DER NEARSHORE-TREND IM KUNDENSERVICE

WARUM SNT-REGIOCOM AUF BULGARIEN UND DAS HYBRID-MODELL SETZT

Der größte inhabergeführte Call Center Betreiber in Deutschland, die snt-regiocom Customer Care SE, ist seit 2006 in Bulgarien an verschiedenen Standorten vertreten. Jetzt erweitert das Unternehmen seine Angebotspalette im Ausland und reagiert damit auf die steigende Nearshore-Nachfrage.

Nearshore ist bei snt-regiocom Chefsache. „Wir haben unser Engagement im nahen Ausland Stück für Stück entwickelt und uns dabei immer auf Bulgarien konzentriert", erläutert der Vorstand des Unternehmens, Dirk Moritz. Seine Analyse für die Zukunft: „Nearshore wird das nächste große Projekt der Branche werden. Wir merken das daran, dass unsere langjährige Erfahrung verstärkt nachgefragt wird."

Und Dirk Moritz deutet dabei auf die Karte neben seinem Schreibtisch am Hauptsitz des Unternehmens in Magdeburg. Zu sehen ist eine Europakarte. Darauf sind mit roten Fähnchen 13 Standorte in Deutschland markiert, sechs in Bulgarien und einer in der Türkei. Dieses Fähnchen ist noch gelb. „Da sind wir gerade im Aufbau", erklärt Dirk Moritz. „Im Großraum Antalya betreiben wir in Kürze für einen internationalen Konzern einen Referenzstandort." Der Auftrag wurde gerade erst erteilt.

Das ist das Ergebnis einer Strategie, die im Unternehmen vor 15 Jahren entwickelt wurde und die aktuell in der Servicebranche auf wachsende Nachfrage stößt. Verschiedene neue Aufträge mit mehreren hundert Vollzeitarbeitskräften hat snt-regiocom seit Anfang des Jahres für Nearshore-Standorte abgeschlossen, unter anderem mit dem größten Elektronikhändler Europas und mit einem der größten internationalen Telefonkonzerne.

„Mit der Digitalisierung stehen Unternehmen vor der Entscheidung, ob sie für viel Geld in zukunftsfähige Technologien und Strukturen investieren. Oder ob sie das einem erfahrenen Dienstleister überlassen und outsourcen", analysiert Dirk Moritz. Wer da gut funktionierende Standorte im Ausland anbieten kann, hat einen zusätzlichen Vorteil.

Setzt im Nearshore auf den Erfolg des Hybrid-Modells, die deutsch-bulgarische Tandemlösung im Kundenservice - snt-regiocom Vorstand Dirk Moritz.

VERTRAUEN

Wichtige Gründe, warum sich Unternehmen für snt-regiocom entscheiden, seien sicher Erfahrung und Zuverlässigkeit, meint auch Birgit Geffke, die Vertrieb und Business Development verantwortet und die seit Jahrzehnten die Märkte studiert. Sie kennt die Anforderungen der Call Center Branche und erklärt den Erfolg bei Auftraggebern mit dem Vertrauen in die Leistungsfähigkeit: „Dafür stehen die drei Firmengründer und der Vorstand. Sie sind Garant für schnelle, zuverlässige Entscheidungen, die so schnell wie möglich umgesetzt werden." Mit dieser Herangehensweise agiert die regiocom-Gruppe seit fast 25 Jahren am Markt, hat heute rund 5000 Mitarbeiter und ist damit das größte inhabergeführte Service-Unternehmen in Deutschland.

Gute Stimmung am Standort Sofia – Mitarbeiter posieren im Atrium des futuristisch anmutenden Center-Gebäudes für den Fotografen. Das Nearshore-Geschäft mit Bulgarien ist ein wichtiges Standbein der regiocom-Unternehmensgruppe und ist über fast 20 Jahre gewachsen. Heute arbeiten an sechs Standorten 850 Mitarbeiter im deutschsprachigen Kundenservice.

TEMPO

Ein besonderes Merkmal ist außerdem die hohe Flexibilität, die snt-regiocom gerade wieder im Rahmen von Corona unter Beweis gestellt hat, als ein Spezialistenteam in nur 60 Stunden eine Hilfe-Hotline für Unternehmen aus dem Boden stampfte. Dieses Tempo, mit dem Projekte in hoher Qualität sehr schnell umgesetzt werden können, sei Teil der Unternehmensstrategie – „das ist unsere Art zu denken und zu arbeiten", erklärt Firmenlenker Dirk Moritz mit einem Augenzwinkern: „Wir sind groß, schlagkräftig und verstehen es, unsere Ressourcen über alle Standorte effizient zu steuern."

snt-regiocom gilt als Nearshore-Pionier. Bereits 2006 hatte das Unternehmen mit Sitz in Magdeburg eine Niederlassung am Schwarzen Meer in Varna aufgebaut. Verantwortlich dafür war einer der Gründer der regiocom-Gruppe, Dr. Sebastian Kerz. „Nearshore war damals noch unbekannt in der Branche. Als uns einer unserer Partner, einer der großen deutschen Energiekonzerne, fragte, ob wir für ihn auch die Abrechnung in Bulgarien aufbauen und betreiben würden, haben wir die Herausforderung angenommen." Das war vor 15 Jahren. 2012 dann folgte der Aufbau des ersten Service Centers am Standort Varna. „Ein Test", erinnert sich Jana Lüderitz, die die ersten Mitarbeiter einstellte. „Wir wollten wissen, ob wir auch einen Kundenservice für Deutschland von Bulgarien aus betreiben können."

RECRUITING

Dabei sind die Nearshore-Niederlassungen ein wichtiger Teil des Service-Netzwerks von snt-regiocom. Während in Deutschland Personalsuche und -bindung als schwierig eingestuft wird (große Konkurrenz, hohe Fluktuation, niedrige Löhne), ist die Situation in Bulgarien deutlich entspannter: „Für ein großes Handelsunternehmen haben wir den Nearshore-Service mit über 100 neuen Kollegen innerhalb von nur drei Monaten an den Start gebracht", berichtetet Standortleiter und Accountmanager Issam Mouchrik: „Das wäre an meinem Heimatstandort in Berlin unmöglich gewesen. Da hätten wir nie in so kurzer Zeit das Personal zusammenbekommen."

„Für ein großes Handelsunternehmen haben wir den Nearshore-Service mit über 100 neuen Kollegen innerhalb von nur drei Monaten an den Start gebracht"

Issam Mouchrik,
Standortleiter und Accountmanager

ERFAHRUNG

Um es vorweg zu nehmen: die Strategie geht auf. Allerdings brauche man für Auslandsprojekte einen langen Atem und viel Geduld, resümiert Jana Lüderitz, die bis heute die Bulgarien-Niederlassung der Firmengruppe leitet. „Es reicht nicht, einen Standortleiter hinzusetzen, der steuert und motiviert. Du brauchst vor allem ein gutes Team, das die Brücke schlagen kann zwischen deutschen Auftraggebern und lokalen Arbeitsbedingungen." Dabei hat sich snt-regiocom immer auf Bulgarien als Nearshore-Land konzentriert, entsprechend ist der Erfahrungsschatz von Jahr zu Jahr gewachsen.

ENGE ANBINDUNG

Das Businessmodell setzt auf Wachstum und ist auch eine Antwort auf den angespannten Arbeitsmarkt in Deutschland. Gut ausgebildete Arbeitskräfte im Nearshore in Bulgarien ermöglichen es, Projekte effizient und schnell zu starten. Von Anfang an gibt es eine enge Kooperation über das snt-regiocom Patensystem. Vom Agenten bis zum Manager bekommen die neuen bulgarischen Mitarbeiter firmenintern Unterstützung von deutschen Kollegen. „Das nehmen wir sehr ernst, denn es ist eine Voraussetzung, dass wir schnell gute Qualität liefern“, sagt Issam Mouchrik. Training, Sales-Coaching, Prozesse lernen, das gehöre dabei zum Standard.

DAS HYBRID-MODELL

Besonders erfolgreich ist snt-regiocom mit dem firmeneigenen Hybrid-Modell, das Standorte in Deutschland und Bulgarien eng miteinander verbindet. „Konkret bedeutet das: wir entwickeln ein Projekt an einem deutschen Standort und skalieren es dann nach Bulgarien, teilweise sogar an verschiedene Standorte“, beschreibt Vorstand Dirk Moritz das Konzept. „So können Auftraggeber den Vorteil von Nearshore nutzen und setzen dabei trotzdem auf die gewohnten deutschen Standards.“ Das Hybrid-Modell läuft seit vielen Jahren reibungslos und ist das Ergebnis von Know-how-Entwicklung und Kompetenzverteilung zwischen Deutschland und Bulgarien.

MADE IN GERMANY

Mehr erfahren

Heute wirbt snt-regiocom selbstbewusst damit, dass Auftraggeber in Bulgarien alles so bekommen, wie sie es in Deutschland gewohnt sind: Qualität, Steuerung, IT und Datensicherheit. Hinzu kommt als Basis das eigene Rechenzentrum am Hauptsitz in Magdeburg. Einziger Unterschied in Bulgarien: es gibt vor Ort kaum Muttersprachler. Aber das Ausbildungsniveau sei sehr hoch, erläutert Jana Lüderitz: „In den Centern in Bulgarien haben fast alle Kollegen studiert und sprechen außerdem noch fließend Deutsch.“ Und bei denen sind die Jobs in einem bekannten deutschen Service Center-Unternehmen begehrt, auch das ist eine Erfahrung aus Bulgarien.

TENDENZ

Der Strom der Bewerber reißt nicht ab. snt-regiocom ist mittlerweile an sechs Standorten vertreten, der jüngste wurde im August in Burgas eröffnet. Insgesamt sind aktuell 850 Mitarbeiter in Bulgarien bei snt-regiocom im Einsatz, Tendenz steigend. Denn mit wachsendem Kosten- und Effizienzdruck suchen deutsche Unternehmen nach neuen Wegen im Kundenservice. „Nearshore ist das ideale Konzept. Wir können so den Auftraggebern einen Preis-Mix anbieten“, erläutert Standortleiter Issam Mouchrik. „Damit entspannt sich für unsere Kunden der Kostendruck und gleichzeitig geht das Konzept nicht zu Lasten der Arbeitsplätze.“

Die Nearshore-Nachfrage wächst auch in Corona-Zeiten. Hier: Burgas, Standort Nummer sechs in Bulgarien – Foto von der Eröffnung im August 2020 mit Gründer Dr. Sebastian Kerz (5.v.r.).

„Natürlich schütteln auch wir so etwas nicht aus dem Ärmel“, sagt Vorstand Dirk Moritz zum Abschluss des Gesprächs. „Aber auf Basis unserer langjährigen Erfahrung können wir im Nearshore unseren Auftraggebern neue Möglichkeiten bieten, damit sie auch in Zukunft erfolgreich sind.“ Zurzeit bauen die Nearshore-Spezialisten von snt-regiocom das neue Center in der Türkei auf.