

## **Gemeinsam gewachsen**

**Die Deutsche BKK arbeitet schon seit 2001 mit einer Hybridmail-Lösung der FP iab. Inzwischen verschicken bundesweit alle Mitarbeiter der Betriebskrankenkasse ihre Post ganz einfach per Klick.**

„Wer wissen will, warum wir uns für den digitalen Briefversand entschieden haben, muss sich nur einmal die Ausgangssituation im Jahr 2001 angucken“, erzählt Andreas Simmig, Leiter Allgemeine Verwaltung bei der Deutschen BKK in Wolfsburg: „Damals mussten unsere Mitarbeiter jeden einzelnen Brief auf normalen Arbeitsplatzdruckern ausdrucken. Und damit fing die Arbeit ja erst richtig an: Briefe aus dem Drucker holen, kuvertieren, sammeln und in die Poststelle tragen, wo sie wiederum frankiert und an die Deutsche Post AG übergeben wurden.“ Kurz: Das Handling des täglichen Postaufkommens in der Betriebskrankenkasse war eine ziemlich zeit- und kostenintensive Angelegenheit. Grund genug für die Deutsche BKK, um sich auf die Suche nach einer professionellen Lösung zu machen.

Fündig wurde die Deutsche BKK schließlich bei der FP iab (internet-access GmbH) aus Berlin. Die Tochter von Francotyp-Postalia, Komplettendienstleister für die Postbearbeitung, bietet Softwarelösungen zum digitalen Postversand an. Seit inzwischen neun Jahren arbeitet die Deutsche BKK nun mit der Lösung FP businessmail der iab. Mit dieser funktioniert der Briefversand für die Mitarbeiter der Betriebskrankenkasse praktisch genauso wie das Verschicken einer E-Mail: Ein Klick mit der Mouse – und raus ist der Brief. Die Lösung wird ähnlich einem Druckertreiber implementiert und fortan verlässt die Ausgangspost das Haus auf digitalem Weg. Ausgedruckt werden die Briefe erst gesammelt in einem Druckzentrum der iab. Dort werden sie auch fertig konfektioniert und zum Versand an die Deutsche Post AG übergeben.

Mit der Softwarelösung der iab arbeiten inzwischen bundesweit alle rund 50 Filialen der Deutschen BKK. „Für uns hat das eine Menge Vorteile mit sich gebracht“, erläutert Simmig: „Unsere Mitarbeiter

wurden entlastet. Die freigewordenen personellen Ressourcen setzen wir seitdem verstärkt in unserem originären Kerngeschäft ein, zum Beispiel in der persönlichen und telefonischen Kundenberatung oder für eine beschleunigte Sachbearbeitung. So profitieren letztlich auch unsere Kunden davon.“ Hinzu kommen massive Einsparungen: Prozesskosten, Verwaltungskosten, Druckkosten, Materialkosten, Portokosten, Transport- und Lagerkosten – allesamt gesenkt. Und durch das Entfallen diverser Schnittstellen verkürzten sich zudem noch die Durchlaufzeiten der Post.

Bevor sich die Deutsche BKK für eine Lösung der FP iab entschieden hat, wurde diese allerdings auf Herz und Nieren geprüft. Dabei standen mehrere Kriterien auf der Liste, die die FP-Tochter zu erfüllen hatte: „Zunächst einmal war uns wichtig, dass die Software mit unserem Textverarbeitungssystem kompatibel ist.

Anwenderfreundlich sollte sie auch sein. Und sie musste uns die Möglichkeit bieten, unterschiedliche Beilagen beizusteuern“, erinnert sich Simmig. Auch die mehrfache Datenanlieferung pro Tag spielte eine wichtige Rolle, genauso wie die Option, Druck und Postaufgabe innerhalb eines Tages über die Bühne zu kriegen.

Upgrademöglichkeiten sollten die Investitionssicherheit gewährleisten – „und dann war da noch das große Thema Datensicherheit“, erklärt Simmig.

Als Körperschaft des öffentlichen Rechts mit Selbstverwaltung unterliegt die Deutsche BKK einer besonderen Datenschutzverpflichtung, laut der sie die datenschutzrechtlichen Bestimmungen nach dem Bundesdatenschutzgesetz und dem Sozialgesetzbuch einzuhalten hat. „Unser Kunde arbeitet täglich mit sensiblen Sozialdaten. Die Datensicherheit beim Handling stellen wir durch ein manipulationssicheres Verschlüsselungsverfahren sicher. Letzteres setzen wir auch in anderen Branchen ein, die mit sensibler oder rechtsrelevanter Post arbeiten“, erklärt Dr. Alexander Seyferth, Geschäftsführer der iab.

Inzwischen ist FP businessmail bei der Betriebskrankenkasse seit fast zehn Jahren im Einsatz: „Damals, bei der Implementierung der

Lösung, standen ihr einige unserer Mitarbeiter noch skeptisch gegenüber“, erinnert sich Simmig. Schließlich sei man es gewohnt gewesen, die eigene Post auch selbst zu konfektionieren. „Aber die Vorteile der Plattform wurden in unserem Haus sehr schnell deutlich. Dadurch wuchs eine Vertrauensbasis heran, und inzwischen hat sich die Software etabliert. Briefe selbst konfektionieren, das will doch heute keiner mehr.“

Die guten Erfahrungen mit der iab-Lösung, erzählt er weiter, seien sicher auch der Grund dafür, dass die Versandmengen der Deutschen BKK über die iab kontinuierlich gestiegen sind: Inzwischen verschickt die Betriebskrankenkasse pro Jahr rund 2,7 Millionen Briefsendungen als Hybridpost, was rund 70 Prozent von deren gesamtem Briefvolumen entspricht. „Wenn das Briefvolumen eines Kunden über die Jahre anwächst, ist das für unsere Software kein Problem“, erklärt Dr. Seyferth weiter. „Sie ist skalierbar und wächst einfach mit ihren Aufgaben. Die restlichen Sendungen der Deutschen BKK können nicht per Hybridmail verschickt werden: „Dabei handelt es sich hauptsächlich um Originale, zum Beispiel Kuranträge, Heil- und Kostenpläne, Verträge oder Belege, die wir an Kunden zurücksenden“, erklärt Simmig.

Seit Anfang des Jahres profitiert die Deutsche BKK zudem von der Angliederung der iab an die FP-Gruppe. Über deren Tochterunternehmen freesort GmbH können nun zusätzliche Kostenoptimierungen erwirtschaftet werden. Die freesort konsolidiert das Briefaufkommen der Deutsche BKK, sprich: Sie übernimmt die Briefsendungen von der iab und sortiert sie nach Leitregionen vor. Für diese Vorleistung erhält sie von der Deutschen Post einen Portorabatt – den sie als Portooptimierung wieder an die Deutsche BKK zurückgibt. „Bisher hatten wir mit einem anderen Konsolidierer zusammengearbeitet“, erzählt Simmig abschließend. Aber dadurch, dass wir bei FP nun alles aus einer Hand bekommen, sparen wir Zeit und unnötige Schnittstellen. So haben wir die Menge an Konsolidierungsfähigen Briefen spürbar erhöht – und unsere Portokosten damit noch einmal deutlich reduziert.“