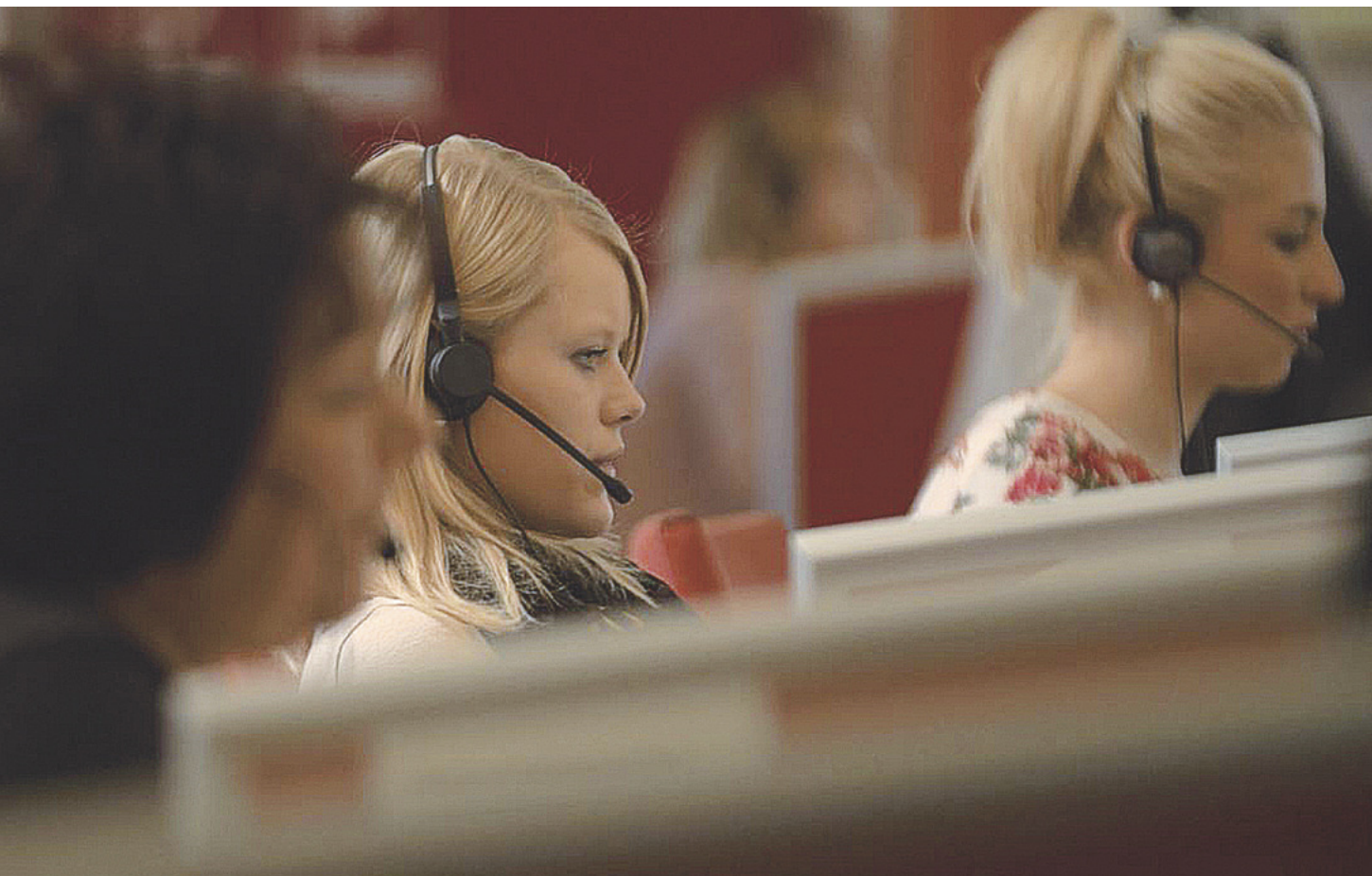


WEGBEREITER – WEGBEGLEITER

EINE KLEINE GESCHICHTE DES CUSTOMER SERVICE



Die Technik im Customer Service wird immer moderner, schneller und vor allem digitaler. Dagegen kommt die Branche so langsam in die Jahre: 2018 feierte die Call Center World 20-jähriges Jubiläum, das Magazin *TeleTalk* zählt mittlerweile 25 Jahre und der Customer Service-Anbieter walter services betreibt bereits seit 40 Jahren telefonischen Kundenservice in Deutschland.

Am Anfang war das Telefon

Die Geburtsstunde des Customer Service in Deutschland schlug 1978 in Karlsruhe. Die Firma walter führte damals Telefonmarketing-Tests für renommierte Unternehmen der Pharma-Industrie nach amerikanischem Vorbild durch. Die Ergebnisse waren vielversprechend – im Jahr darauf entwickelte man bei walter bereits für die Europäische Bildungsgemeinschaft die moderne Form des Vertriebs „Verkaufen am Telefon“. Die Mitarbeiterinnen waren Frauen, die damals nach der Familienphase den Wiedereinstieg in das Berufsleben aufnahmen. In diesem Zusammenhang arbeiteten die Telefon-Verkäuferinnen erstmals auch mit Kopfhörertelefonen.

Nach diesen aussichtsreichen Pilotprojekten setzten die Unternehmen mehr und mehr auf die Kundenwerbung über den, damals noch orangen, grünen oder grauen, Telefonapparat in den Haushalten. Der direkte Draht zum Kunden wurde von da an zur Erfolgsgeschichte.

den nahmen die unkomplizierte Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit den Unternehmen gerne in Anspruch. Ließ sich damit ein Anliegen, wie eine Bestellung oder eine Beschwerde, doch meistens binnen wenigen Minuten erledigen.

Eine Anekdote aus den 1980er Jahren macht deutlich, wie stark sich die Technik bezüglich Telekommunikation und intelligentem Routing entwickeln musste, weil die Nachfrage so immens groß war. walter mietete sich zu jener Zeit im ehemals analogen Netz 60 Telefonleitungen für ein Gewinnspiel. Der Zulauf übertraf alle Erwartungen: die 1,2 Millionen Anrufer legten binnen kürzester Zeit, das Telefonnetz der Bundesrepublik lahm.

Die fetten Jahre

Die Fortschritte in der Telekommunikationstechnik sowie die Entwicklung von leistungsstarker CRM-Software ebneten in den 1990er Jahren den Weg für die Entstehung einer eigenständigen Branche. Überall in Deutschland wurden große und kleine Call- und Service Center eröffnet.

Keine Branche ohne Branchenmagazin. Als die *TeleTalk* 1993 als erste Fachzeitschrift im Customer Care aus der Taufe gehoben wurde, übernahm walter bereits die komplette telefonische Kundenbetreuung von einigen Firmen des Versandhandels.

Allerdings führte die Zunahme an werblichen Anrufen auch häufig zu Beschwerden der Verbraucher bei den Unternehmen. Darüber hinaus leisteten die Möglichkeiten, die sich über das Telefon boten, Betrügern Vorschub, die die Ahnungslosigkeit und Naivität einiger Verbraucher missbrauchten,

um schnell an Geld zu kommen. Die Branche geriet in Verruf. Da es mehr und mehr zu erfolgreichen Klagen der Kunden kam, die Presse in Bezug auf die Vorgehensweise immer schlechter wurde und im Zuge dessen die Rechtsprechung bestimmte Verkaufspraktiken untersagte – fand ein Umdenken in den Marketingabteilungen der Unternehmen statt. Die Versandhäuser, Verlage und

Versicherungsgesellschaften machten einen Lernprozess durch: die Entwicklung von der Verkaufsakquise zur Kundenakquise.

Die Zahlen sprechen damals wie heute eine deutliche Sprache: einen Neukunden zu gewinnen, bedeutet siebenmal mehr Aufwand, als einen Stammkunden erneut zum Kauf zu bewegen. Kompetenz, Schnelligkeit, Kundenfreundlichkeit im Kundenservice

werden von Kunden damals wie heute mit hoher Kundenzufriedenheit honoriert, führen zu einer erhöhten Bindung an eine Marke oder ein Unternehmen oder gar zur Weiterempfehlung.

Im Jahr 1998 öffnete dann die Branchenmesse CCW zum ersten Mal ihre Tore. walter war als Kundenservice-Dienstleister bereits 20 Jahre aktiv. Man plante Neueröffnungen von Standorten in Bremen und Magdeburg noch vor der Jahrtausendwende. Weitere Standorte durch Übernahmen und Neueröffnungen in Deutschland, der D-A-CH-Region und Rumänien folgten. Der Markt boomte.

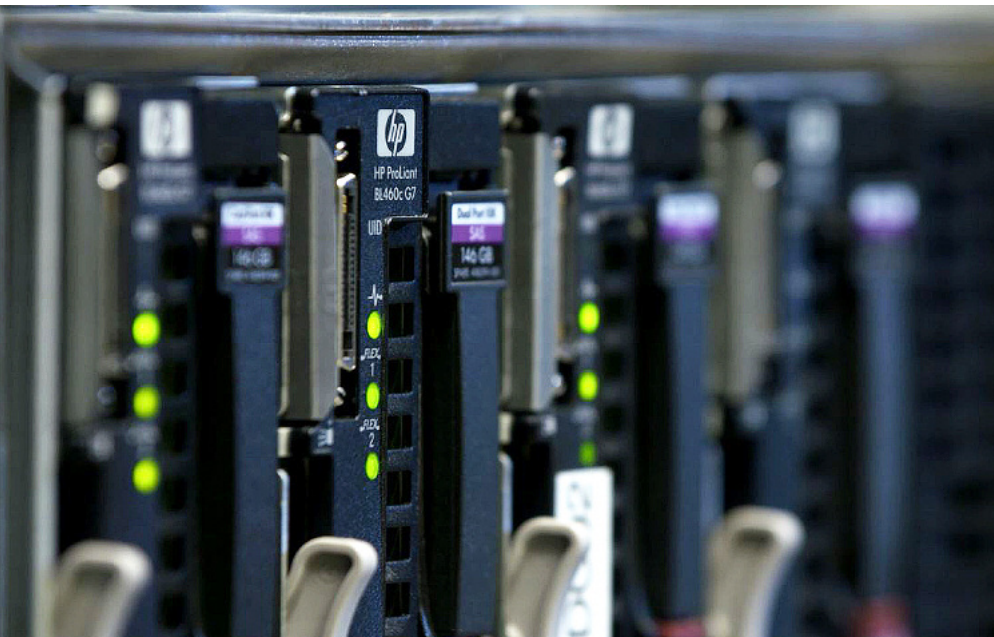
Aufgrund der ständigen Erweiterung um neue Gesellschaften, Standorte und Geschäftsbereiche stellte sich 2007 die walter TeleMedien-Gruppe samt Tochtergesellschaften neu auf und veranlasste die Umfirmierung in die heutige Dachmarke walter services GmbH. Auch der Abschluss des branchenweit ersten Entgelttarifvertrags für Call Center-Beschäftigte mit der Gewerkschaft des öffentlichen Dienstes ver.di 2009 unterstrich die Vorreiterrolle von walter services in der Branche und setzte einen weiteren Meilenstein in der Geschichte des Unternehmens. Allen Innovationen und Investitionen zum Trotz geriet das etablierte Unternehmen zwischen 2011 und 2013 in eine Schiefelage, die eine Neuorganisation erforderlich machte.



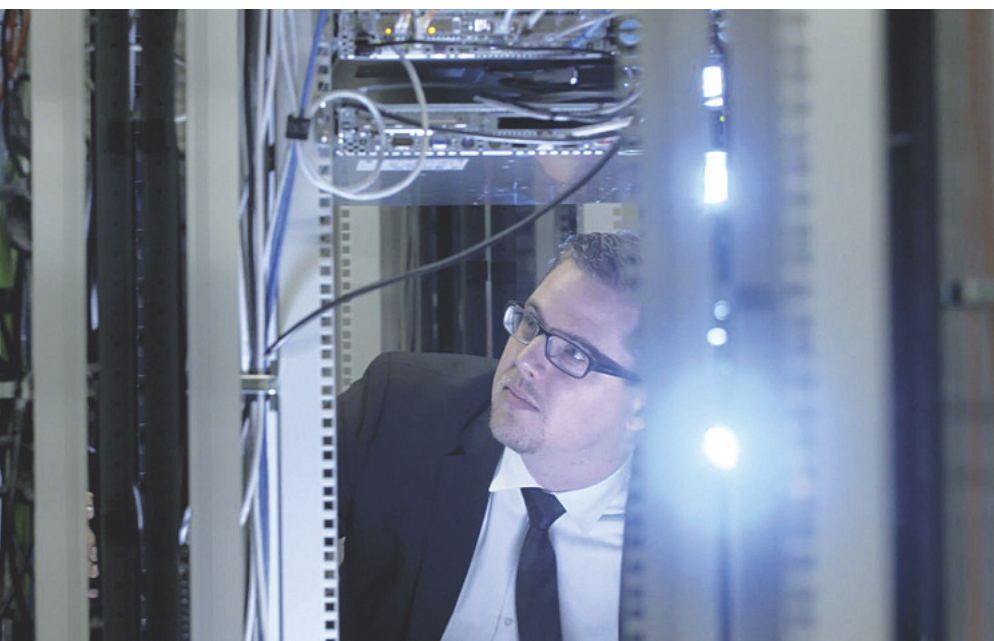
Meinolf Brauer ist seit 2014 Geschäftsführender Inhaber von walter services



Das Telefon war schließlich so viel schneller und direkter als der Postweg: Prospekte, Kataloge, Postwurfsendungen erforderten oftmals einen langen Atem bis man die Früchte der eigenen Bemühungen um das Kaufinteresse eines Kunden ernten konnte. Am Telefon wandte man sich offiziell an die Kurzentschlossenen, die eine spontane Gelegenheit zum Kauf gerne nutzten. Auch die Kun-



Die Basis für höchste Performance – das Rechenzentrum von walter services.



Dr. Benjamin Helbig, Chief Information Officer walter services und Geschäftsführer walter cloud services, beim Server-Check.

Dem Fortschritt ein Stück voraus

Der Wendepunkt erfolgte 2014 mit der Bestellung von Meinolf Brauer zum Geschäftsführer des Konzerns. Brauer machte es sich zur Aufgabe den angeschlagenen Riesen wieder profitabel zu machen. Im Sommer 2015 übernahm er dann sogar per Management-

Buy-Out als Geschäftsführender Inhaber komplett die Verantwortung für die deutschen Standorte der walter services Holding GmbH. Der erfahrene Customer Service Manager setzt auf Sicherheit, Seriosität und Zuverlässigkeit und arbeitet mit Akribie daran das Vertrauen der Auftraggeber und Mitarbeiter in das Unternehmen weiter zu stär-

ken. In Zusammenarbeit mit den Kunden fördert er Lösungen, die den speziellen Bedürfnissen im Kundenservice Rechnung tragen. Eine dieser Lösungen in der Tradition von walter services ist das work-at-home-Konzept der eigenständigen Gesellschaft homechannel24. Dort arbeiten heute rund 250 Mitarbeiter im Home-Office, um die Erreichbarkeit in den Order- und Service-Lines sicherzustellen – insbesondere bei unerwarteten Peaks, die nicht dem Forecast entsprechen oder in Randzeiten.

Heute schreibt walter services wieder schwarze Zahlen und unterhält derzeit acht operative Standorte über ganz Deutschland verteilt. Die Zentrale befindet sich mittlerweile in Siegburg im Rheinland und das Management erschließt nach und nach neue Geschäftsfelder aus dem Know-how, das in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten aufgebaut wurde. So gründete man 2016, aufgrund der langjährigen Erfahrungen mit sensiblen Daten und der jüngsten Investitionen in eine hochmoderne und sichere IT-Infrastruktur, die walter cloud services GmbH. Damit bietet walter zusätzlich Cloud-Dienste As-a-Service in der eigenen Private Cloud in Kooperation mit namhaften Technikpartnern wie Avaya und Microsoft an. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Beachtung höchster Sicherheitsstandards bezüglich IT-Security und Datenschutz. Alle Server stehen ausschließlich in eigenen Rechenzentren in Deutschland.

Für das Jahr 2018 ist walter services zuversichtlich, die Herausforderungen bezüglich eines nachhaltigen Personalmanagements sowie der zunehmenden Technisierung und Digitalisierung der Geschäfts- und Unternehmensprozesse erfolgreich zu meistern und das eigene Portfolio um interessante Produkte und Dienstleistungen zu erweitern. „Exzellenter Kundenservice ist aus meiner Sicht schon immer ein entscheidender Aspekt in Bezug auf das Geschäftsergebnis“, resümiert Meinolf Brauer, „daher bin ich überzeugt, dass walter services auch in den nächsten Jahren ein wichtiger Player in der Branche sein wird.“

Susanne Reich

Referentin Kommunikation
www.walterservices.com