

# Vorschau: Kofax Capture 8

*Neuer Name und neue Funktionen für das Flaggschiff-Produkt*



Anlässlich der letzten AIIM (Association for Information and Image Management) Expo und Konferenz stellte Kofax eine neue Version seiner zentralen Information Capture-Plattform vor. Die Bekanntgabe beinhaltet den Austausch des Markennamens Ascent Capture durch Kofax Capture. Damit ist die neue Version 8.0 das erste Produkt, das unter der neuen weltweiten Unternehmensmarke Kofax eingeführt wird. Mit der Umfirmierung wollen wir mögliche Verwirrungen durch die zahlreichen verschiedenen Produktbezeichnungen beseitigen, die das Unternehmen im Laufe der Zeit aufgenommen hat.

„Wir sind zuversichtlich, mit der Umstellung auf den Namen Kofax Capture die Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen mit unseren Kunden einfacher und effizienter zu gestalten“, erklärte Andrew Pery, Chief Marketing Officer von Kofax. „Damit setzen wir unsere im letzten Jahr mit der Ankündigung eines einheitlichen Produktportfolios (Kofax Intelligent Capture & Exchange) und der Umfirmierung von DICOM Group plc in Kofax plc eingeleiteten Anstrengungen und fort.“

# Was ist neu an Kofax Capture 8.0?

## Enterprise: Disaster Recovery

Der Schutz unersetzbarer Daten hat bei Kofax-Kunden eine hohe Priorität gewonnen. Deshalb enthält Kofax Capture 8.0 mehrere neue Funktionen zur Disaster Recovery mit der Unterstützung für mehrere Standorte. Damit lassen sich Dokumentendaten an entfernten Standorten verarbeiten und bei einer Betriebsunterbrechung eines Standort an alternative Standorte umleiten. Außerdem gewährleistet die Notfallwiederherstellung eine 100-prozentige Datenvorhaltung, wenn ein zentraler Dokumentenverarbeitungsstandort ausfällt.

„Mit der Einführung von Kofax Capture 8.0 bieten wir unseren Kunden die Sicherheit, dass auch beim Ausfall eines Standorts die Remote-Standorte automatisch an die verbleibenden Standorte umgeleitet werden, sodass geschäftskritische Operationen ohne Datenverlust fortgeführt werden können“, sagte Brad Hamilton, Vice President des Bereichs Capture Products bei Kofax.

## Enterprise: SNMP-Monitoring

Neben der Disaster Recovery bietet Kofax Capture 8.0 durch die Unterstützung von SNMP (Simple Network Management Protocol) den Benutzern auch die Möglichkeit, Kofax Capture-Anwendungen zu überwachen. Dadurch erhalten alle Benutzer einen Echtzeitzugriff auf Daten von jedem beliebigen Ort aus. Dies erhöht die Dokumenten-Kontinuität, da Benutzer nicht mehr über verschiedene Überwachungstools auf das System zugreifen müssen.

## Verwendung von Industriestandards

Kofax Capture 8.0 bietet ebenfalls die enge Integration und Unterstützung für IBM-DB2- und Oracle-Datenbanken und die neuesten Versionen des Betriebssystems Microsoft Windows Vista. Dank der offenen, nichtproprietären Architektur haben die Kunden die Möglichkeit, mit Kofax Capture 8.0 ihre bevorzugte Datenbanksoftware zu verwenden und alle Betriebs- oder Sicherheitsfunktionen ihres Betriebssystems zu nutzen.

## Höhere Sicherheit

Zur weiteren Erhöhung der Sicherheit enthält Kofax Capture 8.0 auch eine Routing-Funktion, die es den Anwendern ermöglicht, Dokumente zur spezialisierten Verarbeitung an bestimmte Personen und Gruppen zu leiten. Außerdem bietet die Software den Benutzern eine Funktion zum Ausblenden irrelevanter Menüs und Sperren unzulässiger Optionen, wodurch die Wahrscheinlichkeit von Anwenderfehlern vermindert wird.

## Vereinfachtes Preismodell

Beginnend mit Kofax Capture 8.0 wird auch ein neues Preismodell eingeführt, das auf zwei Variablen basiert – dem jährlichen Seitenaufkommen und der Anzahl gleichzeitiger Benutzer.

Viele andere Merkmale wie verteilte Erfassung (früher unter Ascent Capture Internet Server oder ACIS laufend) und SOA-Compliance (früher unter Ascent Collection Server oder ACS) sind im neuen Modell jetzt im Paket zusammengefasst.

# Aus DICOM wird Kofax

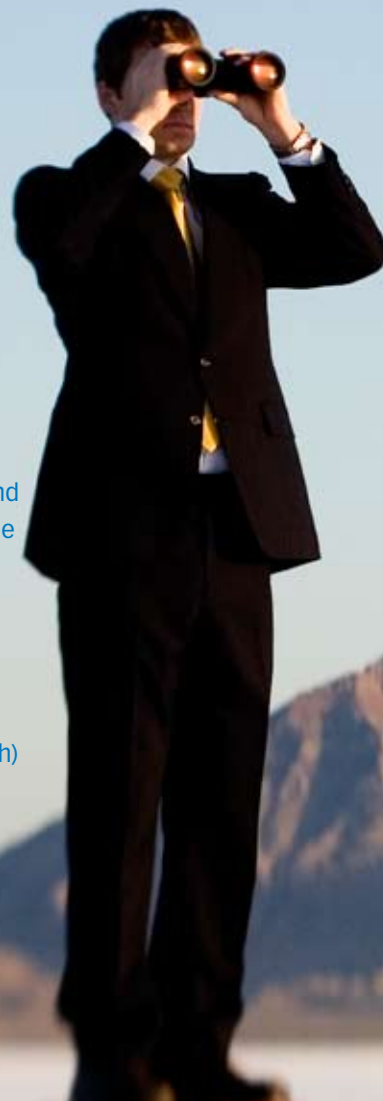
## Der Name ändert sich, das Commitment bleibt

Vor nur wenigen Monaten wurde Reynolds Bish zum CEO der DICOM Group, der Muttergesellschaft von Kofax, berufen. Der Branchenpionier arbeitet offensichtlich seit seinem Eintritt mit vollem Einsatz. Nach einer intensiven Unternehmensanalyse erhielt Bish die Zustimmung des Vorstands, die DICOM Group in „Kofax plc“ umzubenennen.

Paradoxerweise haben viele Kofax-Kunden in all den Jahren nicht bemerkt, dass das Unternehmen eigentlich gar nicht Kofax hieß! Die Muttergesellschaft DICOM Group wird an der Londoner Börse LSE gehandelt und war in Europa als Distributor von Scannern und Massenspeichergeräten bekannt. Mit den Jahren akquirierte die DICOM Group jedoch eine Anzahl bekannter Marken, darunter auch Kofax, Neurascript, Mohomine, TOPCALL und LCI. Mit ihnen kam auch eine große Zahl unterschiedlicher Produktbezeichnungen, unter denen die Kunden jeweils das Unternehmen kannten. Jetzt wurden alle diese Namen unter dem Dach der Marke Kofax vereint.

„Es gab in der Vergangenheit sowohl intern als auch extern Verwirrung über unsere vielen Brands, die zu einem großen Teil über Akquisitionen zu uns kamen“, sagte Bish in einer Stellungnahme. „Unter allen Marken und Produkten der DICOM Group genießt eindeutig Kofax den höchsten Bekanntheitsgrad in allen Ländern der Welt, wo es seit 20 Jahren als die führende Capture-Software anerkannt ist. Es sind die angesehenen Kofax-Produkte und – Innovationen, die am repräsentativsten für die neue Richtung des Unternehmens sind.“

Die Kunden von Kofax werden kaum eine Änderung bemerken. Organisationen mit mehreren Standorten dürften von einer durchgängigeren Botschaft profitieren, da das Unternehmen jetzt auch den direkten Kontakt mit seinen Firmenkunden anbietet. Vor allem ist davon auszugehen, dass sich die Marke Kofax im Bereich Intelligent Capture & Exchange noch stärker etablieren wird.



T-Wiederverkäufer und Systemintegratoren können wichtige Verbündete für Organisationen sein, die ihre Transaktionsprozesse automatisieren wollen. Die Vertriebskanal-Partner kennen nicht nur ihre angebotenen Tools in- und auswendig, sondern haben auch die Hand am Puls des Marktes und der Kunden. Und da sie sowohl die Technologie als auch deren Endbenutzer kennen, sind sie ein wichtiges Bindeglied zwischen Entwicklern und den Unternehmen, die diese Technologie einsetzen möchten.

Deshalb sind Erkenntnisse von führenden Capture-Wiederverkäufern für uns von großem Interesse. In dieser Ausgabe beginnen wir mit Dan Dillingham, VP of Corporate Sales & Marketing des in Salt Lake City (Utah) ansässigen Unternehmens Dataimage.

#### Welche Probleme haben Ihre Kunden derzeit?

Unsere Kunden sind mit einer abflachenden Konjunktur, engeren Budgets, strengeren rechtlichen Rahmenrichtlinien und höheren Standards konfrontiert. Sie bewältigen immer mehr Aufgaben mit weniger Personal.

#### Was sind also die Antworten?

Derzeit dreht sich alles um Lösungen, niemand gibt sich mit einem einfachen Standardprodukt zufrieden; Kunden suchen vielmehr eine spezielle Lösung, die passgenau auf ihre sehr spezifischen Prozesse oder Schwachstellen zugeschnitten ist. Die Wiederverkäufer, die in diesem Umfeld boomen, sind ausgewiesene Fachleute, verstehen die Umgebung und Probleme ihrer potenziellen Kunden und können eine bewährte Lösung anbieten.

Was bremst den Durchsatz und wie können Verarbeitungssysteme für hohes Volumen die Geschwindigkeit steigern?

Ineffiziente Prozesse. Viele Organisationen investieren enorme Summen in technische Lösungen, die eine erhebliche Durchsatzsteigerung ermöglichen – vergessen dann aber, ihre manuellen Prozesse zu durchleuchten. Gerade diese manuellen Prozesse werden zu Effizienz-Engpässen. Technologiegetriebene Lösungen sind nur so leistungsfähig und produktiv wie der Prozess, der sie bedient. Wer seine Geschäftsprozesse automatisiert, aber einen fehlerhaften Prozess als Vorlage verwendet, wird sich letztlich mehr Schwierigkeiten einhandeln als vorher. Wirklich effiziente Prozesse erfordern einen ganzheitlichen Ansatz für das Problem.

Wie lassen sich die konträren Modelle des konsolidierten (hochvolumigen) Erfassens mit dem Trend zu einer verteilten Capture-Umgebung in Einklang bringen? Und zwar ganz spezifisch hinsichtlich der Hardwareanpassung und dem Aufbau der Capture-Infrastruktur?

Eines der größten Hindernisse für eine verteilte Capture-Umgebung war der Verlust der Kontrolle über den Prozess und der Mangel an qualifiziertem Personal an den Remote-Standorten. Durch die Einführung der neuen Netzwerk-Scanner (beispielsweise von Canon und Fujitsu) können Unternehmen ihre Remote-Standorte befähigen, zu einem zentralen Standort zu scannen. Dadurch lassen sich Zeitverzögerungen und Kosten für das Bewegen der Papierdokumente an den zentralen Standort ausschalten. Gleichzeitig wird die Kontrolle über den Prozess erhalten und gewährleistet, dass alle Informationen in einem nutzbaren und vollständigen Format eingehen. Es gibt Fälle, in denen das zentralisierte Scannen immer noch am sinnvollsten ist, aber in den Umgebungen, wo Effizienz wichtiger geworden ist als Kontrolle, wurden einige dieser Barrieren jetzt beseitigt.

In Zeiten engerer Budgets macht die Automatisierung tatsächlich mehr Sinn, aber es wird schwieriger, die dafür notwendigen

# Q&A

## Blick über den Channel

### Mittel genehmigt zu bekommen – wie lässt sich dieses Dilemma lösen?

Die Budgets wurden zusammengestrichen und Ausgabegenehmigungen sind Mangelware. Deshalb ist es entscheidend, dass die Lösung eine hohe Rentabilität liefert. Dies erfordert einen wesentlich längeren und intensiveren Verkaufzyklus.

Wenn eine Organisation allerdings gewillt und in der Lage ist, gemeinsam mit einem Wiederverkäufer eine gründliche Analyse durchzuführen und Ineffizienzen, Verzögerungen und Mehrkosten feststellen kann, die sich für die Organisation in Euro und Cent rechnen, dann sind praktikable Lösungen möglich. Ein guter Reseller-Partner sollte sich glücklich schätzen, hier zu helfen. Es gibt draußen immer noch viele große Chancen, aber der neue Markt erlebt eine Art von „Reseller-Darwinismus“.

### Was meinen Sie mit „Reseller-Darwinismus“?

Es gibt zwei Hauptfaktoren für dieses Phänomen. Erstens sind die Budgets eng

– und die Tage, als Unternehmen sich bei ihren IT-Kaufentscheidungen allein durch lange Feature-Listen und coole High-Tech-Namen beeindrucken ließen, sind vorbei. Wir müssen heute Lösungen statt Funktionen verkaufen.

Zweitens hat das Internet einen wesentlich aufgeklärteren Marktplatz geschaffen. Organisationen können einen großen Teil der Recherche selbst erledigen. Ein Reseller-Partner kann seine Kunden nicht mehr mit Hochglanzbroschüren und Marketing-Floskeln beeindrucken; der potenzielle Kunde kennt all das (und noch viel mehr) oft schon vor dem ersten Verkaufsanruf. Auf der Suche nach Wertschöpfung sucht der Interessent jetzt einen Wiederverkäufer-Partner, der sich mit ihm an einen Tisch setzt, um seine Branche zu verstehen – und ihre besonderen Anforderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die ihm schlaflose Nächte bereiten.

Die potenziellen Kunden erwarten von einem Wiederverkäufer-Partner konkrete Antworten, wie er anderen Organisationen

bei der Lösung ähnlicher geschäftlicher Ineffizienzen unterstützt hat.

### Wo liegen die größten Chancen?

In den größten Problemen. John Paul Getty, einer der damals reichsten Männer der Welt, wurde kurz vor seinem Tod in einem Interview einmal gefragt, ob er etwas bereuen würde. Er antwortete: „Ich wünschte mir, dass ich mich mit noch größeren Geschäften beschäftigt hätte!“

Man darf keine Angst vor der Lösung großer Probleme haben. Wenn ich einen ineffizienten Prozess erkennen kann, der meinen Kunden jährlich \$950,000 kostet, und ich ihm eine Lösung für \$200,000 anbieten kann, die seine Betriebskosten um jährlich \$400,000 reduziert und den Durchsatz um 25 Prozent steigert, dann besteht meiner Erfahrung nach eine gute Chance, dass ich den Auftrag bekomme.