

Wer glaubt, die Strukturen im Call Center-Markt seien nach der Krise gesetzt, der wurde 2010 eines Besseren belehrt. Mit Innovation, neuen Projekten und „finanzieller Basisbildung“ waren die Profis im letzten Jahr vollauf beschäftigt. Aber auch ein langer Atem hat sich für die Top-Unternehmen ausgezahlt. Den Beweis bringt das neue CallCenterProfi-Ranking 2011 der Besten in der Branche.

CallCenterProfi-Ranking 2011

Es geht wieder aufwärts

Das vergangene Jahr glich bei manchen Unternehmen in der Call Center-Branche fast einem strategischen Schachspiel: Neue Allianzen wurden geschmiedet, der Ausbau von Call Center-Standorten vorangetrieben, mehr Mitarbeiterwachstum, aber auch Konsolidierungen oder verstärkte Engagements in europäischen Märkten umgesetzt. Nachdem die wirtschaftliche Krise überwunden ist, standen in den vergangenen Monaten vor allem bei den großen Call Center-Dienstleistern die Zeichen auf dem Ausbau der eigenen Stärken. Und bei manchen die intensive Suche nach neuen Finanzierern. Denn nach der ersten Private-Equity-Welle vor knapp fünf Jahren stehen jetzt einige Investments der Kapitalgeber plötzlich auf dem Prüfstand.

KUNDEN DEFINIEREN KONTAKTKANÄLE

Auf der B-to-B-Seite wie auch im B-to-C-Geschäft stiegen gleichzeitig auch die Qualitätsanforderungen an das eigene Geschäftsmodell und an die eingesetzte Manpower im Call Center. Ein Stichwort ist mehr Social Media-Kompetenz: Hier wurden die Anforderungen klar von den Kunden gesetzt. Weil diese ihren eigenen Marktauftritt professionalisieren müssen, sind auch die Call Center-Dienstleister am wichtigsten Nerv für beide Seiten gefordert: bei der Kommunikation. „Innovationen wie zum Beispiel neue Services rund um die Entwicklung des Social Web waren für uns ein maßgeblicher Treiber, um mit und für unsere Kunden neue Potenziale zu erschließen“, resümiert dazu bei-

spielsweise Hartmut Anderer, verantwortlich für das Business Development beim Call Center-Dienstleister Sitel, im Rückblick auf das vergangene Jahr. Weil seiner Ansicht nach immer mehr Stamm- und Neukunden Social Media zum direkten Austausch über Produkte und Dienstleistungen verwenden, die sie kaufen möchten. Denn Social Media ist der Kanal, der Kundenkommunikation und Kaufbereitschaft direkter und schneller ermöglicht als der telefonische Kontakt mit dem Call Center. Das bedeutete jedoch auch eine Umschichtung in Kunden-, Auftrags- und Agent-Strukturen. Denn Social Media spart Dienstleistern und ihren Auftraggebern zwar zunächst Kosten für das Handling und die Strukturierung von Kundenkontakten, weil sich Calls virtuell vom Telefon aufs Web verlagern. Ob sich das allerdings für Dienstleister, die aufgrund von Kundenanforderungen hier investieren, am Ende auszahlt, wird die weitere Entwicklung wohl erst zeigen. Die Branche jedenfalls ist derzeit bei diesem Thema einhellig zuversichtlich und hält mit der Dynamik mit.

NEUE „SKILL-SET“ FÜR AGENTS GEFRAGT

Für die Agents kommt mit dem Social Media-Kanal ein neues „Skill-Set“ hinzu, denn ihre Kompetenzen und Qualifikationsanforderungen werden zukünftig um Komponenten für den Umgang mit Facebook, Twitter und Co. erweitert. Dies bedeutet natürlich einen Schritt hin zu noch stärker kundenfokussierten Geschäftsprozessen und Workflows. Aufgaben im Call Center werden dadurch ein weiteres Stück komplexer, da viele Kanäle

CallCenterProfi, Juli 2011 (Seite 2) Ranking 2011

16 TITELSTORY

gleichzeitig kundenorientiert bedient werden müssen. Die Hürde: Diese Skills erfordern eine entsprechend bessere Ausbildung und Training. Für viele ein Hoffnungsschimmer: Mit integrierten Lösungen wollen Call Center-Dienstleister im Social Media-Feld Boden gewinnen, wo derzeit in gesättigten Dienstleistungsbereichen wegen des Preiskampfs nicht viel zu bewegen ist. Marktführer Arvato sieht im Geschäft mit den integrierten Services sogar auch wieder Chancen für werthaltigere Preisstrategien. Dennoch hinterlässt auch der Social Media-Trend wirtschaftliche Spuren. Denn wer sich als Kunde hier auskennt, nutzt für Anfragen keine Call Center mehr, sondern informiert sich lieber zunächst online. Das muss Verschiebungen in den Call-Volumina und damit in den Kernlösen der Call Center zur Folge haben, denn dieser Weg ist für den Kunden schließlich günstiger. Multichannel birgt also auch manche wirtschaftliche Hürde für gut aufgestellte Call Center-Dienstleister.

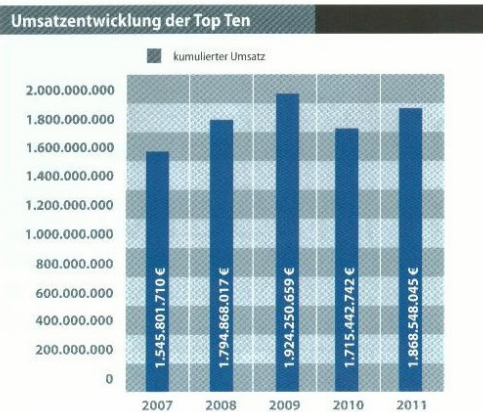


SOCIAL WEB ALS NEUER BENCHMARK

Man mag den gegenwärtigen „Hype“ um Social Media mögen oder nicht. Die Kundeninteraktion über Plattformen wie Twitter, Facebook, Xing und andere ist für Auftraggeber wie für die Dienstleisterseite im Call Center-Markt ein klares Credo. Social Media setzte daher im Jahr 2010 natürlich ganz neue Benchmarks für die Branche und wird zum Maßstab für ein Portfolio an integrierten Dienstleistungen rund um das Call Center-Business. Botschaften und gesteuerte Kundenkontakte über Blogs, Portale, Tweets, Tag Clouds und Communities sind für Call Center keine Zukunftsmusik mehr. Sie haben längst Einzug in die eigene Kundenrealität gehalten. Die Ergebnisse der diesjährigen Spitzenreiter im Ranking von CallCenterProfi zeigen klar, dass nicht nur mehr Manpower, sondern auch Marktmacht und eine klare Strategie in diesem multimedial aufgerüsteten Markt nötig sind, um weiter in der Spitze zu bleiben. Hier die Trends aus dem aktuellen Ranking auf einen Blick:

Rang	Firma	Netto-Roheinkommen (in Euro)	Anzahl der Mitarbeiter	Anzahl der Arbeitsplätze	Vorjahresrang
01	Arvato AG	699.104.000	9.970	7.850	01
02	walter services	197.518.010	5.908	5.984	02
03	SNT Deutschland AG	131.300.000	3.941	4.282	03
04	avocis Deutschland GmbH**	120.000.000	3.850	3.370	NEU
05	Sitel Worldwide Corporation**	117.000.000	3.516	k.A.	04
06	telegate AG***	108.000.000	900	1.000	NEU
07	D+S europe GmbH	99.546.417	3.842	3.740	05
08	buw Holding GmbH	88.108.477	2.336	3.500	06
09	TECTUM Consulting GmbH	85.383.141	2.578	2.844	07
10	Teleperformance Deutschland Twenty4help Knowledge Service GmbH	60.588.000	2.075	2.412	12
11	Bosch Sicherheitssysteme GmbH Bosch Communication Center	58.939.000	1.107	974	09
12	DB Dialog Telefonservice GmbH	58.534.000	1.523	1.066	11
13	Transcom Worldwide GmbH**	55.506.000	1.194	1.009	08
14	SYKES Enterprises GmbH	50.100.000	2.140	1.874	10
15	regiocom GmbH	45.262.824	1.001	1.050	13
16	BSF Baur Fulfillment Solutions GmbH *	30.000.000	900	685	14
17	davero dialog Gruppe	26.100.000	562	589	NEU
18	gkk DialogGroup GmbH	22.197.000	412	351	NEU
19	invoco Holding GmbH	21.070.645	1.016	783	18
20	KiKxxl GmbH	20.349.000	850	650	16
21	CommuniGate Kommunikationsservice GmbH	16.728.000	325	374	17
22	Invitel Gruppe	14.022.589	500	470	20
23	Simon & Focken GmbH	13.100.000	415	450	19
24	3C DIALOG GmbH	12.620.676	250	250	21
25	tms connected GmbH & Co. KG	11.724.388	500	450	22
26	digital-dialog GmbH	8.500.000	450	240	NEU
27	Sparda Telefonservice GmbH Co. KG	7.730.673	175	200	NEU
28	Communication Factory GmbH	5.894.880	263	289	NEU
29	tel-inform customer services GmbH	5.564.843	200	191	23
30	T.D.M. Telefon-Direkt-Marketing GmbH	5.432.000	160	180	24
31	Gedikom GmbH	4.456.000	88	80	NEU
32	bkd GmbH	3.037.000	49	68	NEU
33	SIGN FOR COM GmbH & Co. KG	2.662.731	70	100	NEU
34	A. Sutter Dialog Services GmbH	2.449.256	70	76	25
35	Atvita GmbH	1.610.488	71	60	26
36	Concept & Service	335.000	19	19	NEU

* nicht von extern testiert ** vorläufige Zahlen/Geschäftsjahr abweichend *** Grundlage Geschäftsbericht



Arvato bleibt Branchenprimus: Ausgehend vom Netto-Roheinkommen musste das Konzernunternehmen von Bertelsmann im Vergleich zum Geschäftsjahr 2010 ähnlich wie auch Walter Services und SNT, die unverändert an Platz zwei und drei des Rankings stehen, dennoch Federn lassen. Das könnte nicht zuletzt der Wirtschaftskrise geschuldet sein. Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die Servicesparte der Arvato AG (seit Januar 2011 nicht mehr unter Arvato Direct Services GmbH geführt) ein Netto-Roheinkommen von 300 Millionen Euro. Insgesamt liegen die Top 6 der Call Center-Unternehmen im Jahr 2010 sämtlich weit über der 100 Millionen Euro-Grenze nach Netto-Roheinkommen.

Die Zahl der Kundenkontakte blieb beim Branchenriesen Arvato gleich, während das Kundenkontaktvolumen aller Kommunikationskanäle bei Walter Services sank.

Kontinuierliche Verbesserungen in Sales- und Servicekonzepten sind Meilensteine für das aktuelle Call Center-Business.

Avocis ad hoc auf dem vierten Platz im Ranking: Spannend wird es beim vierten Platz des diesjährigen Rankings der Call Center-Dienstleister: Den hat sich das neue Megakonstrukt Avocis erobert. Das Unternehmen ist als neue Call Center-Dachmarke aus dem Zusammenschluss der Premium Communications Group mit ihren Einzelmarken The Bee Company, Adm group, SIM Communication, Dima Services, Tela Company und Media Company entstanden. In dieser Konstellation ist Avocis erstmals im Ranking vertreten und schaffte es direkt auf Platz vier der Kommunikationsdienstleister im deutschsprachigen Raum. Die Gruppe verweist damit den bisherigen Branchenvierten Sitel auf den fünften Platz im CallCenterProfi-Ranking. Neu auf Platz

sechs dabei ist die Telegate AG. D+S Europe, Buw, Tectum und weitere auf den Rängen bis Platz zehn rutschen entsprechend weiter. Insgesamt zählt das Ranking in diesem Jahr zehn neu vertretene Teilnehmer.

Das starke Mittelfeld: Interessant ist der Blick in das starke Mittelfeld und das untere Mittelfeld der Top-20-Unternehmen im Ranking. Hier sind gleich fünf neue, teilweise branchenspezialisierte Call Center vertreten. Darunter die Davero Dialog-Gruppe (Rang 17), die Gkk Dialog Group GmbH (Rang 18), die Sparda Telefonservice GmbH, der Dienstleister für den Volks- und Raiffeisenbanken-Verbund (Rang 27), der auch Drittgeschäft für externe Kunden abwickelt oder auch die Communication Factory (Rang 28) mbH.

Mitarbeiterentwicklung und Expansion: Die satten Wachstumsraten aus Vorjahren erreicht die Mitarbeiterexpansion bei den Call Center-Dienstleistern insgesamt in diesem Jahr nicht mehr. Die Zahlen zeigen nur leichtes Mitarbeiterwachstum. Und das, obwohl „gefühlte“ zahlreiche Meldungen von Mitarbeiter- und Standortexpansionen das Jahr 2010 prägten. Die Top-2-Dienstleister des Rankings haben Mitarbeiter im jeweils unteren dreistelligen Bereich gegenüber dem Vorjahr abgebaut. So beschäftigte Arvato im vergangenen Geschäftsjahr 9 970 Mitarbeiter (Vorjahr: 10 358) und Walter Services 5 908 (Vorjahr: 6 028). Ranking-Neuling Avocis liegt mit 3 850 Mitarbeitern in etwa gleichauf mit Unternehmen wie Sitel oder D+S Europe. Ebenso ist die Entwicklung auch bei den lokalen Standort-Kapazitäten, da neue, hochspezialisierte Projekte dies meist erforderten.

Erfreulich sind Meldungen wie die über Tectum. Das Unternehmen expandiert derzeit im Rekordtempo: Im März 2011 wurde mit einem neuen Standort in Duisburg das sechste deutsche Call Center-Quartier der Gruppe eröffnet und 200 neue Mitarbeiter für den Bereich Customer Care gewonnen. Umsetzungszeit bis zur Eröffnung: ganze 31 Kalendertage. Ausbauen wollen die Duisburger auch in Oberhausen und Schwetzingen. Klassenziel für 2011: insgesamt 3 000 Mitarbeiter. Dabei will Tectum auch selbst Qualitätsmaßstäbe in der Ausbildung von Call Center-Führungskräften setzen. Geplant ist die Gründung einer eigenen „Tectum Academy“ in Kooperation mit der IHK. Mit der