alleine kann kein erfolgreiches E Mail-Management betrieben werden. Mitarbeiter müssen ein Bewusstsein für den Umgang mit dem Medium E-Mail entwickeln.



Abbildung 5: Was waren die damaligen Beweggründe für die Einführung eines E-Mail-Management-Systems?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- CRM, Einführung eines einzigen Postfachs für den ganzen Betrieb, Gemeinsamer Zugriff für mehrere Personen wg. Aufgabenverwaltung, Integration von E-Mails in den Kontext des Geschäftsvorfalles, Nachvollziehbarkeit, Reduktion der nicht-produktiven Tätigkeit, Qualitätsverbesserung, Reporting, Wissensmanagement und E-Mail Marketing.
- Besonders häufig genannte Beweggründe zur Einführung von E-Mail-Management Systemen sind Schutz vor Datenverlust, Erfüllung unternehmensinterner Richtlinien, Erfüllung gesetzlicher Anforderungen sowie eine schnellere Vorgangsbearbeitung.

Einschätzungen der Autoren

Die Aspekte schnellere Vorgangsbearbeitung, bessere Rechercheergebnisse und bessere Information der Mitarbeiter befinden sich im mittleren Antwortfeld. Dies zeigt, dass das Thema zum Zeitpunkt der Entscheidung für ein System stark durch Compliance und Datensicherheit geprägt war und der eigentliche Mehrwert, nämlich die Entlastung und Unterstützung der Mitarbeiter nicht als entscheidender Aspekt angesehen wurde. Betrachtet man jedoch die Antworten der Unternehmen die aktuell nach einer Lösung für E-Mail-Management suchen (vgl. Abbildung 19) so wird deutlich, dass Aspekte wie bessere Recherche und schnellere Vorgangsbearbeitung sich mittlerweile auf den oberen Plätzen wiederfinden. Es wird sichtbar, dass sich die Wahrnehmung hinsichtlich der Beweggründe in den letzten Jahren verändert hat.

Und so kann festgehalten werden, dass eine stufenweise Einführung bzw. Annäherung an das Thema E-Mail-Management durchaus sinnvoll ist. Aus Sicht der Autoren ist es in Ordnung mit dem Thema E-Mail-Archivierung zu beginnen, da es als Basistechnologie für weitere Anwendungsbereiche wie E-Mail im Prozess oder E-Mail-Response Management gesehen werden kann.

Wichtig bei dem Thema E-Mail-Archivierung sind jedoch zwei Aspekte:

1. E-Mail-Archivierung darf nicht als Insellösung betrachtet und eingeführt werden, sondern gehört in eine unternehmensweite Archivierungs- bzw. ECM-Strategie.
2. Nach der E-Mail-Archivierung unbedingt weitere Themen im Bereich E-Mail-Management angehen. Die Nutzen- vorteile im Bereich schnellere Vorgangsbearbeitung oder mehr Kundenservice/Auskunfts-fähigkeit rechnen die dafür entstehen Kosten schnell auf.

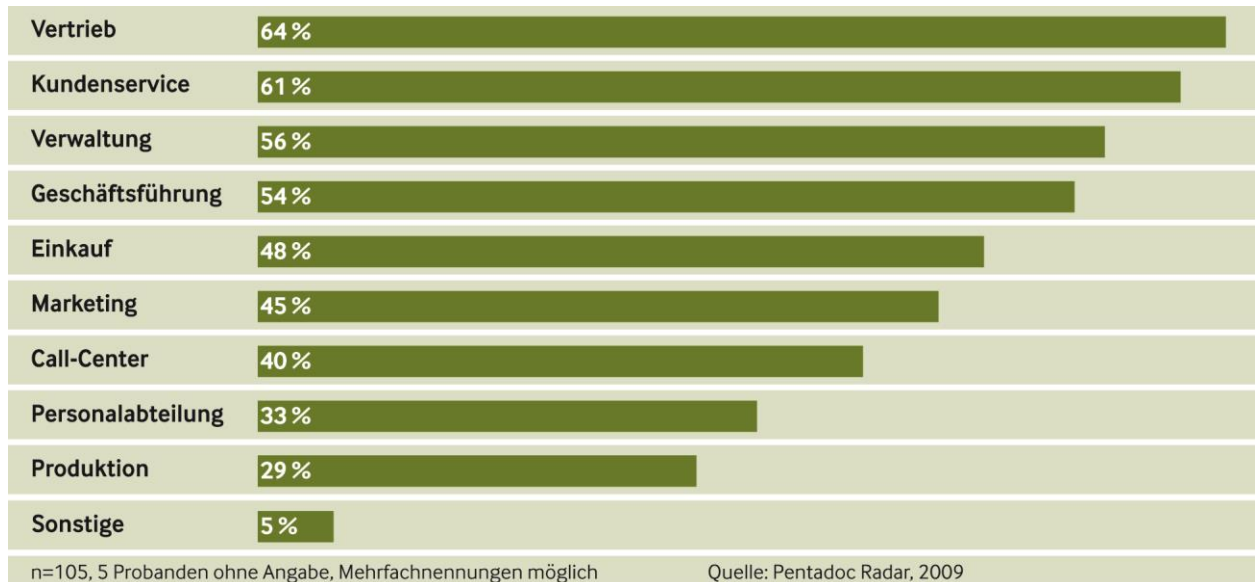


Abbildung 6: Welche Unternehmensbereiche profitieren Ihrer Meinung nach besonders von einem E-Mail-Management-System?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Alle im Unternehmen, Legal + Compliance, Produktmanagement, Service Desk, Steuerberatungsbereich.
- Speziell der Vertrieb und der Kundenservice profitieren nach Meinung der befragten Unternehmen besonders von E-Mail-Management Systemen. Doch auch die anderen Unternehmensbereiche scheinen klare Vorteile zu erzielen.

Einschätzungen der Autoren

Die Bereiche Vertrieb, Kundenservice und Verwaltung sind im Allgemeinen auch Bereiche mit sehr hohem E-Mail-Aufkommen und einer großen Anzahl an unterschiedlichen Kommunikationspartnern. Gerade im Vertrieb und im Kundenservice ist eine eindeutige Zuordnung von Nachrichten zu Vorgängen und Kommunikationspartnern besonders wichtig. Der effiziente und gesetzeskonforme Umgang mit E-Mails in einem Unternehmen betrifft in der Regel jedoch alle Abteilungen.

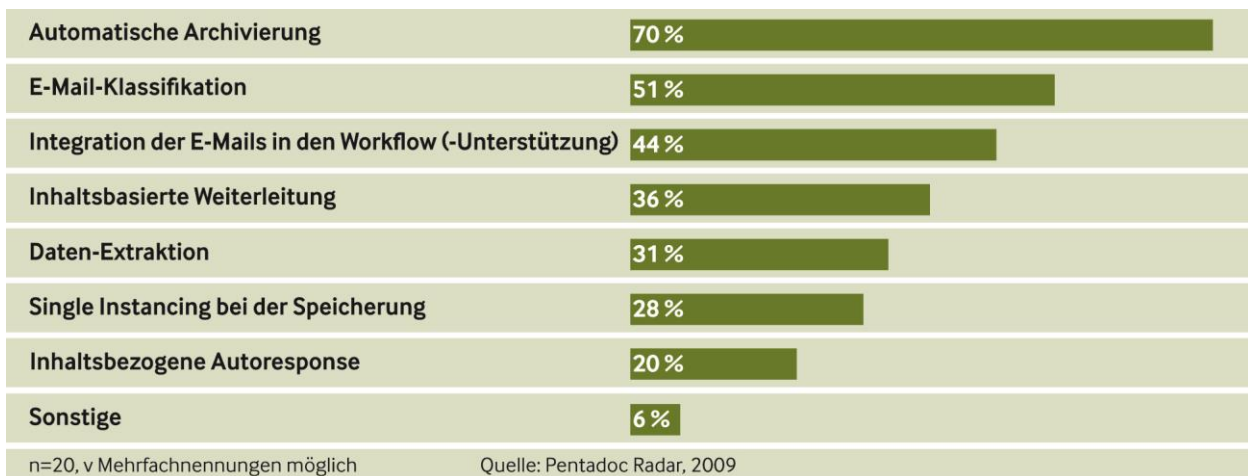


Abbildung 7: Welche Funktionen bietet Ihnen Ihr E-Mail-Management-System?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Ablage im DMS, Automatische interne Verteilung, den MSO Microsoft Outlook Umfang, Einaktung, vorgangsbezogene Ablage, Intelligente Unterstützung bei der Antwortgenerierung, Newsletter Versand.
- 70 % der befragten Unternehmen heben vor allem die automatische Archivierung als Funktion ihres E-Mail-Management Systems hervor. Auch E-Mail-Klassifikation und Integration der E-Mails in den Workflow werden mit 51% und 44 % häufig genannt.

Einschätzungen der Autoren

Es zeigt sich, dass die Archivierung in Verbindung mit E-Mail-Management einen hohen Stellenwert einnimmt. Lediglich 50% der Befragten sind technisch überhaupt in der Lage auch eine Klassifikation von E-Mails durchzuführen. Betrachtet man die Einbindung in Unternehmensprozesse, so nimmt der Anteil unter den Teilnehmern der Umfrage weiter ab. Dies verdeutlicht, dass das Thema E-Mail-Management von vielen Befragten noch primär als Archivierungsthema angesehen wird. Und selbst hier stellt sich die Frage, ob technologisch durchdachte Archivierungskonzepte zu Grunde liegen. Dass in den meisten Fällen eher kein durchgängiges Archivierungskonzept vorhanden ist, lässt die geringe Verbreitung der Single-Instancing-Speicherung vermuten, da diese eigentlich von allen großen Archivierungsanbietern angeboten wird und aufgrund der immensen Speichereinsparungspotentiale sehr zu empfehlen ist.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass die aktuellen Lösungen heutzutage über einen breiten Funktionsumfang verfügen. Dabei ist jedoch zu beachten:

1. Der Bereich E-Mail-Response-Management ist nur für einen sehr spezifischen Bereich von Nutzern geeignet: „Im Kunden-Service bzw. den „Call-Centern“. Das begründet die geringe Verbreitung.
2. In einzelnen Bereichen gibt es teilweise gravierende Unterschiede bei den angebotenen Lösungen. So ist z.B. im Bereich E-Mail-Klassifikation eine Bandbreite von unterschiedlichen Systemen am Markt erhältlich, die unterschiedlich eingesetzte Klassifikationsverfahren und Automatisierungsgrade bieten.

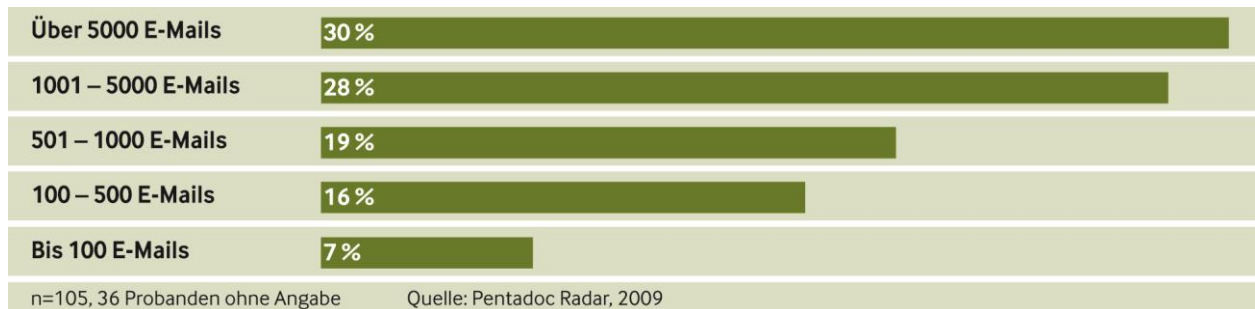


Abbildung 8: Wie viele E-Mails gehen täglich im Unternehmen ein?

In 58 % der Unternehmen, die ein E-Mail-Management System einsetzen, gehen täglich über 1.000 E-Mails ein.

Einschätzungen der Autoren

Es verwundert schon etwas, dass ca. 42 % der befragten Unternehmen angeben weniger als 1.000 E-Mails am Tag zu empfangen, obwohl 74 % der befragten Unternehmen mehr als 100 Mitarbeiter beschäftigen. Geht man davon aus, dass jeder Mitarbeiter nur zwischen 15 und 30 E-Mails am Tag erhält, so sollte der Anteil an E-Mails pro Tag deutlich höher sein. Evtl. zeigt diese Auswertung somit, dass das Thema Informationsmenge im Kommunikationskanal E-Mail in Unternehmen heutzutage noch unterschätzt bzw. falsch eingeschätzt wird.

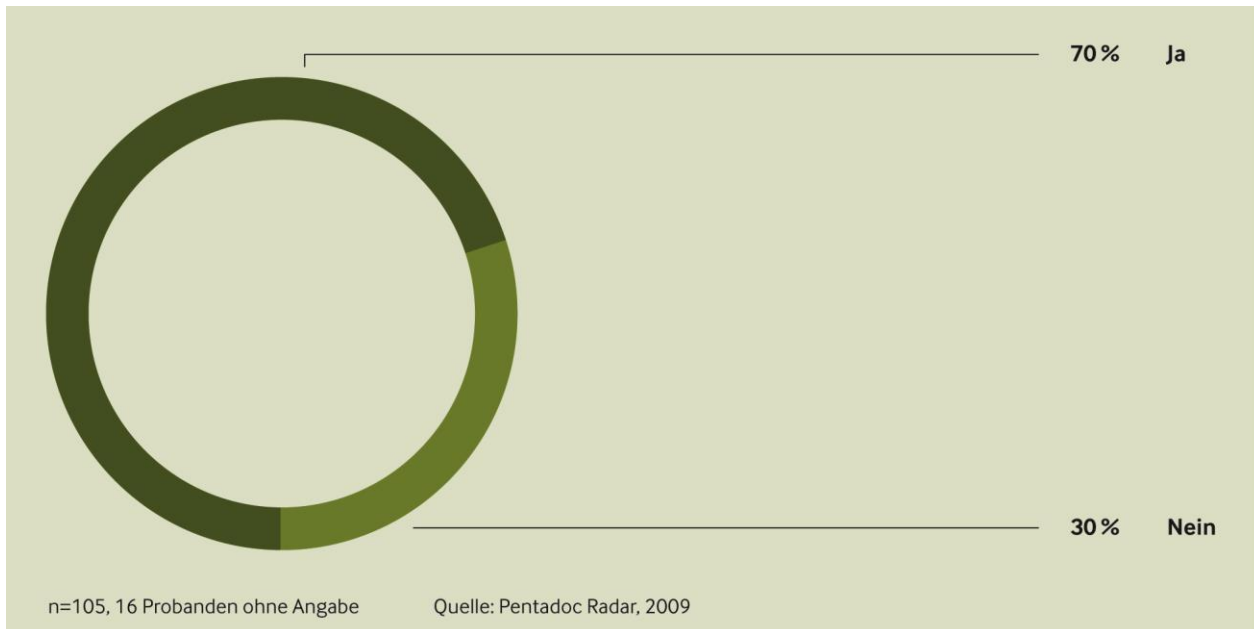


Abbildung 9: Ist das E-Mail-System in die IT-Infrastruktur integriert (Anbindung CRM, ERP, o.ä.)?

70 % der Systemnutzer gaben an, dass ihr E-Mail-Management System in die IT-Infrastruktur integriert ist.

Einschätzungen der Autoren

Der Trend geht eindeutig weg von den Informationsinseln hin zu einem integrierten System – nur so lassen sich die Potentiale der IT-Unterstützung voll ausnutzen. Ziel einer jeden E-Mail-Management-Strategie muss sein, dass Insellösungen verhindert werden. Die E-Mail stellt nur eine von vielen Kommunikations- und Informationsquellen in einem Unternehmen dar und muss daher in eine unternehmensweite ECM-Strategie einfließen.

Beispiel: Welcher Mitarbeiter will schon nacheinander jedes im Unternehmen vorhandene System nach den Daten durchsuchen, die er benötigt? Dies beginnt mit parallelen elektronischen und Papier-Archiven und geht über in unabhängige Systeme für ECM, CRM, shared drives, die eigenen Festplatte und die Datenverteilung im Outlook.



Abbildung 10: Welche Funktionen vermissen bzw. bemängeln Sie bei Ihrem E-Mail-Management-System?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Archivierungsfunktionalität, direkte Langzeitarchivierung, Filterung und Archivzuweisung, Aufbewahrung und Löschrufen, Wegweiser Grad an Automatisierung, OMA, Overrouted, PDF/A-Ablage.
- Bemängelt werden unter anderem die zuverlässige Klassifikation, Übersichtlichkeit sowie Benutzerfreundlichkeit. 9 % der Befragten geben an, dass sie voll und ganz zufrieden sind mit ihrem eingesetzten System.

Einschätzungen der Autoren

Die Technologie im Bereich der Klassifikation und intelligentem Routing, hat sich in den letzten Jahren erheblich weiterentwickelt. Jedoch ist es von enormer Bedeutung für gute Klassifikations- und Zuordnungsergebnisse, dass Regelwerke und intelligente Methoden geschickt mit einander verknüpft, Daten aus Drittsystemen herangezogen und die Prozessstruktur des Unternehmens berücksichtigt werden.

Die Tatsache, dass nur ein geringer Anteil der Befragten mit dem aktuellen System zufrieden ist verdeutlicht, dass viele Projekte im Bereich E-Mail-Management zwar realisiert wurden, das Potenzial der Lösungen jedoch noch nicht vollständig ausgeschöpft wird.

Die erhöhte Unzufriedenheit im Bereich der Benutzerfreundlichkeit sowie der Übersichtlichkeit ist ein allgemeines Manko vieler ECM-Lösungen, was weitere Umfragen der Pentadoc Radar in der Vergangenheit bestätigen. Leider stellen wir immer wieder fest, dass eine Vielzahl technikverliebter Hersteller die Ergonomie der Oberflächen ihrer eigenen Clients und somit die Usability schlichtweg nicht ausreichend weiterentwickelt haben und die mittlerweile bekannten Ergonomie-Standards nicht nutzen und umsetzen.

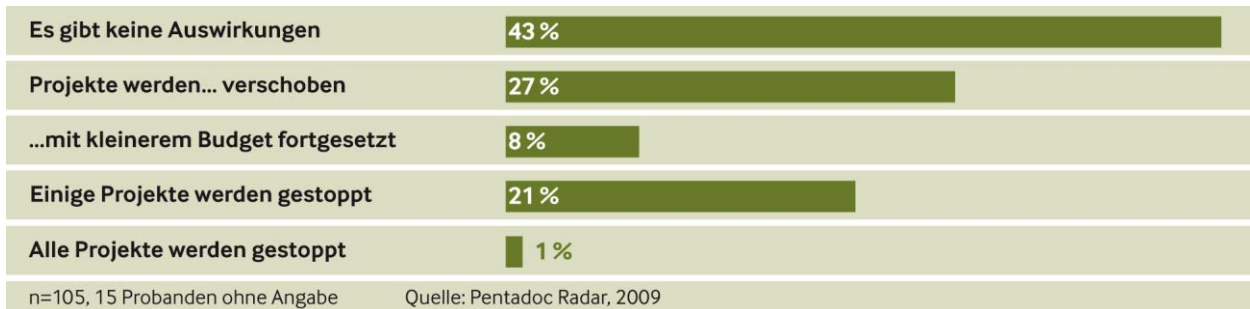


Abbildung 11: Welche Auswirkungen hat die aktuelle Finanzkrise auf Ihre Projektplanungen im IT-Bereich?

Die Finanzkrise hat bei 30 % der Befragten eine direkte Auswirkung auf die aktuellen Projektplanungen. 43 % der Befragten bemerken keine Auswirkung.

Einschätzungen der Autoren

Insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten werden IT-Projekte nur dann aktiv und investigativ voran getrieben, wenn sich z.B. eine direkte Wirtschaftlichkeit (ROI) oder eine direkte Auswirkung auf die Kundenbeziehung ableiten lässt. Beides ist bei der Einführung einer E-Mail-Management Lösung ableitbar, daher sei zu hoffen, dass die Unternehmenslenker dies erkennen und gezielt investieren.

4.2. Fragen an Unternehmen, die den Einsatz eines Systems zum E-Mail-Management planen

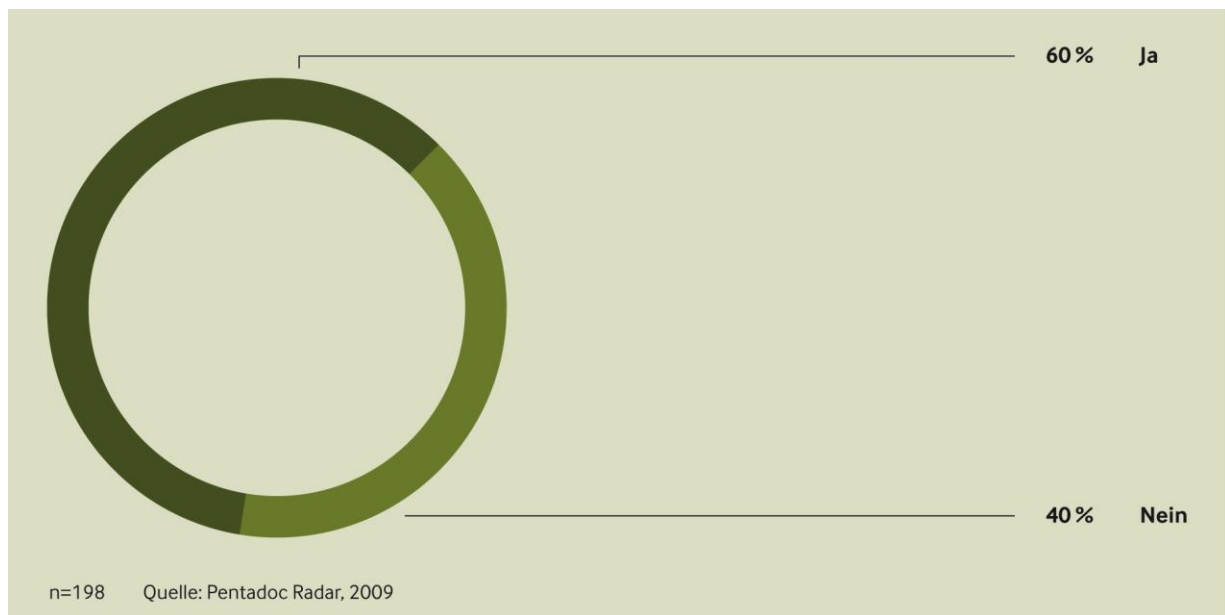


Abbildung 12: Planen Sie zukünftig den Einsatz von E-Mail-Management?

Von den Befragten, deren Unternehmen bisher kein E-Mail-Management System einsetzt, geben 60 % die Planung eines Einsatzes an.

Einschätzungen der Autoren

Es ist erkennbar, dass das Thema bei einem Großteil der Unternehmen angekommen ist und auch zukünftig auf der Agenda vieler IT-Planungen stehen wird.

Grundsätzlich gilt: Unternehmen, die ein Projekt im Bereich E-Mail-Management starten wollen müssen sich bewusst sein, dass ein solches Projekt einen hohen Organisationscharakter besitzt und deswegen Prozesse und Arbeitsabläufe der Anwender mit einbezogen und gegebenenfalls angepasst werden müssen. Erfolgreiche E-Mail-Management-Strategien müssen Technik, Anwender und Organisation zusammenbringen.

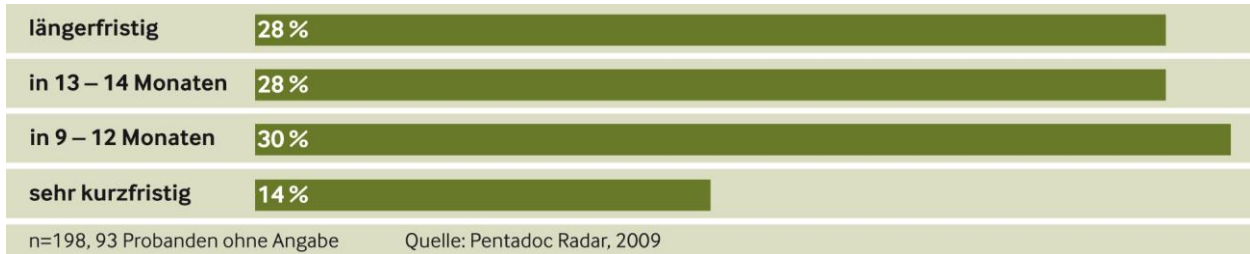


Abbildung 13: Wann planen Sie den Einsatz eines E-Mail-Management-Systems?

34 % der Befragten und bisherigen Nichtanwender, planen bereits innerhalb der nächsten 12 Monate die Einführung eines E-Mail-Management Systems.

Einschätzungen der Autoren

Beim E-Mail-Management besteht Handlungsbedarf in vielen Unternehmen. Dies ist vor allem auf das immer stärker ansteigende E-Mail-Volumen und die hohe Belastung von Anwendern zurückzuführen. Zudem spielen aber auch die steigenden Anforderungen der Kunden an ein Unternehmen eine Rolle. Eine E-Mail sollte innerhalb kürzester Zeit beantwortet sein – bei begründeten Verzögerungen ist der Kunde zu informieren – schließlich ist der Konkurrent meist nur einen „Klick“ entfernt.

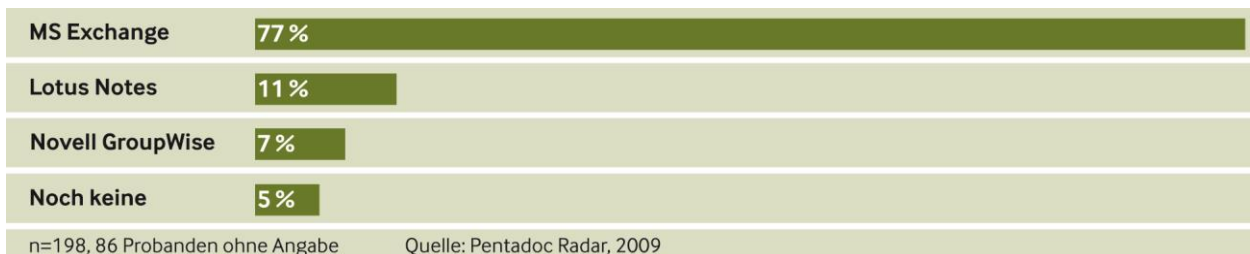


Abbildung 14: Welche Groupware setzen Sie ein?

Auch bei den Nichtanwendern ist Microsoft Exchange mit 77 % die am häufigsten von den Unternehmen genutzte Groupware.

Einschätzungen der Autoren

Sehen Sie hierzu die Kommentare zu Abbildung 3.

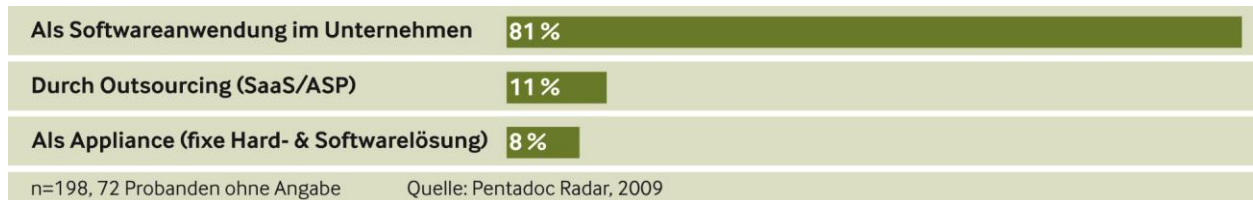


Abbildung 15: Wie würden Sie die E-Mail-Management-Lösung einsetzen?

Unternehmen, die den Einsatz eines E-Mail-Management Systems planen, planen dies vor allem als Softwareanwendung im Unternehmen (81 %).

Einschätzungen der Autoren

Das Ergebnis zeigt, dass eine klare Mehrheit der Unternehmen einer Softwarelösung, im Vergleich zu Appliance-Lösungen und Outsourcing-Strategien, den Vorzug geben. Dies lässt Rückschlüsse auf den Stellenwert einer E-Mail-Management-Komponente in Unternehmen zu. Das in den elektronischen Nachrichten gesammelte Wissen ist eine wertvolle Informationsquelle für Unternehmen, die gut strukturiert und effizient verwaltet Zeit- und somit Wettbewerbsvorteile bringen kann. Insbesondere scheuen Unternehmen hier den Outsourcing-Ansatz, da mit diesem immer ein gewisses Risiko von Informationsabfluss assoziiert wird.

Hinzu kommt, dass die Verantwortung zur Erfüllung der meisten compliance-relevanten Regelungen durch das Auslagern nicht auf den Dienstleister über geht. Daher müssen auslagernde Unternehmen häufig aufwändige Kontrollmechanismen etablieren, um sicher zu stellen, dass aus der Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleistern kein Verstoß gegen Compliance-Anforderungen resultiert.

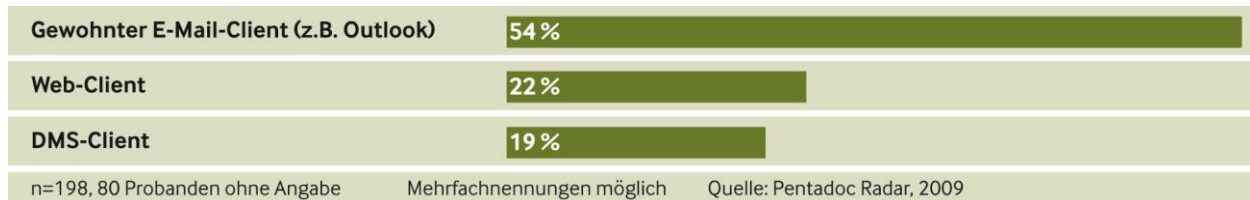


Abbildung 16: Welche Clients würden zum Einsatz kommen?

Als Client würde von der Mehrzahl der Probanden ein gewohnter E-Mail-Client (bspw. Microsoft Outlook) zum Einsatz kommen. Ein Web-Client oder DMS-Client würden von jeweils ungefähr 20 % bevorzugt werden.

Einschätzungen der Autoren

Die Mehrzahl der Befragten präferiert beim Einsatz einer E-Mail-Management-Lösung das gewohnte Arbeitsumfeld beizubehalten. Dies bestärkt den Ansatz vieler Hersteller, die Funktionen für E-Mail-Management in die E-Mail-Clients zu integrieren. Da sich nicht immer alle Funktionen eines komplexen Systems in jeden Client einbinden lassen, bieten viele Hersteller auch eigene User Interfaces an.

Grundsätzlich sollte das Unternehmen bei der Auswahl einer E-Mail-Management Lösung nicht jeden Client einfach akzeptieren, sondern genau prüfen welche Funktionalität und welche Usability mit welchem Client geboten werden. Beispielsweise kennzeichnet nicht jeder Client bereits archivierte E-Mails, was je nach Archivierungskonzept zu unnötigen Mehrfachspeicherungen führen kann.

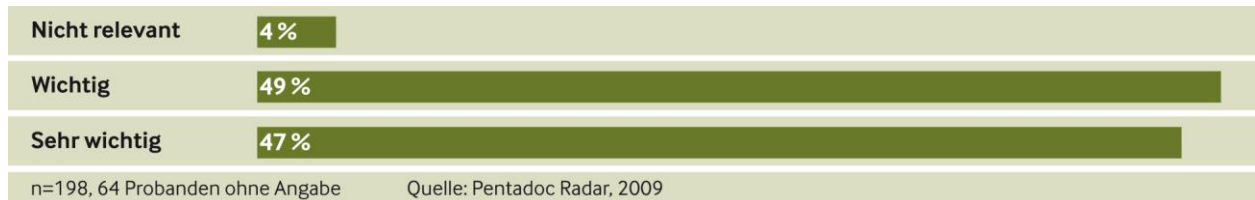


Abbildung 17: Wie wichtig ist Ihnen die Zuordnung der E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen?

Die Zuordnung der E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen wird von 96 % der planenden Probanden als wichtig oder sehr wichtig erachtet.

Einschätzungen der Autoren

Würde man diese Frage isoliert von den anderen Fragen betrachten könnte man meinen, dass nahezu alle Teilnehmer die Bedeutung der E-Mail für das Unternehmen erkannt haben. Wieso aber ganze 40% derer die noch kein E-Mail-Management-System im Unternehmen einsetzen auch keinen Einsatz planen, lässt eine klare Frage offen: Wie sollen die E-Mails in die Prozesse integriert werden? Grundsätzlich stimmt die Feststellung, dass die E-Mail neben den übrigen Eingangskanälen in den Geschäftsprozess gehört, jedoch zuversichtlich.

Die Zuordnung von E-Mails zu Geschäftsprozessen ist für erfolgreiches E-Mail-Management ein essentiell wichtiges Thema. Alle Arten von Dokumenten und Informationen, wie etwa E-Mails, Fax, Text- und andere Dateien aus einer Office-Anwendung, Papierdokumente usw. müssen zu einem Geschäftsvorgang zusammengefasst, von einer Prozesssteuerung überwacht und in einer elektronischen Akte gespeichert werden. Um eine gute Zuordnung der E-Mails zu Prozessen vornehmen zu können, ist ein hochwertiges Klassifikationsergebnis erforderlich. Deswegen muss bei der Umsetzung von E-Mail-Management-Projekten einerseits eine Analyse der E-Mail-Struktur erfolgen, damit geeignete Klassifikationsmechanismen ermittelt werden können. Zudem sollte analysiert werden, welche Informationen aus Drittsystemen (ERP, CRM etc.) für die Klassifikation hinzugezogen werden können um die Qualität zu erhöhen.

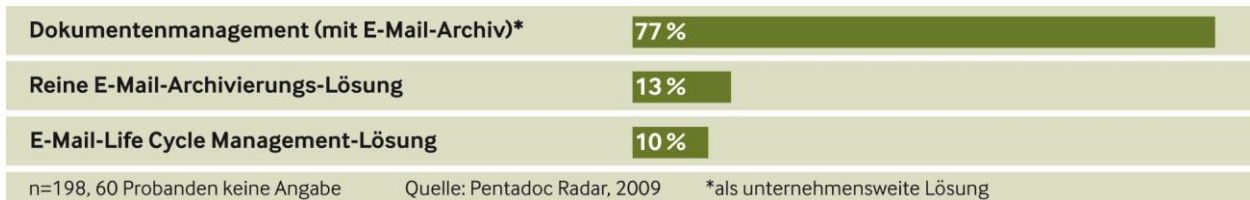


Abbildung 18: Welche E-Mail-Management-Lösung würden Sie in Betracht ziehen?

Von der Mehrzahl der Probanden (77 %), die den Einsatz eines E-Mail-Management Systems planen, wird Dokumentenmanagement als unternehmensweite Gesamtlösung in Betracht gezogen.

Einschätzungen der Autoren

Das Ergebnis verdeutlicht nochmals die Wichtigkeit der Prozessrelevanz (vgl. Abbildung 18). Die Verbindung von E-Mail-Management mit Dokumentenmanagement ermöglicht die Etablierung einer unternehmensweiten Informationsplattform. Somit wird es möglich die Informationsinseln in den jeweiligen Mitarbeitermailboxen abzubauen und alle Informationen im Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Lediglich 13 Prozent würden einer reinen E-Mail-Archivlösung den Vorzug geben. Diese löst zwar Performanceprobleme der E-Mail-Server und wird rechtlichen Vorschriften möglicherweise gerecht, bringt jedoch für Anwender und Unternehmen aus Prozess- und Informationssicht keine wesentlichen Vorteile. Deswegen ist es ratsam, auch aus betriebswirtschaftlicher Sichtweise, eine unternehmensweite Gesamtlösung anzustreben.

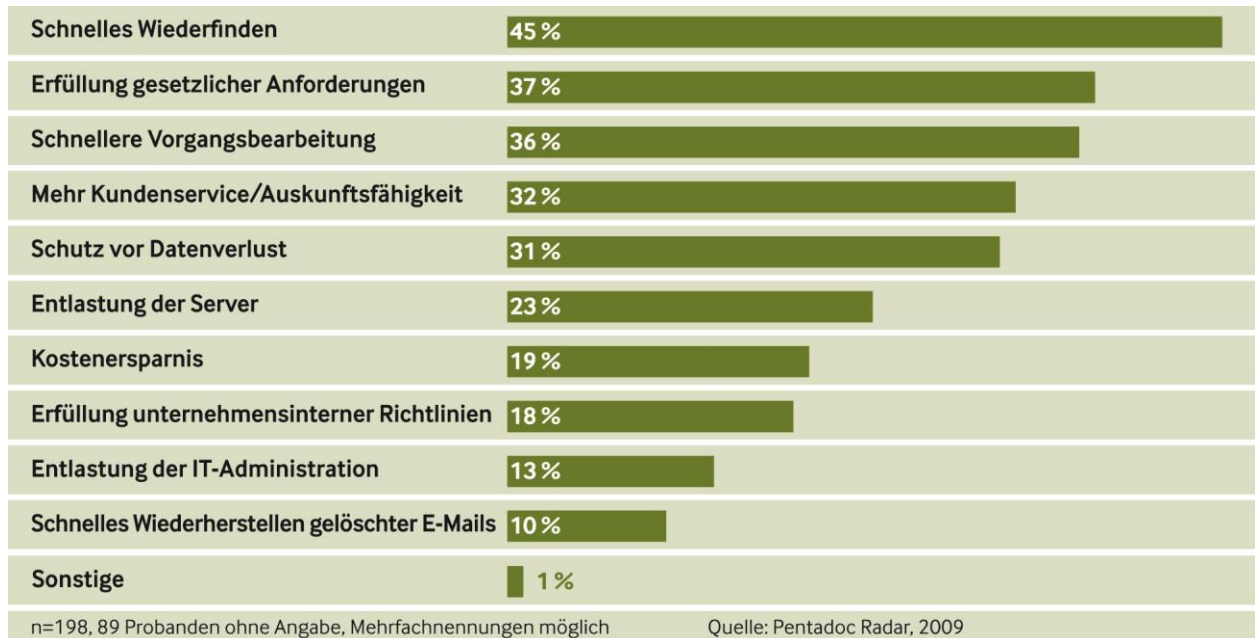


Abbildung 19: Was bewegt Ihr Unternehmen zu der Suche nach einem E-Mail-Management-System?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Sicherstellung der vollständigen Geschäftsverwaltung, Vollständige Rückverfolgung von Geschäftsvorgängen; Historisierung.
- Besonders das schnelle Wiederfinden von E-Mails, die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen und die schnelle Vorgangsbearbeitung werden als Gründe für das Interesse an der Einführung eines E-Mail-Management Systems angegeben.

Einschätzungen der Autoren

Die Autorenmeinungen entsprechen den Ausführungen zu Frage 5.



Abbildung 20: Wer wäre bei der Auswahl einer Lösung bei Ihnen im Hause beteiligt?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Business Architecture Management, Company Global, Leistungserbringer, IT Koordination, IT Management, Leiter Kundenservice, Lösungsfindung abgeschlossen, Organisationsabteilung 2x, Produktmanagement, Projektleitung.
- Hervorgehoben wird die IT-Administration, gefolgt von der Geschäftsführung, im Bezug auf die Auswahl einer Lösung zum E-Mail-Management.

Einschätzungen der Autoren

Auch in diesem Ergebnis spiegelt sich wider, dass viele Unternehmen das Thema eher technisch angehen bzw. aus der akuten Compliance-Situation heraus handeln. Entscheidend ist, dass E-Mail-Management-Projekte keine reinen IT-Projekte sein dürfen. Es empfiehlt sich ein Projektteam, das Mitglieder aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammen bringt. Die Verantwortlichkeiten im Projektteam müssen bestimmt sein, das Management muss eingebunden werden um die notwendige Unterstützung zu bekommen und es sollten je nach Anforderung, Ansprechpartner aus den Fachbereichen hinzugezogen werden. Auch der Einsatz externer Berater, den nur 11 Prozent der Befragten in Erwägung ziehen, kann erheblich zum Projekterfolg beitragen. Grundsätzlich gilt jedoch, dass ein E-Mail-Management-Projekt ein Team benötigt, das über eine globale Sichtweise auf das Unternehmen und seine Prozesse verfügt und die Probleme nicht nur aus einer isolierten Sicht (z. B. IT, Geschäftsführung, Betriebsrat etc.) betrachtet.

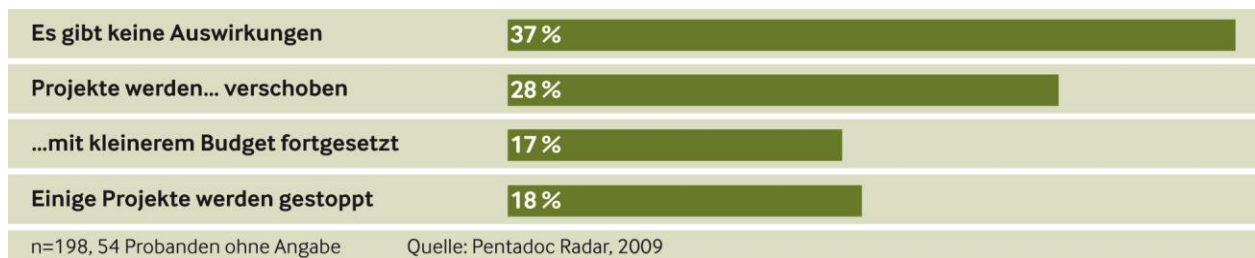


Abbildung 21: Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf Ihre aktuellen Projektplanungen im Bereich Informationsmanagement?

Die Auswirkungen der Finanzkrise trifft 63 % bei der aktuellen Projektplanung.

Einschätzungen der Autoren

Die Ausführungen der Autoren entsprechen den Hinweisen zu Abbildung 11.

5. BEFRAGUNGSERGEBNISSE DER HERSTELLER VON E-MAIL-MANAGEMENT SYSTEMEN

5.1. Fragen zur Technologie

GROUP Business Software AG	iQ.Suite
SAPERION AG	SAPERION ELM
GROUP Technologies	GROUP iQ.Suite 7.2
REDDOXX GmbH	REDDOXX E-Mail Protector
EMC	SourceOne for eMail Archivierung 6.5
Hyperwave	Hyperwave
IQDoQ GmbH	HyperDoc Link for E-Mail
Oracle Deutschland GmbH	Universal Online Archive
Open Text	Open Text Email Management for MS Exchange 9.7.5
Optimal Systems	OS
gingcom GmbH	gingcom Appliance mit MS-Exchange Archiving Option
abonis GmbH	abox-X mailCenter
Document Solution GmbH	OnBase 8.2
ITyX Solution AG	Mediatrix ERMS 1.3.544
novomind AG	novomind iMail (Version 6.0)
living-e AG	MailMinder 4.2
IBM Deutschland GmbH	IBM Content Collector 2.x
Insiders Technologies GmbH	smart FIX + smartFIX Outloo/Exchange-Import
Mimosa Systems GmbH	Mimosa Near Point 4.0
inexo GmbH	inexo ERM (Enterprise Response Management)

Abbildung 22: Wie heißt die aktuelle Version Ihrer E-Mail-Management-Anwendung?

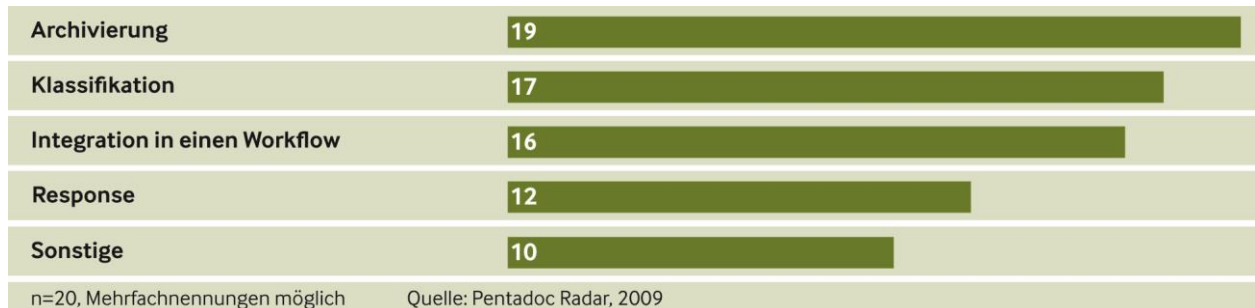


Abbildung 23: Was sind die Hauptfunktionen Ihrer Anwendung?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Automatische Antwortgenerierung, Data Leakage Prevention, Antivirus, Antispam, Content Filtering, Dokumentenmanagement, Extraktion mit Verifikation, SharePoint Archivierung und File System Archivierung, Sicherheit, skillbasiertes Routing, zentrales Reporting, Integrationsfähigkeit (z.B. CRM-Systeme, Dokumentenmanagementsysteme, TK-Anlage), zentrale Wissensbasis (konsistente Antworten auf weiteren Kommunikationskanälen wie z.B. Live Chat), Verschlüsselung/Signatur, vollst. ECM-System.
- Bei 19 von 20 befragten Herstellern gilt die E-Mail-Archivierung als Hauptfunktion des Systems. Des Weiteren ist Klassifikation mit 17 und Integration in einen Workflow mit 16 Nennungen weit verbreitet.

Einschätzungen der Autoren

Bis auf einen der 20 befragten Hersteller, gaben diese die E-Mail-Archivierung als Hauptfunktion des Systems an. Dieses Ergebnis lässt den Eindruck aufkommen, dass 19 der befragten Hersteller ein E-Mail-Archivsystem anbieten. Betrachtet man jedoch das Teilnehmerfeld genauer, so wird deutlich, dass sich darunter mehrere Produkte befinden, die eindeutig E-Mail-Archivierung nicht in den Fokus ihres Produkts stellen und teilweise sogar überhaupt nicht anbieten. Diese Tatsache zeigt, mit welcher Sorgfalt der Markt für E-Mail-Management betrachtet werden muss. Insbesondere im Rahmen eines Einführungsprojekts, darf nicht nach Marketingaussagen und Power-Point-Folien der Hersteller entschieden werden. Entscheidend für die richtige Toolauswahl sind strukturierte, vergleichbare Präsentationen, entsprechend der individuellen Anforderungen.

Dennoch kann man feststellen, dass die Themen Klassifikation und Integration von E-Mail in Workflows von dem Großteil der Hersteller aufgegriffen werden. Wie leistungsfähig die jeweiligen Produkte wirklich sind, muss individuell innerhalb des Projekts in Verbindung mit den Anforderungen überprüft werden.

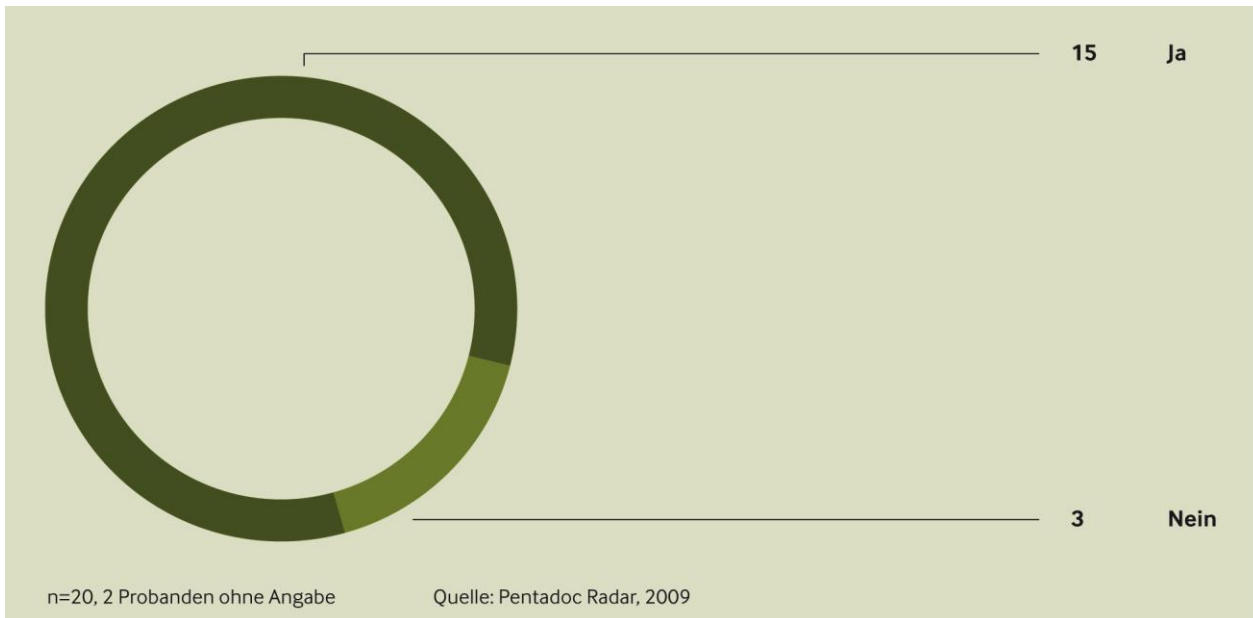


Abbildung 24: Verwendet Ihre Lösung ein eigenes User-Interface?

15 von 20 Systemen verfügen über ein eigenes User-Interface.

Einschätzungen der Autoren

Bitte entnehmen Sie die Meinung der Autoren zu den Ausführungen zu Abbildung 16.

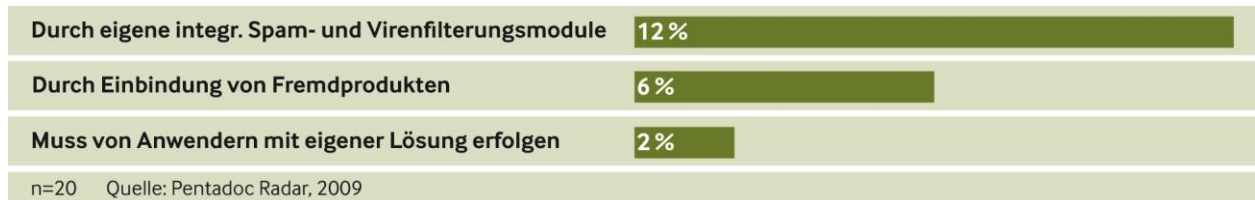


Abbildung 25: Wie behandelt Ihre Lösung SPAM und Viren?

Bei 12 von 20 Herstellern sorgen eigene Filterfunktionen für den Schutz vor Spam und Viren.

Einschätzungen der Autoren

Der Cisco 2008 Annual Security Report zählt pro Tag 220 Millionen E-Mails weltweit. Neunzig Prozent davon - nämlich 200 Millionen - sind Spam. Führt man sich diese Zahlen vor Augen, so ist verständlich, dass Anbieter Funktionalitäten im Bereich SPAM- und Viren-Filterung mindestens als Integration eines Drittproduktes in Ihre Produkte integrieren.

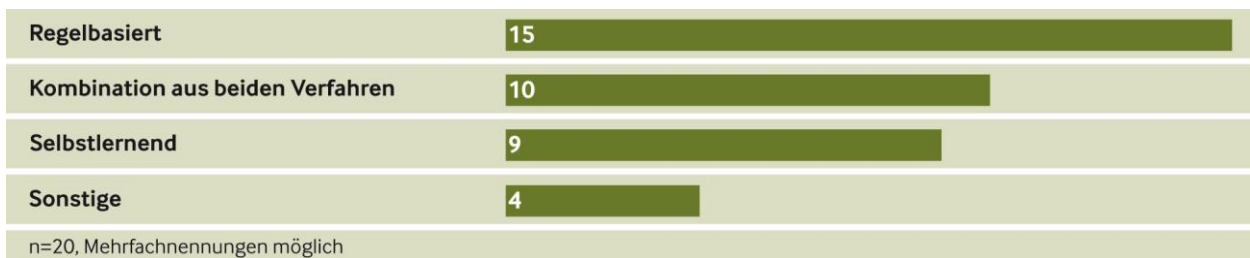


Abbildung 26: Mit welcher Methodik arbeiten Sie bei der Klassifikation?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Selbstlernend über Zusatzkomponente, Manuelle Zuordnung zu Akten, automatische Klassifizierung über Partnerprodukte, Vererbung, assoziativ.
- Die bevorzugte Methodik bei der Klassifikation ist die Regelbasierte. Die Kombination aus regelbasiert und selbstlernend ist bei 10 von 20 Herstellern verfügbar.

Einschätzungen der Autoren

Das Ergebnis zeigt eine Reaktion der Hersteller auf die Nachfrage nach qualifizierteren Klassifikationsergebnissen durch die Anwender. Die E-Mail-Klassifikation oder E-Mail-Filterung stellt eine zentrale Komponente im E-Mail-Management dar und hilft Geschäftsprozesse zu automatisieren und Compliance-Anforderungen gezielt zu erfüllen.

Das Automatisierungspotential im Bereich E-Mail-basierter Kommunikation ist enorm. Die inhaltliche Klassifizierung führt zu entsprechenden Einsparungen. Die Anreicherung einer Anfrage, um Daten z.B. aus der Kunden- oder Auftragsdatenbank, bringt zusätzliche Performance. Die inhaltliche Analyse einer E-Mail ist wichtig, um so die Thematik der E-Mail zu erfassen und dadurch eine Entscheidung über die Verteilung und Archivierung im Unternehmen zu treffen.

Bei vielen Klassifikationslösungen kommen in der Praxis zwei Verfahren zum Einsatz: der regelbasierte und der selbstlernende Ansatz zur Dokumenttyperkennung. Bei der regelbasierten Dokumenttyperkennung werden entsprechende Regeln programmiert oder im Dialog erfasst, mit denen über die Informationen im Header einer E-Mail die weitere Verteilung der E-Mails vorgenommen wird. Weniger praktikabel ist der regelbasierte Ansatz, wenn es darum geht die Dokumenttyperkennung anhand des Body oder des Attachments einer E-Mail vor zu nehmen, da der Einrichtungs- und Pflegeaufwand als unverhältnismäßig hoch anzusehen ist. In diesem Anwendungsfall kommt der selbstlernende Ansatz zur Dokumenttyperkennung zum Zuge, dabei wird durch zuvor antrainierte Lernmengen eine E-Mail inhaltlich analysiert.



Abbildung 27: Anhand welcher Komponenten der E-Mail kann diese klassifiziert werden?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Volltextindizierung und Indizierung mit Headerdate, alle verfügbaren Attribute, z. B. Größe, Postfach, Absende-Domains.
- Besonders der Betreff, der Body und der Header einer E-Mail dienen zur Klassifikation eingehender E-Mails. Diese werden von mindestens 18 von 20 Herstellern hervorgehoben.

Einschätzungen der Autoren

Wie bereits mehrfach angesprochen gab es im Bereich der Klassifikation in den letzten Jahren deutliche Fortschritte – diese basieren auf der steigenden Rechenleistung, den Fortschritten im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) und den immer ausgereifteren Regelwerken, die umsetzbar sind.

Sehen Sie hierzu jedoch auch die Kommentare zu Abbildung 26.

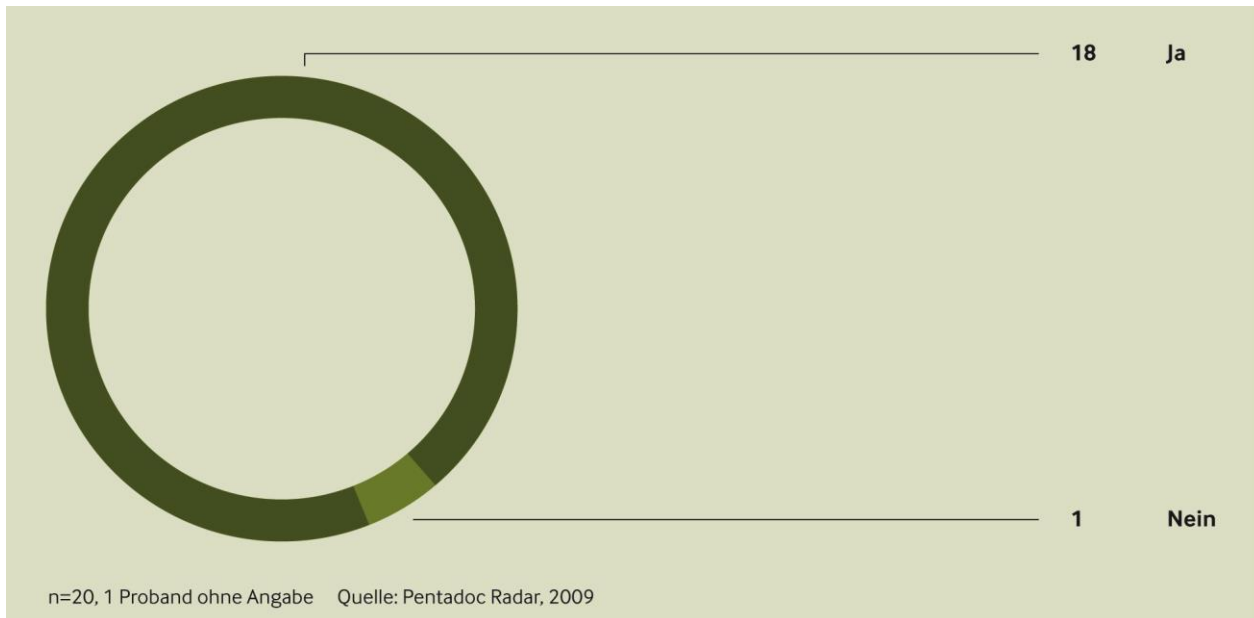


Abbildung 28: Können Daten extrahiert werden?

Bei 18 von 20 Herstellern können Daten aus E-Mails extrahiert werden.

Einschätzungen der Autoren

Weitere Automatisierungspotentiale liegen neben der Klassifikation in der Extraktion. Hat das System somit erkannt um welchen Dokumenttyp es sich bei der vorliegenden E-Mail handelt, so können aus dem E-Mail-Header, dem E-Mail-Body und/oder aus dem Attachment entsprechende Informationen extrahiert werden, die später zur Archivierung (Indexe) bzw. zur Bearbeitung im Geschäftsprozess notwendig sind. So entfallen Routinetätigkeiten für die Mitarbeiter im Unternehmen und es bleibt mehr Zeit für die werttreibenden Tätigkeiten.



Abbildung 29: Wie hoch ist der Schulungsaufwand für die Anwender? (in Stunden)

Bei 7 von 20 Herstellern beträgt der Schulungsaufwand der Anwender zwischen 1 und 4 Stunden. Bei 3 von 20 Herstellern 4 bis 8 Stunden.

Einschätzungen der Autoren

Wenn man E-Mail-Management als organisatorische Herausforderung für ein Unternehmen versteht, dann wird jeder Leser schnell erkennen, dass es sich bei den genannten Zeiten maximal um eine technische Einweisung handeln kann.

5.2. Fragen zur Marktentwicklung

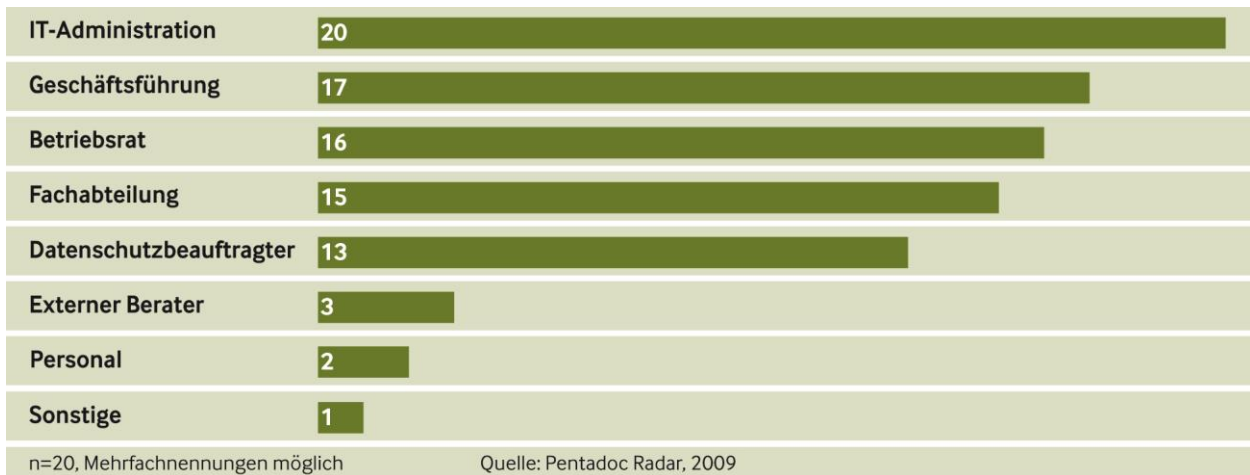


Abbildung 30: Wer sollte Ihrer Meinung nach bei der Auswahl und Einführung eines E-Mail-Management-Systems beteiligt sein?

Unter den sonstigen Antworten wurde genannt:

- Rechtsanwalt.
- Alle 20 Hersteller von E-Mail-Management Systemen sind sich einig, dass die IT-Administration bei der Auswahl und Einführung einer Lösung beteiligt sein sollte. Auch die Geschäftsführung (17 von 20 Herstellern) sowie der Betriebsrat (16 von 20 Herstellern) werden als wichtig eingeschätzt.

Einschätzungen der Autoren

Die Ausführungen der Autoren entsprechen den Kommentaren zu Abbildung 20.

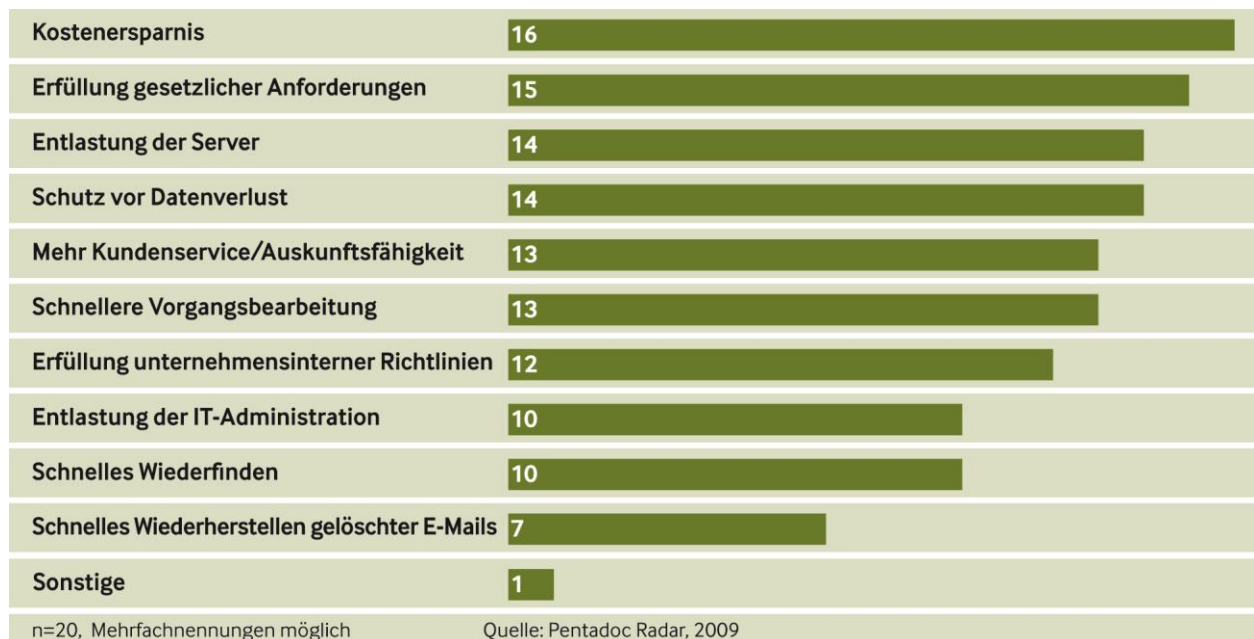


Abbildung 31: Was sind Ihrer Meinung nach die Haupttreiber für den Einsatz eines E-Mail-Management-Systems?

- Als Haupttreiber für den Einsatz eines E-Mail-Management Systems werden vor allem Kostenersparnis, die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, die Entlastung der Server und der Schutz vor Datenverlust gesehen.

Einschätzungen der Autoren

Warum die befragten Hersteller den Punkt Kostenersparnis so hoch bewerten, hat das Autorenteam ehrlich gesagt etwas überrascht. Haben doch die Anwender diesem Punkt nur geringfügige Aufmerksamkeit geschenkt. Es scheint als hätten die Hersteller noch nicht verstanden, welches Potential tatsächlich in Ihren Lösungen schlummert.

Erkennbar ist aber analog zu den Antworten der befragten Anwenderunternehmen, dass auch die Hersteller von E-Mail-Management-Systemen aktuell noch die Hauptanwendungsgebiete im Bereich Technik und Compliance sehen.

Berücksichtigt man jedoch die Ergebnisse aus Abbildung 19, so ist zu erkennen, dass auf Anwenderseite langsam ein Umdenken einsetzt. E-Mail-Management wird nicht mehr aus den erwähnten Gründen in Angriff genommen, sondern auch Aspekte wie der Verbesserung der Vorgangsbearbeitung und erweiterter Recherchemöglichkeiten werden zu Projekttreibern. In diesem Bereich ist anzunehmen, dass sich der Wandel in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird.

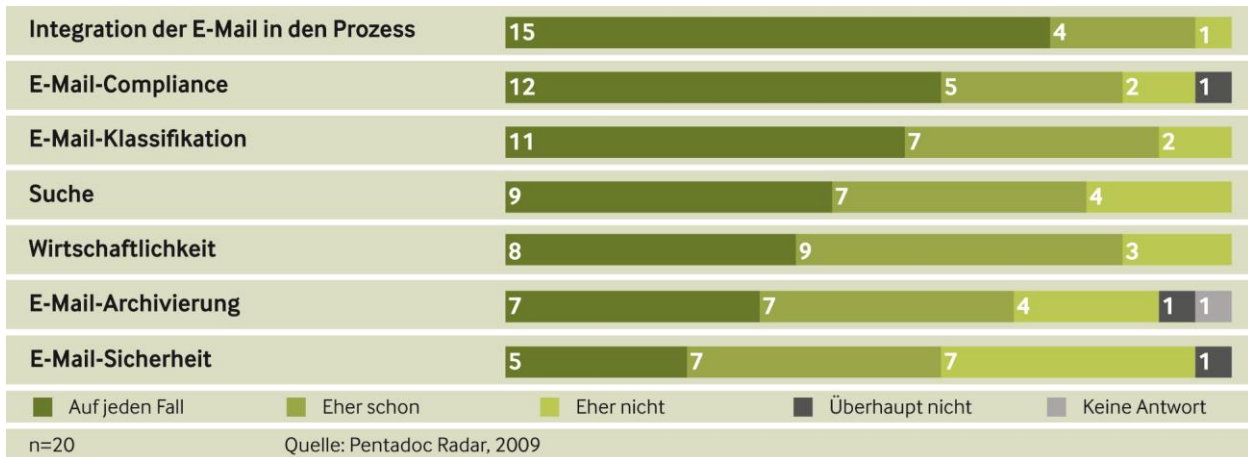


Abbildung 32: Wo sehen Sie im Bereich des E-Mail-Managements das größte Entwicklungspotential/den größten Entwicklungsbedarf?

Das größte Entwicklungspotential liegt aus Sicht der Hersteller (15 von 20 Herstellern) in der Integration der E-Mail in den Prozess. Auch in E-Mail-Compliance und E-Mail-Klassifikation wird ein hohes Entwicklungspotential gesehen.

Einschätzungen der Autoren

Der Eindruck der Ersteller hinsichtlich des größten Entwicklungsbedarfs in den Bereichen „Integration der E-Mail in den Prozess“, „Compliance“ und „E-Mail-Klassifikation“ verstärkt die These (siehe Abbildung 33), dass der Trend in den nächsten Jahren in diese Richtung gehen wird. Hersteller sehen gerade in diesem Bereich ein großes Potenzial und werden aus diesen Gründen auch die Entwicklung in diese Richtung vorantreiben.



Abbildung 33: Wo liegen die größten Probleme bei der Einführung eines E-Mail-Management-Systems?

Probleme bei der Einführung eines Systems werden von 13 von 20 Herstellern vor allem in schlechter Planung gesehen. Der Betriebsrat, Desinteresse der Nutzer und die Integration in die bestehende Infrastruktur wurden immerhin von 5 von 20 Herstellern als Probleme eingeschätzt.

Einschätzungen der Autoren

Eine sehr interessante Erkenntnis ist, dass 13 von 20 Herstellern angeben, dass das Hauptproblem bei der Einführung von E-Mail-Management die schlechte Planung des Projekts ist. Hier wird wiederum deutlich, dass der hohe organisatorische Aufwand für ein E-Mail-Management-Projekt in vielen Unternehmen immer noch unterschätzt wird. Ein Projekt in diesem Bereich erfordert ein hohes Maß an Planung und Koordination um die Anforderungen der Anwender und Prozessstrukturen richtig umsetzen zu können. Und wenn Hersteller aus der gelebten Projektpraxis die schlechte Planung als Hauptargument identifizieren, dann verwundert es schon sehr, dass die Anwender wiederum bei der Frage „Wer wäre bei der Auswahl einer Lösung bei Ihnen im Hause beteiligt?“ den externen Berater eher nicht im Projektteam sehen. Denn so viel Schleichwerbung sei an dieser Stelle erlaubt, schlechte Projektplanung gehört in der Regel nicht zu dem Repertoire eines guten Beraters.



Abbildung 34: Welche der folgenden Konzepte sehen Sie als Ergänzung oder Alternative zur E-Mail?

Als wichtige Alternative zu E-Mails wird ausschließlich Online Collaboration gesehen. Netzwerke wie XING, Twitter oder Blogs werden hingegen also irrelevant erachtet.

Einschätzungen der Autoren

Wird sich bei dem Umgang mit E-Mail wieder auf die ursprüngliche Aufgabe der E-Mail besonnen, nämlich der elektronischen Übermittlung von Geschäftsbriefen, so müssen zwangsläufig andere Kommunikationsformen den heutigen E-Mail-Kommunikationswildwuchs kompensieren. In erster Linie werden diese Lösungen im Bereich Chats, Foren, Wikis und Blogs sein. Jedoch müssen diese Lösungen für das Unternehmen genauso in eine Kommunikationsstrategie eingebunden werden, wie heute die E-Mail. Dies bedingt, dass das Thema Online Collaboration oder auch Unternehmensportale der Container für neue Kommunikationsformen im Unternehmen darstellen wird.

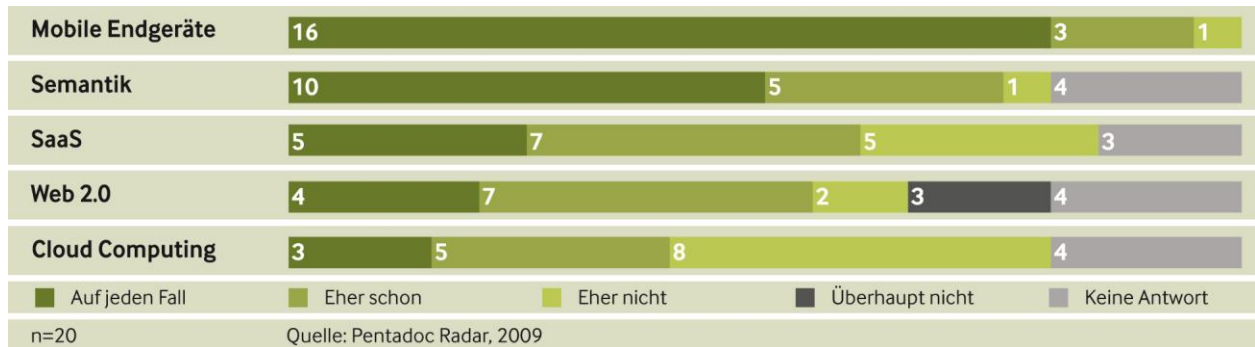


Abbildung 35: Was wird den größten Einfluss auf die zukünftigen Entwicklungen im Bereich E-Mail-Management haben?

Besonders mobile Endgeräte werden laut 16 von 20 Herstellern einen großen Einfluss auf die zukünftigen Entwicklungen im Bereich E-Mail-Management haben. Auch Semantik wird von 10 von 20 Herstellern als sehr einflussreich angesehen.

Einschätzungen der Autoren

Laut Aussagen der Hersteller, werden mobile Endgeräte und Semantik den größten Einfluss auf die Entwicklung im Bereich E-Mail-Management haben. Der Einfluss mobiler Geräte ist aktuell schon relativ hoch, sollte jedoch hinsichtlich der Produktentwicklung lediglich als eine weitere Clientalternative gesehen werden. Der zukünftige Nutzer wird diesen Kanal stärker nutzen und er muss unterstützt werden. Jedoch sollte sich dies nicht auf die Weiterentwicklung der Kernfunktionalität der Produkte auswirken.

Anders ist das bei der Semantik. Hier werden große Erwartungen an die Entwicklung gestellt. Wenn man den Fortschritt der letzten Jahre betrachtet, so wird deutlich, dass in diesem Bereich viel geschehen ist. Das enorme Potenzial von künstlicher Intelligenz, vor allem in Verbindung mit ausgereiften Regelwerken, kann in den nächsten Jahren entwicklungstechnisch weiter ausgenutzt werden und neue Ansätze hervorbringen. Das Thema SaaS wird von den Herstellern ebenfalls als ein wichtiger Aspekt angesehen. Hier zeigt sich aber, dass dieser Gedanke bei den Anwendern noch nicht richtig angekommen ist (vgl. Abbildung 15). Es bleibt abzuwarten wie sich die Nutzung von SaaS-Produkten entwickeln wird, jedoch ist davon auszugehen, dass im Bereich E-Mail-Management mit einem eher zögerlichen Herangehen der Unternehmen zu rechnen ist.

6. ZUSAMMENHÄNGE

Im folgenden Kapitel „Zusammenhänge“ wurden verschiedene Fragen aus beiden Umfragen herausgegriffen und diese kombiniert untersucht. Um die Antworten der Probanden zu beiden jeweiligen Fragen kombiniert darzustellen, wurden Zusammenhangstabellen gebildet, anhand derer verschiedene Vermutungen unterstützt oder verworfen werden können.

Bei Fragen mit besonders vielen Antwortmöglichkeiten wurden jeweils die Fragen mit den höchsten Ausprägungen je Antwortmöglichkeit dargestellt. Die jeweiligen Ausprägungen sind in den Tabellen farblich markiert.

		Setzen Sie in Ihrem Unternehmen eine Lösung zum E-Mail-Management ein?	
		Ja	Nein
In welche Branche ist das Unternehmen tätig?	Automobilindustrie	50	50
	Beratung	20	80
	Chemie/Pharmazie/Medizin	67	33
	Computer/EDV	53	47
	Dienstleistung	39	61
	Energieversorgung	35	65
	Finanzwirtschaft	36	64
	Gesundheitswesen	30	70
	Handel	15	85
	Industrie	22	78
	Logistik	25	75
	Medien/Werbung/Marketing	18	88
	Öffentliche Verwaltung	23	77
	Telekommunikation	50	50
	Versicherung	52	48
	Sonstige	36	64

n=99, Angaben in Prozent; Quelle: Pentadoc, 2009

Abbildung 36: Zusammenhang zwischen der Unternehmensbranche und dem Einsatz eines E-Mail-Management-Systems

Besonders in der Versicherungs-, Chemie/Pharma/Medizin- und der Computer/EDV Branche werden Lösungen zum E-Mail-Management eingesetzt.

Einschätzungen der Autoren

Der Einsatz von E-Mail-Management-Systemen ist besonders in den Branchen Versicherung, Chemie/Pharma und Computer/EDV verbreitet. Charakteristisch für diese Branchen ist ein hohes E-Mail-Aufkommen (insbesondere im Versicherungssektor). Jedoch wird aus der Umfrage ersichtlich, dass ausgenommen der Automobilbranche und der Telekommunikationsbranche, der Einsatz von E-Mail-Management-Lösungen unter den befragten Unternehmen deutlich unter 40 Prozent liegt. Schlusslichter bezüglich des Systemeinsatzes sind Handel und Medien/Marketing/Werbung. Das Ergebnis zeigt, dass ein Großteil der befragten Unternehmen unterschiedlicher Branchen aktuell noch kein System zur Unterstützung der E-Mail-Verwaltung einsetzen. Ebenso kann kein eindeutiger Schwerpunkt erkannt werden, dass in manchen Branchen der Einsatz eines E-Mail-Management-Systems besonders weit verbreitet ist. Dies bekräftigt die These, dass E-Mail-Management ein allgemeines Thema für Unternehmen aller Branchen ist und in diesen Unternehmen zum Einsatz kommt bzw. in der Zukunft zum Einsatz kommen wird.

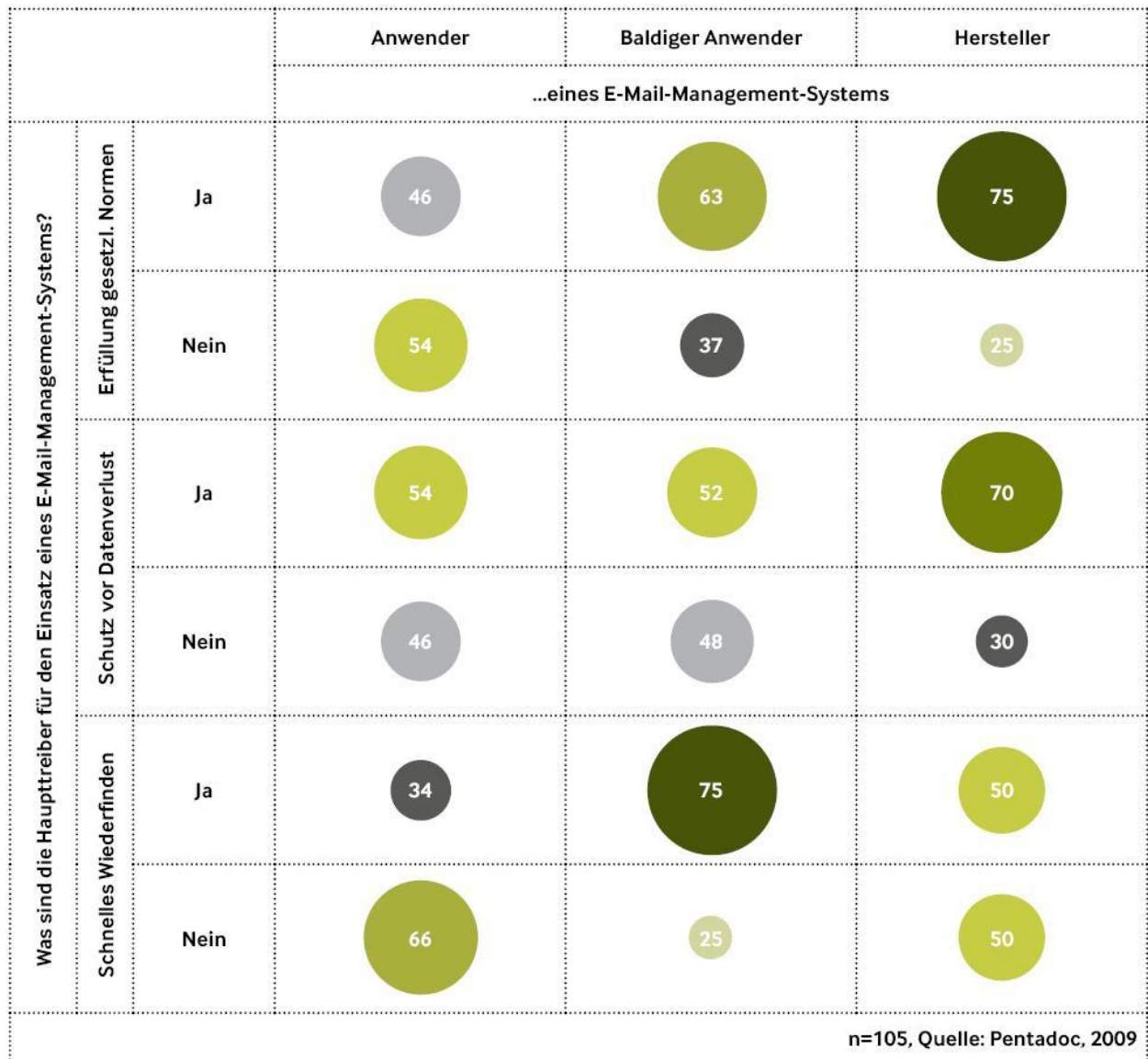


Abbildung 37: Vergleich der Anwender, baldigen Anwender und der Hersteller im Bezug auf die Haupttreiber zum Einsatz eines E-Mail-Management-Systems

Die Haupttreiber für den Einsatz eines E-Mail-Management-System, bzw. für die baldige Einführung, sind laut der Anwender, baldiger Anwender und Hersteller einstimmig die Erfüllung gesetzlichen Anforderungen. Während Anwender und Hersteller zudem den Schutz vor Datenverlusten als Haupttreiber ansehen, steht das schnellere Wiederfinden bei den Nichtanwendern im Vordergrund.

Einschätzungen der Autoren

Interessant ist das Ergebnis der Befragung, dass unabhängig davon ob aktuelle Anwender, baldige Anwender oder Hersteller befragt wurden, die Aussage bezüglich des Haupttreibers eines E-Mail-Management-Projekts im Bereich Compliance identisch war. Alle gaben in Bezug auf Compliance-Anforderungen an, dass dieser Aspekt ein Haupttreiber für E-Mail-Management ist. Vergleicht man jedoch in diesem Bereich die Aussagen, so zeigt sich, dass aktuelle Anwender diesem Thema deutlich weniger Gewicht zuordnen als baldige Anwender und Hersteller. Dies zeigt, dass die Erfüllung rechtlicher Vorschriften vor allem aus Sicht der Hersteller ein Haupttreiber für E-Mail-Management-Projekte ist. Jedoch muss an dieser Stelle aufgezeigt werden, dass Compliance zwar ein sehr wichtiger Aspekt im Rahmen eines Projekts ist, jedoch die Unterstützung der Anwender nicht aus den Augen verloren werden darf. Hersteller nutzen die gesetzlichen Vorschriften häufig als vertriebliches Argument. Es muss innerhalb eines Unternehmens aber immer individuell geprüft werden, welche E-Mails einer gesetzlichen Archivierungspflicht unterliegen. Pauschale Aussagen sind hier in den seltensten Fällen zutreffend.

Die Absicherung gegen Datenverlust ist auf Anwenderseite ein wichtiger Projekttrieb. Jedoch zeigt sich auch hier wieder, dass dieser Aspekt von den Herstellern als deutlich wichtiger eingestuft wird. Grundsätzlich gilt, dass die Unterstützung der Anwender und die Verbesserung der Arbeitsweise im Vordergrund stehen müssen. Aspekte wie Schutz vor Datenverlust und Einhaltung rechtlicher Vorschriften müssen ebenso berücksichtigt werden. Es ist aber davon auszugehen, dass in Zukunft die Anforderungen der Anwender und deren Unterstützung bei der Arbeit mit E-Mails mehr in den Vordergrund rücken werden.

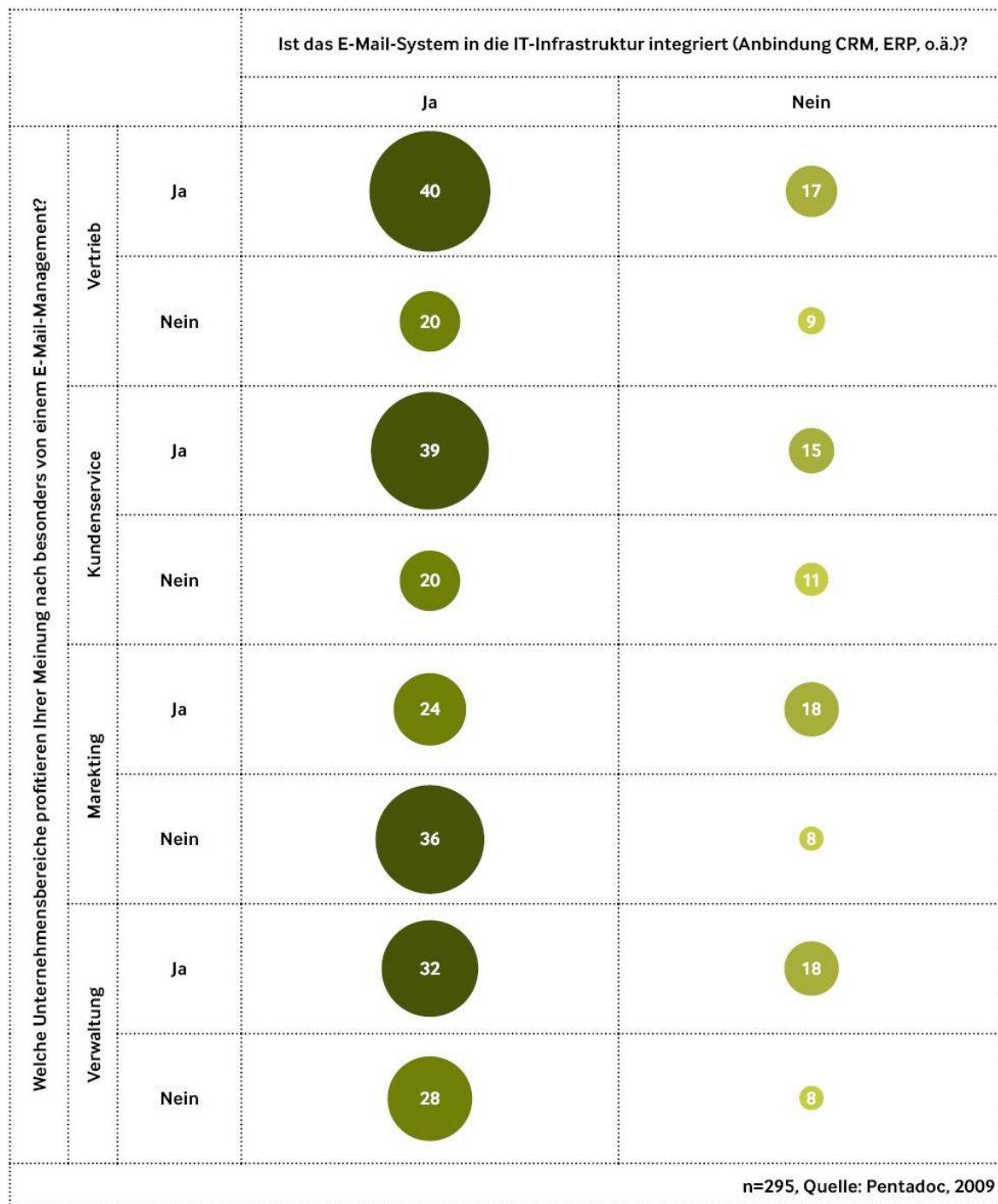


Abbildung 38: Zusammenhang zwischen den profitierenden Unternehmensbereichen eines E-Mail-Management-Systems und der Anbindung des Systems an die IT-Infrastruktur

Bei Anwendern, deren System in die IT-Infrastruktur integriert ist, werden als profitierende Unternehmensbereiche vom Einsatz der E-Mail-Management-Lösung vor allem der Vertrieb und der Kundenservice genannt. Bei Anwendern, deren System nicht in die IT-Infrastruktur integriert ist, werden die Bereiche Marketing und Verwaltung besonders als profitierend angesehen.

Einschätzungen der Autoren

Es sollte festgehalten werden, dass eine tiefe Integration des E-Mail-Systems in die IT-Infrastruktur für alle Abteilungen des Unternehmens grundsätzlich die größten Mehrwerte verspricht. Informationen, die in einer E-Mail enthalten sind, können nicht nur isoliert sondern in ganzheitlichem Zusammenhang zu einem Geschäftsvorfall betrachtet werden. Es verwundert daher kaum, dass der Vertrieb sowie der Kundenservice im Rahmen der Umfrage die höchsten Mehrwerte bei Integration der Lösung sehen. Die Verknüpfung der Kundeninformationen, beispielsweise aus einem CRM-System, ermöglicht erst eine wirkliche Prozessbearbeitung und bietet dem entsprechenden Mitarbeiter eine Sicht auf den gesamten Geschäftsvorfall.

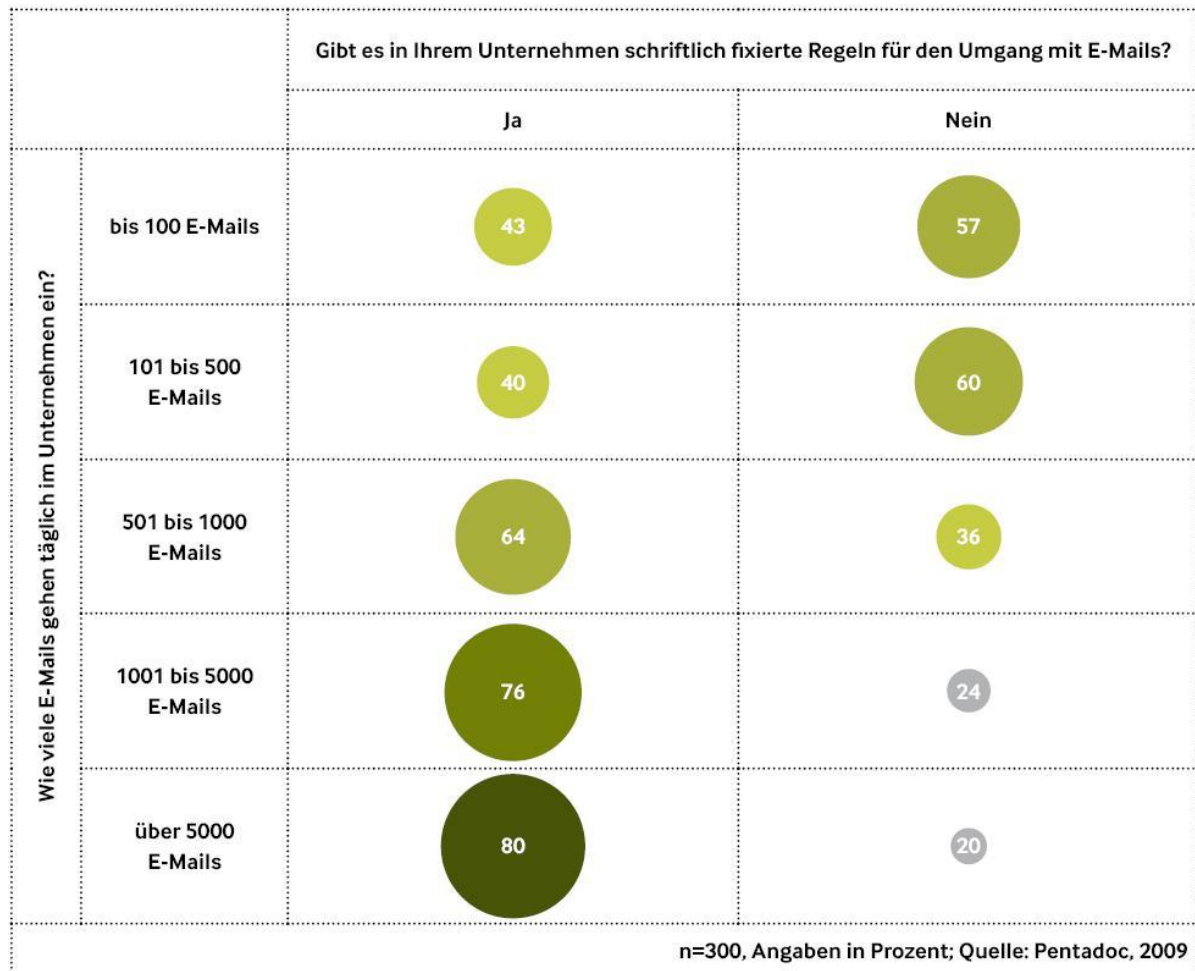


Abbildung 39: Zusammenhang zwischen der Anzahl der eingehenden E-Mails und den schriftlich fixierten Regeln im Umgang mit E-Mails

Besonders bei Unternehmen mit über 5.000 E-Mails bestehend bereits fixierte Regeln für den Umgang mit E-Mails.

Einschätzungen der Autoren

Richtlinien für den E-Mail-Verkehr können einen entscheidenden Beitrag zu einem E-Mail-Management-Konzept leisten. Dadurch können Mitarbeiter eines Unternehmens hinsichtlich des Umgangs mit dem Medium E-Mail sensibilisiert und somit auch E-Mails vermieden werden. Auch die Qualität der Nachrichten, insbesondere bezüglich der Repräsentation eines Unternehmens gegenüber externen Kommunikationspartnern, kann erhöht werden.

Die Umfrage zeigt, dass Regeln für den E-Mail-Verkehr erst ab einer bestimmten Anzahl von täglich eingehenden E-Mails in Unternehmen zum Einsatz kommen. 80 Prozent der befragten Unternehmen, die ein tägliches Volumen von über 5000 eingehenden E-Mails haben, setzen E-Mail-Richtlinien ein. Jedoch kann auch in kleineren Unternehmen bzw. in Unternehmen mit weniger E-Mail-Volumen der Einsatz von Regelungen deutliche Erleichterung im Umgang mit elektronischen Nachrichten bewirken. Die Umfrage zeigt jedoch, dass dies aktuell noch nicht weit verbreitet ist.

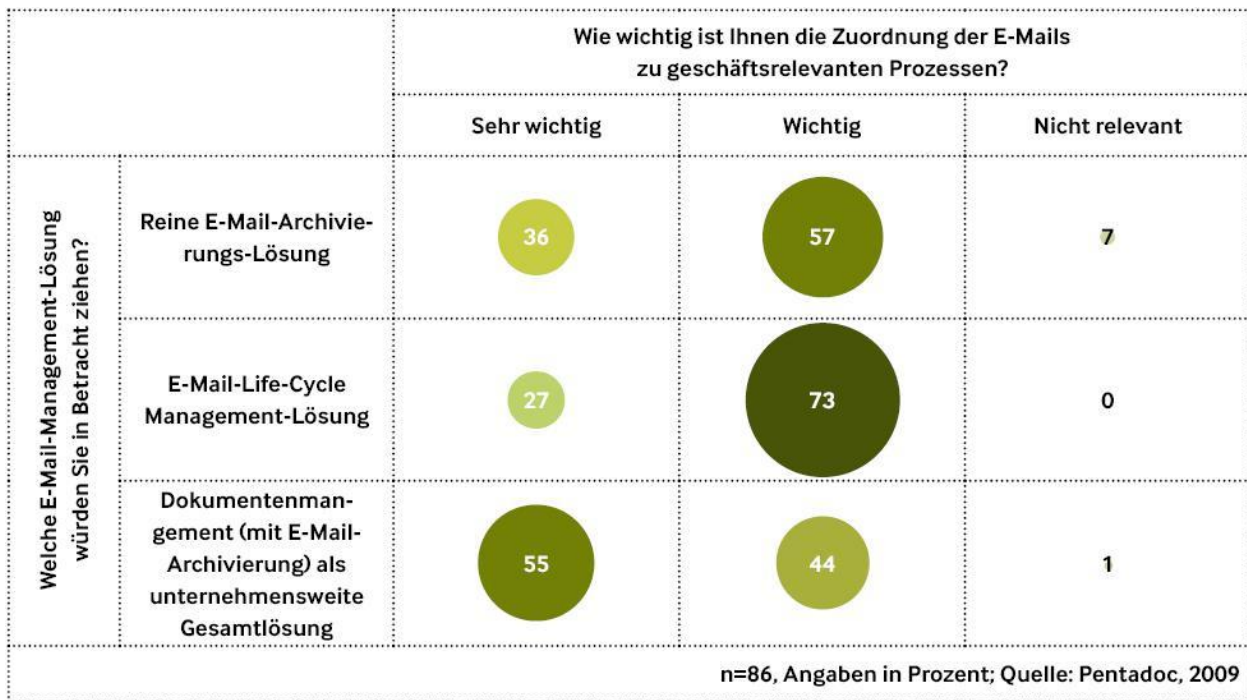


Abbildung 40: Zusammenhang zwischen der in Betracht gezogenen E-Mail-Management-Lösung und der Zuordnung von E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen

Anwender, die die Zuordnung von E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen sehr wichtig erachten ziehen Dokumentenmanagement als unternehmensweite Gesamtlösung in Betracht.

Einschätzungen der Autoren

Unter den Anwendern, welche die Zuordnung von E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen als sehr wichtig erachteten, ergab die Umfrage, dass 55 Prozent dieser Unternehmen eine Gesamtlösung für Dokumentenmanagement in Betracht ziehen. Bemerkenswert ist dennoch, dass 36 Prozent der befragten Unternehmen, die den Prozessbezug von E-Mails als sehr wichtig erachten, einer reinen E-Mail-Archivierungslösung den Vorzug geben würden. Dieses Resultat lässt den Schluss zu, dass die Unterschiede zwischen einer reinen E-Mail-Archivierungslösung und einem Dokumentenmanagementsystem möglicherweise für viele Anwender noch nicht deutlich zum Ausdruck kommen. Eine reine Archivierungslösung für E-Mails stellt den wichtigen und hinsichtlich eines zentralen Informationsmanagements erforderlichen Zusammenhang nicht ausreichend her. Dieses Potenzial kann erst mit der Einbindung von E-Mails in Geschäftsprozesse ausgeschöpft werden. Dokumentenmanagementsysteme bieten dafür viele Integrationsszenarien an.

	Welche Plattform nutzen Sie im E-Mail-Verkehr?			
	Microsoft Exchange	Lotus Notes	Novell Groupwise	Sonstige
Automobilindustrie	25	50	0	25
Beratung	67	0	0	33
Chemie/Pharmazie/Medizin	50	50	0	0
Computer/EDV	61	28	0	11
Dienstleistung	82	9	0	9
Energieversorgung	57	29	0	14
Finanzwirtschaft	60	40	0	0
Gesundheitswesen	56	22	22	0
Handel	50	0	0	50
Industrie	57	43	0	0
Logistik	100	0	0	0
Öffentliche Verwaltung	43	29	14	14
Telekommunikation	100	0	0	0
Versicherung	36	55	9	0
Sonstige	89	11	0	0

n=94, Angaben in Prozent; Quelle: Pentadoc, 2009

Abbildung 41: Zusammenhang zwischen der Unternehmensbranche und der eingesetzten E-Mail-Plattform

Einschätzungen der Autoren

Diese Auswertung verstärkt nochmals die dominante Stellung von Microsoft (Exchange/Outlook) und IBM (Domino/Notes) am Markt im Bereich der eingesetzten E-Mail-Plattformen. Es zeigt sich ebenfalls, dass dies auch branchenübergreifend der Fall ist. Der Trend, dass Unternehmen verstärkt auf die beiden erwähnten Hersteller setzen wird bestätigt. Ferner zeichnet sich ab, dass weitere Plattformen zunehmend weniger von Bedeutung sind und nur wenige Branchen eine andere Strategie diesbezüglich verfolgen.

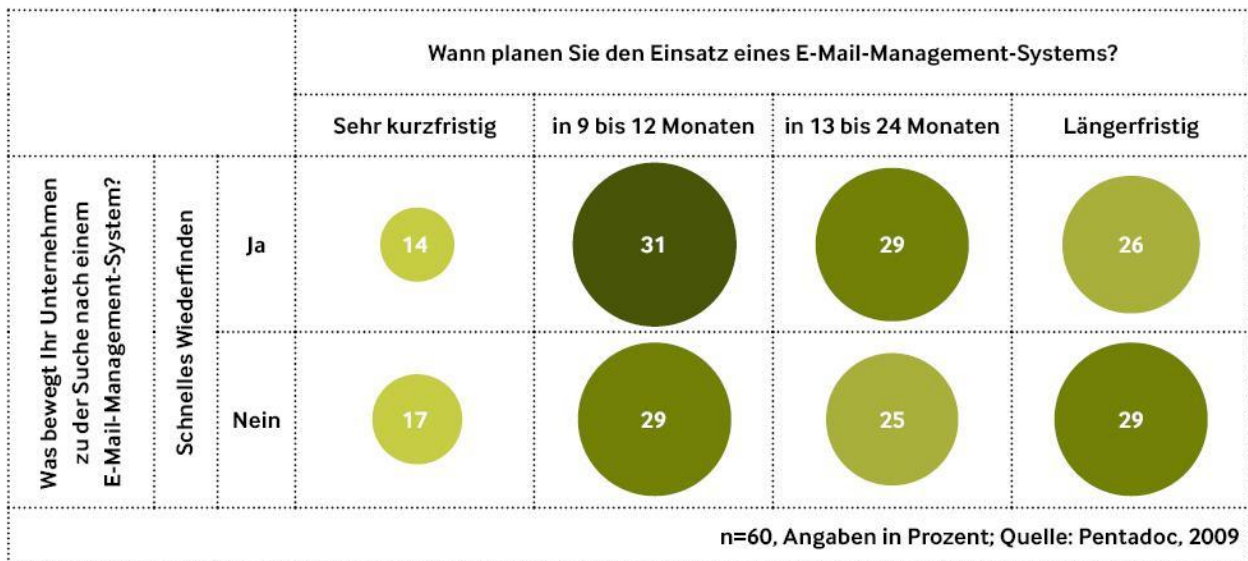


Abbildung 42: Zusammenhang zwischen den Beweggründen zur Suche eines E-Mail-Management-Systems und dem geplanten Einsatz eines Systems

Bei allen Unternehmen, die den Einsatz eines E-Mail-Management-Systems planen, wird besonders das schnelle Wiederfinden als Beweggrund genannt.

Einschätzungen der Autoren

Betrachtet man die befragten Unternehmen, die zukünftig die Einführung eines E-Mail-Management-Systems planen, so stellt sich der Aspekt des schnellen Wiederfindens von E-Mails als Hauptbeweggrund heraus. Dies zeigt auch, dass Beweggründe die aus anwenderspezifischen Problemen hervorkommen, von Unternehmen mittlerweile als Anlass genommen werden, sich nach einer Lösung umzusehen. Es kann angenommen werden, dass diese Gründe zukünftig stärker in Gewicht fallen werden.

7. STATISTISCHE DATEN

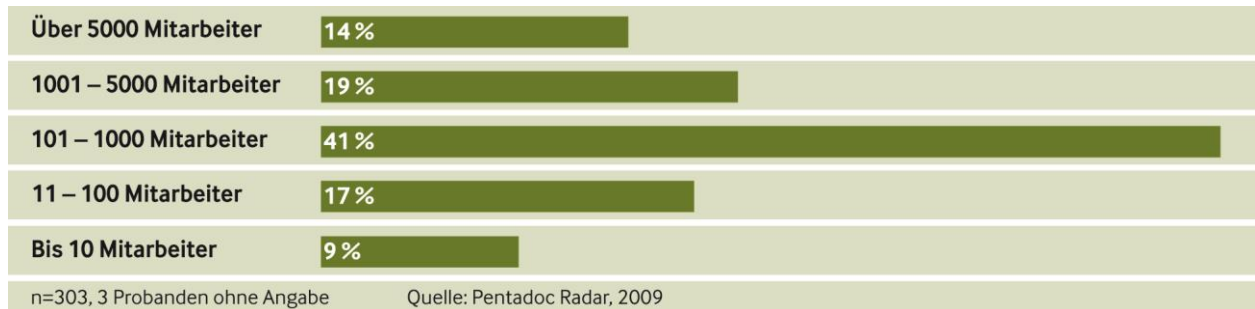


Abbildung 43: Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen?



Abbildung 44: In welcher Branche ist das Unternehmen tätig?

Sonstige Angaben:

Abwasser, Ausbildung, Bau 2x, Detailhandel, Die Post, gesetzl. Krankenversicherung, Immobilien 2x, Facility Management, kath. Kirche, Kongressveranstalter, Museum, non-profit, Öffentlicher Dienst, Re, Sozialbereich, Sozialversicherungen, techn. Dienstleistung, Verkehr, Verlag Fachinformationen.

8. KOMMUNIKATION 2015 – ODER: DIE ZUKUNFT DER E-MAIL

Vor gerade mal 25 Jahren, am 3. August 1984 um 10.14 Uhr, kam die erste E-Mail in Deutschland an. Heute, im Jahr 2009, ist diese Kommunikationsform weder aus dem privaten noch aus dem geschäftlichen Alltag wegzudenken. Kaum ein anderes Medium hat sich so schnell verbreitet und vielleicht ist das der Hauptgrund für die vielfältigen Probleme, die wir heute damit haben. Die Frage ist: „Wie gehen wir in Zukunft damit um?“

Wir schreiben den 5. Oktober 2015: Beim Betreten des Arbeitszimmers verkündet mir eine freundliche Computerstimme: „Sie haben acht unbearbeitete Vorgänge. Die restlichen Informationen wurden bereits verarbeitet, die relevanten Kernaussagen habe ich ihnen kurz zusammengefasst sowie ihre Termine und „ToDos“ in ihren Kalender übernommen.“

So, oder so ähnlich, könnte es in sechs Jahren aussehen, wenn nicht mehr das Transportmedium, also die E-Mail, sondern die darin enthaltene Information die entscheidende Rolle spielt.

Laut einer aktuellen Studie von Radicati bearbeitete ein sogenannter Information Worker bereits im Jahr 2003 57 E-Mails täglich – diese Zahl hat sich bis heute auf 167 E-Mails nahezu verdreifacht und wird laut der Prognose weiter ansteigen. Ein Großteil der, von dieser Masse an E-Mails, Betroffenen ist aber bereits heute maßlos überfordert und versucht sich mit Büchern wie „Erst denken, dann senden“ oder „Die E-Mail-Flut bewältigen“ zu helfen oder zumindest damit zu trösten, dass es viele Leute mit identischen Problemen gibt. Die rapide Verbreitung der „E-Mail“ begründet sich unter anderem darin, dass wir uns an ihre Vorzüge (z. B. den schnellen und kostenlosen Versand) gewöhnt haben und nicht mehr davon abweichen wollen. Diese Kosten- und Zeitersparnis gegenüber der – inzwischen liebevoll „Snail-Mail“ [Snail (engl.) für Schnecke] genannten – Briefpost und die verbesserten Sicherheitsmechanismen, z. B. Verschlüsselung und digitale Signatur, sind nur zwei der Gründe, warum die E-Mail gerade im geschäftlichen Umfeld sowohl den Postversand als auch das Telefon als Kommunikationsmedium überholt hat [Studie von KRC Research im Auftrag von Oracle]. IBM erwähnte schon im Jahr 2007 Studien, laut denen 75 % der Geschäftsprozesse in Großunternehmen nur mehr mit E-Mail-Unterstützung ablaufen. Und auch heute besteht, gerade im Bereich e-business, noch sehr großes Entwicklungspotential. Hier kommt ein weiterer Vorteil der E-Mail zum Tragen: Die übertragenen Daten stehen von Anfang an in elektronischer Form zur Verfügung. Dadurch ist eine Automatisierung, gerade bei strukturierten beziehungsweise halbstrukturierten Belegen (beispielsweise Rechnungen), bereits heute möglich und das Einsparpotential sowohl an Zeit als auch an Kosten ist enorm. Die Rechnungen können unter anderem Anhand des Absenders der E-Mail und der enthaltenen Bestellnummer klassifiziert und die enthaltenen Rechnungsdaten extrahiert werden. Diese werden anschließend mit den Daten aus dem eigenen System verglichen und automatisch freigegeben – sofern es keine Widersprüche gibt. Dadurch kann jede Menge fehlerträchtige, wenig wertschöpfende, manuelle Arbeit vermieden werden.

Allerdings sind die rechtlichen Anforderungen gerade im Bezug auf die digitale Übermittlung von Rechnungen – besonders in Deutschland – sowohl beim Rechnungssteller als auch beim Empfänger derzeit sehr hoch. Beispielsweise muss der Versender die Rechnung mit einer qualifizierten, elektronischen Signatur versehen – wozu er im Normalfall ein bestätigtes Zertifikat, eine Chipkarte, ein Lesegerät sowie die passende Software benötigt. Darüber hinaus muss der Empfänger die verschlüsselte und die entschlüsselte Rechnung, sowie den Schlüssel zur Entschlüsselung und die Prüfprotokolle auf einem Datenträger aufbewahren, der keine Änderungen zulässt.

Deswegen wurde im Rahmen des Richtlinienvorschlag KOM (2009) 21 von der Europäischen Kommission eine Standardisierung und eine Vereinfachung des elektronischen Rechnungsversands gefordert. Dadurch könnte der bisher minimale elektronisch versandte Anteil an den 28 Milliarden jährlich, europaweit ausgetauschten Rechnungen deutlich steigen und damit die E-Mail-Flut nochmals drastisch zunehmen.

Um eine solche erneute Zunahme bewältigen und positiv nutzen zu können, müssen mehrere Voraussetzungen erfüllt werden:

- Die Informationen müssen unabhängig vom „Transportmedium“ in die Wissensstruktur des Unternehmens integriert werden.
- Die enthaltenen Daten müssen soweit möglich automatisiert verarbeitet oder die Mitarbeiter bei der Bearbeitung unterstützt werden.
- Die E-Mail sollte nur noch eingesetzt werden, wofür sie geeignet ist. Der folgende Absatz befasst sich deshalb mit dem derzeitigen „Missbrauch“ des Mediums E-Mail.

Von 1971, sozusagen dem Geburtsjahr der E-Mail, bis 1992, dem Jahr in dem mime als Kodierstandard für Struktur und Aufbau von E-Mail-Nachrichten definiert wurde, konnten per E-Mail lediglich Textnachrichten versandt werden. Seit auf diesem Weg aber auch alle Arten an Dateien in Form von Anhängen ausgetauscht werden können wird das Medium, vermutlich aus reiner Bequemlichkeit, „missbraucht“. So werden zum Beispiel Dokumente gleichzeitig an verschiedene Kollegen zur Überarbeitung versandt – was nahezu zwangsläufig zu einem „Versionschaos“ führt. Ein anderes Beispiel ist die Koordination von Terminen per E-Mail: Irgendjemand hat meist doch nochmal einen anderen Terminwunsch oder korrigiert die Agenda – das führt häufig zu einem Ping-Pong Effekt und wenn dann zu allem Überfluss noch die ganze Abteilung per cc-Versand in die Kommunikation eingebunden wird, hat das gewohnte Vorgehen vor allem Eins zur Folge: Chaos und immer weiter überfließende Postfächer.

In Zeiten des web2.0 haben sich für die oben angesprochenen und viele andere Probleme weitaus geeignetere Angebote entwickelt. Diese gilt es jetzt in den Unternehmen zu etablieren, um die Mitarbeiter vor dem „Ertrinken“ in ihren E-Mails zu retten.

Im Umgang mit der elektronischen Post müssen „althergebrachte“ Gewohnheiten abgeschafft und durch sinnvolle Kommunikationsrichtlinien ersetzt werden. So gilt es schon heute die neuen Kommunikationsangebote in den Geschäftsalltag zu integrieren, um nicht von den Entwicklungen überholt zu werden. Im world wide web hat sich „social software“ (z. B. wikis, blogs, podcasts etc.) im Laufe der letzten Jahre etabliert – aber wie sieht es in den Unternehmen aus? Wo und wie kann „social software“ genutzt werden und wie verbreitet ist diese Nutzung schon?

Wikis eignen sich beispielsweise hervorragend für die Koordination von Terminen und Meetings: Jeder Beteiligte ist stets auf dem neuesten Stand und kann sich direkt einbringen, ohne mit alten, überholten oder noch nicht kommunizierten Versionen kämpfen zu müssen.

Auch im Bereich „collaboration“, also der Zusammenarbeit, gibt es inzwischen diverse Möglichkeiten, die alle weit besser geeignet sind als ein endloser E-Mail-Dialog – nicht zuletzt deswegen wird „online-collaboration“ von den Herstellern als einzige, wirklich wichtige Alternative zur E-Mail gesehen.

Für den Einstieg bieten sich SaaS-Angebote (Software as a service) – also gehostete Lösungen – ohne großen Unterhalt und Einführungsaufwand an. Im Internet finden sich hier diverse Dienste, von der gemeinschaftlichen Lesezeichenverwaltung (social bookmarking), über online-mindmapping bis hin zu kompletten Projektmanagement-Plattformen, die alle eine ortsunabhängige Zusammenarbeit ermöglichen. Allerdings besteht hier das Problem der Integration in die unternehmensinterne Wissensbasis weshalb sich diese Angebote – zumindest derzeit – eher zum Kennenlernen und Testen eignen.

Um sich über die erstellten Inhalte auszutauschen oder auch für kurze interne Terminabsprachen eignen sich Instant-Messaging-Plattformen oder „Voice over IP-Dienste“, die bereits heute häufig den Griff zum Telefon ersetzen. Vorausgesetzt die Inhalte unterliegen nicht einer gesetzlichen Archivierungspflicht.

Die E-Mail-Kommunikation muss auf diese Weise entlastet werden, um sie wieder dafür nutzen zu können, wofür sie geeignet ist: zum Beispiel den schnellen und durch Verschlüsselung und digitale Signatur auch sicheren Transport von geschäftlich relevanten, archivierungspflichtigen Dokumenten. Aber auch hier gibt es unterschiedliche Alternativen, aus denen man wählen kann. Alternativ zur E-Mail als Trägermedium, die sich vor Allem eignet wenn viele unterschiedliche Geschäftspartner in unregelmäßigen Abständen kontaktiert werden müssen, seien hier auch noch Portale genannt. Diese kommen vor allem intern, aber auch beim Austausch von Dokumenten zwischen festen Geschäftspartnern, zum Einsatz.

Die Herausforderung für die Unternehmen besteht darin, jedes der neuen Angebote dort einzusetzen, wo es geeignet ist (auch heute hat das direkte Gespräch im Büro noch seine Daseinsberechtigung) und trotzdem keine „Informationsinseln“ entstehen zu lassen.

Die Vermeidung solcher nicht integrierter Information wird neben dem sinnvollen Umgang mit den Kommunikationsmöglichkeiten in Zukunft entscheidend sein. Dazu müssen die Informationen von den „Transportmedien“ getrennt und in die Wissensstruktur des Unternehmens überführt werden. Eine einzige, zentrale Wissensbasis im Unternehmen ist die Grundlage für die Informationsverarbeitung der Zukunft. Nur so kann – eine entsprechende Weiterentwicklung im Bereich der automatischen Verarbeitung, z. B. der KI [Künstliche Intelligenz], den Regelwerken oder der Semantik, vorausgesetzt – das eingangs beschriebene Szenario wahr werden.

Zum Schluss: Die E-Mail wird uns mit ziemlicher Sicherheit noch lange erhalten bleiben – wie sie sich allerdings weiterentwickelt ist schwierig vorherzusagen. Einen Eindruck einer möglichen Entwicklung bietet das Projekt „wave“ von google mit dem Slogan: „Wie würde E-Mail aussehen, wenn es heute erfunden würde?“. Dabei lassen sich zwei Trends erkennen: Zum einen gibt es einen Trend hin zur Selbstbedienung und zur Beteiligung wie auch bei wikis, blogs oder rss-feeds (so ist man bei wave kein wave-Empfänger, sondern man wird eingeladen sich an der wave zu beteiligen). Anwender sind damit selbst dafür zuständig auf dem Laufenden zu bleiben und sich einzubringen. Zum anderen werden die heute so vielfältigen Kanäle zusammengefasst beziehungsweise in bestehende Lösungen integriert. Ob damit das Beste oder das Schlechteste aus den verschiedenen Bereichen kombiniert wird bleibt abzuwarten.

9. FAZIT DER AUTOREN

Im Fokus der Studie standen sowohl Anwender und Anbieter von E-Mail-Management-Lösungen. Nach einer Analyse der Ergebnisse sowohl auf Anwender- als auch auf Herstellerseite, zeigten sich einige sehr interessante Erkenntnisse. So ist beispielsweise ein Wandel in der Wahrnehmung von E-Mail-Management bei den Anwendern erkennbar. Dies schlägt sich vor allem in den Beweggründen für ein E-Mail-Management-System nieder. Waren dies früher eher Archivierungsaspekte oder gesetzliche Anforderungen, so sind heutzutage immer häufiger die Argumente „bessere Vorgangsbearbeitung“, „Anwenderunterstützung“ oder „Integration von E-Mails in ein unternehmensweites Dokumentenmanagement“ zu hören. Dies zeigt, dass mittlerweile bei den Anwendern dieser Systeme ein Umdenken stattfindet. Wie sich diese Entwicklung in den nächsten Jahren fortsetzt, bleibt erst einmal abzuwarten.

Eines kann jedoch mit Gewissheit gesagt werden. E-Mail-Management ist ein zentrales Thema in modernen Unternehmen. Die Unternehmen sind sich mittlerweile auch bewusst, dass E-Mails immer mehr zum Problem werden und dagegen etwas getan werden muss. Doch entscheidend für den Erfolg von E-Mail-Management-Projekten ist eine strukturierte Vorgehensweise und eine klare Strategie.

Das bedeutet, dass in erster Linie ein Konzept für die Verwaltung von E-Mails entworfen werden muss. Da dieses Thema keineswegs rein technischer Natur ist, ist ein Projektteam bestehend aus Vertretern unterschiedlicher Organisationseinheiten sinnvoll. E-Mail-Management ist eben kein reines IT-Thema, sondern ein unternehmensübergreifendes Thema, welches auch eine globale Betrachtung erfordert. Die folgenden zentralen Fragestellungen sollten sich Projektverantwortliche stellen:

- Welche E-Mails sollen bzw. müssen archiviert werden?
- Welcher Ansatz soll gewählt werden?
- Welche rechtlichen Vorschriften sind relevant?
- Welche Richtlinien für den E-Mail-Verkehr werden benötigt?
- Müssen organisatorische Maßnahmen getroffen werden?
- Wie kann ein einheitliches Informationsmanagement erreicht werden?
- Welches System ist für diese Anforderungen geeignet?

Gerade bei der Wahl des richtigen Systems, sollte man sich der Analyse der eigenen Prozesse und Anforderungen stellen. Dabei ist ein strukturiertes, schrittweises Vorgehen im Auswahlprozess erfolgsentscheidend. Zudem muss die Unterstützung der Anwender, welchen ein besseres und einfacheres Arbeiten ermöglicht werden soll, immer als oberstes Ziel über dem Projekt stehen.

E-Mail-Management ist ein Thema, welches in den wenigsten Fällen an der technischen Leistungsfähigkeit der Produkte scheitert. Entscheidend ist die unternehmensweite Planung und Organisation der E-Mail-Management-Prozesse. Nur wenn diese Betrachtung erfolgt, kann E-Mail-Management sein volles Potenzial entfalten und Anwender und Technik spürbar entlasten.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Setzen Sie in Ihrem Unternehmen eine Lösung zum E-Mail-Management ein? 12

Abbildung 2: Seit wie vielen Jahren setzen Sie in Ihrem Unternehmen bereits E-Mail-Management ein? 13

Abbildung 3: Welche Plattform nutzen Sie im Bereich E-Mail-Verkehr? 13

Abbildung 4: Gibt es in Ihrem Unternehmen schriftlich fixierte Regeln für den Umgang mit E-Mails? 14

Abbildung 5: Was waren die damaligen Beweggründe für die Einführung eines E-Mail-Management-Systems? 15

Abbildung 6: Welche Unternehmensbereiche profitieren Ihrer Meinung nach besonders von einem E-Mail-Management-System? 17

Abbildung 7: Welche Funktionen bietet Ihnen Ihr E-Mail-Management-System? 18

Abbildung 8: Wie viele E-Mails gehen täglich im Unternehmen ein? 19

Abbildung 9: Ist das E-Mail-System in die IT-Infrastruktur integriert (Anbindung CRM, ERP, o.ä.)? 20

Abbildung 10: Welche Funktionen vermissen bzw. bemängeln Sie bei Ihrem E-Mail-Management-System? 21

Abbildung 11: Welche Auswirkungen hat die aktuelle Finanzkrise auf Ihre Projektplanungen im IT-Bereich? 22

Abbildung 12: Planen Sie zukünftig den Einsatz von E-Mail-Management? 23

Abbildung 13: Wann planen Sie den Einsatz eines E-Mail-Management-Systems? 24

Abbildung 14: Welche Groupware setzen Sie ein? 24

Abbildung 15: Wie würden Sie die E-Mail-Management-Lösung einsetzen? 25

Abbildung 16: Welche Clients würden zum Einsatz kommen? 26

Abbildung 17: Wie wichtig ist Ihnen die Zuordnung der E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen? 27

Abbildung 18: Welche E-Mail-Management-Lösung würden Sie in Betracht ziehen? 28

Abbildung 19: Was bewegt Ihr Unternehmen zu der Suche nach einem E-Mail-Management-System? 29

Abbildung 20: Wer wäre bei der Auswahl einer Lösung bei Ihnen im Hause beteiligt? 30

Abbildung 21: Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf Ihre aktuellen Projektplanungen im Bereich Informationsmanagement? 31

Abbildung 22: Wie heißt die aktuelle Version Ihrer E-Mail-Management-Anwendung?	32
Abbildung 23: Was sind die Hauptfunktionen Ihrer Anwendung?	33
Abbildung 24: Verwendet Ihre Lösung ein eigenes User-Interface?	34
Abbildung 25: Wie behandelt Ihre Lösung SPAM und Viren?.....	35
Abbildung 26: Mit welcher Methodik arbeiten Sie bei der Klassifikation?.....	36
Abbildung 27: Anhand welcher Komponenten der E-Mail kann diese klassifiziert werden?	37
Abbildung 28: Können Daten extrahiert werden?	38
Abbildung 29: Wie hoch ist der Schulungsaufwand für die Anwender? (in Stunden).....	39
Abbildung 30: Wer sollte Ihrer Meinung nach bei der Auswahl und Einführung eines E-Mail-Management-Systems beteiligt sein?.....	40
Abbildung 31: Was sind Ihrer Meinung nach die Haupttreiber für den Einsatz eines E-Mail-Management-Systems?.....	41
Abbildung 32: Wo sehen Sie im Bereich des E-Mail-Managements das größte Entwicklungspotential/den größten Entwicklungsbedarf?	42
Abbildung 33: Wo liegen die größten Probleme bei der Einführung eines E-Mail-Management-Systems?	43
Abbildung 34: Welche der folgenden Konzepte sehen Sie als Ergänzung oder Alternative zur E-Mail?	44
Abbildung 35: Was wird den größten Einfluss auf die zukünftigen Entwicklungen im Bereich E-Mail-Management haben?	45
Abbildung 36: Zusammenhang zwischen der Unternehmensbranche und dem Einsatz eines E-Mail-Management- Systems	47
Abbildung 37: Vergleich der Anwender, baldigen Anwender und der Hersteller im Bezug auf die Haupttreiber zum Einsatz eines E-Mail-Management-Systems	49
Abbildung 38: Zusammenhang zwischen den profitierenden Unternehmensbereichen eines E Mail-Management- Systems und der Anbindung des Systems an die IT-Infrastruktur.....	51
Abbildung 39: Zusammenhang zwischen der Anzahl der eingehenden E-Mails und den schriftlich fixierten Regeln im Umgang mit E-Mails	53
Abbildung 40: Zusammenhang zwischen der in Betracht gezogenen E-Mail-Management-Lösung und der Zuordnung von E-Mails zu geschäftsrelevanten Prozessen.....	54
Abbildung 41: Zusammenhang zwischen der Unternehmensbranche und der eingesetzten E Mail-Plattform.....	55

Abbildung 42: Zusammenhang zwischen den Beweggründen zur Suche eines E-Mail-Management-Systems und dem geplanten Einsatz eines Systems 56

Abbildung 43: Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen? 57

Abbildung 44: In welcher Branche ist das Unternehmen tätig? 57



pentadoc radar versorgt den deutschsprachigen ECM-Markt zukünftig noch fokussierter mit detaillierten Marktdaten – Business-Researches, Technologiestudien, White Papers, Benchmarks u. Ä. – und schließt damit die Informationslücke der großen Research-Häuser im breiten Spektrum des ECM-Marktes.

pentadoc radar umfasst vier Bereiche: Business-Research, Labor/Zertifizierung, Beratung und Veranstaltungen (www.ecm-tage.de)

PENTADOC AG
Kastor & Pollux
Platz der Einheit 1
D-60327 Frankfurt am Main
Fon +49 (0) 69 975 03 482
Fax +49 (0) 69 975 03 200
Mail info@pentadoc.de

PENTADOC Schweiz GmbH
Baarerstraße 63
CH-6302 Zug
Fon +41 (0) 41 729 09 62
Fax +41 (0) 41 729 09 99
Mail info@pentadoc.ch

PENTADOC Ges. m.b.H.
Börsegebäude
Schottenring 16
A-1010 Wien
Fon +43 (0) 1 537 124 818
Fax +43 (0) 1 537 124 000
Mail info@pentadoc.at