

Wachsen im Mittelstand

Als bestes deutsches und fünftbestes europäisches Unternehmen in den Europe's 500 hat der Hamburger Call Center-Dienstleister All by phone + net überrascht. Geschäftsführer und Gründer Dr. Alexander Kozak setzt auf Agents, die sich mit den Auftraggebern identifizieren können.

TT: Herr Kozak, wofür ist All by phone + net konkret ausgezeichnet worden?

Kozak: In erster Linie war das rasche Wachstum des Unternehmens und die damit verbundene Entwicklung der Arbeitsplätze entscheidend. Ich habe All by phone + net im Herbst 1997 zusammen mit meiner Frau gegründet, Ende 2002 beschäftigten wir über 240 Mitarbeiter. Daneben flossen noch weitere Aspekte in die Bewertung mit ein, etwa die Marktpräsenz, das Branchenengagement und die Zukunftsperspektive des Unternehmens. Tatsächlich sind wir auch nach dem Bewertungszeitraum weiter gewachsen und haben uns mittlerweile auf 270 Mitarbeiter gesteigert.

TT: In welchen Branchen haben Sie als Dienstleister Erfahrungen gesammelt?

Kozak: Begonnen haben wir in der Telekommunikationsbranche, die hat sich ja Ende der 90er Jahre heiß entwickelt. Später kam die Arbeit für Versicherungen und Verlage hinzu. Seit 2000 bieten wir hier in Hamburg die Arbeit in verschiedenen Sprachen an und internationalisieren so unser Geschäft. Und wir haben nach der Zusammenarbeit mit einer Versandhandels-Apotheke Erfahrungen im Pharmabereich. Daher stehen wir auch in Gesprächen mit Krankenkassen – ein weites Spektrum für einen Contact Center-Dienstleister. Wir telefonieren inbound und outbound, bearbeiten E-Mail und Faxe und wir übernehmen auch ganze Prozessketten selbst über längere Zeiträume, von der Kundenakquisition über Rückrufe und Erinnerungen bis zur Kundenbetreuung.

TT: Wie bestehen Sie in der zu beobachtenden Konsolidierungsphase?

Kozak: Diese Entwicklung ist allerdings dramatisch, gerade hier in Hamburg. Waren hier 1997 noch 20, 30 Anbieter ansässig, so sind es heute gerade noch eine Hand voll. Uns ist es stets gelungen, gegen diesen Trend mit dem Markt zu wachsen. Beispielsweise haben wir relativ gute Chancen gerade bei Kunden mittlerer Größe. Wir sprechen einfach die gleiche Sprache, ich persönlich komme ja auch aus der Unternehmensbe-



„Krankenkassen bieten ein weites Feld für Call Center-Dienstleister.“

Dr. Alexander Kozak, Gründer von All by phone + net

ratung. Viele unserer Kunden greifen bewusst nicht auf einen der großen Anbieter zu. Vielfach gilt im Markt: Masse statt Klasse, die Preise sind wettbewerbsintensiv. Wir versuchen stattdessen nicht, billige Preise zu bieten, sondern setzen auf Qualität.

TT: Setzen Sie auf die Zertifizierung Ihrer Arbeit gemäß ISO oder COPC-Standard?

Kozak: Über dieses Thema denken wir intensiv nach, oft fragen potenzielle Kunden hier auch gezielt nach. An der Stelle verweise ich meist auf unseren hohen Anteil an Wiedereinkäufern und kontinuierlichen Kunden, diese machen nämlich 75 bis 80 Prozent unserer Geschäftspartner aus. Außerdem glänzen wir in anspruchsvollen Wettbewerben. So waren wir 1998 Sieger im Hamburger Startup-Wettbewerb und sind 2001 von Ernst & Young als Entrepreneur des Jahres ausgezeichnet worden. Trotzdem, über kurz oder lang werden wir unsere Qualitätsstan-

dards zertifizieren, das wird heute im Markt einfach vorausgesetzt.

TT: Wie sichern Sie die Qualität der Agents?

Kozak: Wir beschäftigen in der Regel Mitarbeiter, die aus der jeweiligen Branche stammen. So haben wir in unseren Reihen ausgebildete Versicherungskaufleute, ehemalige Mitarbeiter aus Verlagen oder von Telekommunikationsunternehmen. Ebenso beschäftigen wir seit unseren ersten Erfahrungen im Pharmabereich MTAs und Ärzte, eine Großstadt wie Hamburg bietet in dieser Hinsicht ja alle Möglichkeiten. Darüber hinaus haben wir intern ein modulares Schulungssystem aufgebaut, das regelmäßig durch externe Referenten ergänzt wird.

Wichtig für die Motivation der Mitarbeiter ist außerdem ihre Einbeziehung in die Aufgabenstellungen. Das bedeutet bei uns, dass wöchentlich und sogar täglich Gruppensprache geführt werden, Teammanager in unmittelbarer Nähe der Agents arbeiten und kurzfristiger Austausch möglich ist. Das nennen wir die Politik der offenen Tür. Zudem haben wir eine Vorschlagsbox aufgestellt. Ein Mitarbeiter-Komitee begutachtet die eingehenden Anregungen, finanzielle Anreize motivieren, Vorschläge einzubringen.

Schließlich legen wir Wert auf Kontakte der Mitarbeiter zu unseren Kunden, etwa bei aufgabenspezifischen Schulungen. Die Agents müssen wissen, für wen sie eigentlich arbeiten, sie müssen sich mit unseren Kunden identifizieren.

TT: Wie stehen Sie zu der aufkommenden Debatte um die UWG-Novelle?

Kozak: Ach, das ist ein zweischneidiges Schwert. Einerseits möchte ich uns ausgewogenere Beschlüsse wünschen, andererseits kommt es auch darauf an, dass sich die Branche selbst an Vorgaben wie etwa die des DDV hält. Es kommt vor, dass wir potenzielle Kunden bremsen müssen, die von uns eine klare Kaltakquise verlangen. Wenn wir Pech haben, sucht sich der Kunde dann eben einen anderen Anbieter. Da müssen wir durch.

Mit Alexander Kozak sprach
Arne Grävemeyer