



Alles bleibt gut ...

CallCenterProfi
Ranking 2008

Zweistellige Wachstumsraten, Mitarbeiter- und Standortzuwachs, neue Aufgabenfelder mit Bestands- und Neukunden. Eine solide Erfolgsbilanz, die die Call Center-Branche auch zum elften jährlichen CallCenterProfi-Ranking hinlegt. Trotzdem weiterhin innovativ zu sein und am Erfolgskurs festzuhalten, ist einzige Aufgabe für die kommende Zeit – oder?

Eigentlich bleibt bei den Top Ten alles beim Alten: Unter den Branchenersten der insgesamt 38 Call Center-Unternehmen, die im diesjährigen, elften exklusiven Call CenterProfi-Ranking vertreten sind, verteidigen arvato services, walter services und die D+S europe AG unangefochten die Plätze eins bis drei. Das Ranking erfasst wie in jedem Jahr sowohl Call Center-Dienstleister als auch Inhouse-Call Center der Unternehmen mit oder ohne Drittgeschäft. Sowohl beim Netto-Roheinkommen als auch bei der Mitarbeiterzahl haben die marktführenden Call Center-Dienstleister nochmals zugelegt. Dabei befinden sie sich in guter Gesellschaft, denn über ein Drittel der Unternehmen dieser Branche hat laut Trendscanner-Umfrage (siehe Sonderheft Seite 14) ihren Mitarbeiterstand um mehr als zehn Prozent erhöht. Über 430.000 Agents sind inzwischen in den unterschiedlichsten Call Centern, Service Centern oder salesorientierten telefonischen Vertriebscentern tätig. Ein schlagernder Beweis für die wirtschaftliche Kraft der Branche. Ein Teil der erfreulich wachsenden Zahl neuer Jobs insbesondere bei den großen Unternehmen geht auf das Konto der massiv vorangetriebenen Standortexpansion im In- und Ausland, aber auch auf Zusammenschlüsse und Übernahmen von Unternehmen. Der Markt bleibt spannend, besonders was die globale Expansion betrifft: So ist die Zahl der Contact Center, die nur (noch) einen Standort haben, in den letzten fünf Jahren kontinuierlich von 67 Prozent auf 50 Prozent gesunken.

Der Anteil von Call Center-Betreibern mit zwei Standorten hat sich im gleichen Zeitraum von zehn auf 20 Prozent mehr als verdoppelt. Und: 83 Prozent aller Call Center mit mehreren Standorten sind komplett virtuell untereinander vernetzt. Parallel zum steigenden Projektumfang wurde in den vergangenen zwei bis drei Jahren in global orientierten Unternehmen die Standortexpansion insbesondere durch neue Repräsentanzen in osteuropäischen und asiatischen Märkten weiter vorangetrieben. Der Blick ins aktuelle Ranking zeigt: Die führenden zehn Unternehmen der deutschen Call Center-Branche unterhalten inzwischen mindestens vier und mehr Standorte. Global Player

wie beispielsweise Branchenprimus arvato, walter services oder Otto haben eine zweistellige Anzahl von Call Center-Standorten aufgebaut – teilweise auch durch Übernahme von Wettbewerbergeschäften. Lediglich sehr vereinzelt haben einige Dienstleister unter den Top Ten das vergangene Jahr auf gleichem Niveau oder leicht unter ihrem Vorjahresergebnis abgeschlossen oder haben Mitarbeiterzahlen konsolidiert, wie beispielsweise die telegate AG. Sie rangiert jedoch weiterhin auf Platz sechs der Größenliste.

Dienstleister im Mittelfeld rücken auf

Interessant wird es auf den sieben oberen Plätzen im anschließenden Mittelfeld der Ranking-Liste 2008: Es wird sichtbar, dass der Spagat zu den Größten im Markt kleiner wird. Und manches Unternehmen aus dem unteren Umsatzblock des Rankings ist in diesem Jahr gleich um bis zu fünf Plätze oder mehr nach oben gerückt. Der Einstieg in neue, angrenzende Geschäftsfelder wie beispielsweise Dialog-Consulting oder vertriebsorientierte Business Process Outsourcing-Pakete sowie verstärkte Neukundengagements haben ihnen einen Push gebracht. Vergleichbar den Mechanismen eines Ratings aus der Finanzwelt, stieg ihr „Marktwert“ bei

Im Leistungsportfolio großer Dienstleister finden sich kaum noch Service-Lücken. Es wird die gesamte Wertschöpfungskette des Kunden bedient.

den auftraggebenden Unternehmen im vergangenen Jahr wohl sichtlich. Positive Beispiele liefern auch die DB Dialog Telefonservice GmbH (Vorjahr Platz zehn), die die defacto-Gruppe von Platz neun (2007) auf Platz elf verdrängt und an Netto-Roheinkommen deutlich zugelegt hat. Das Unternehmen gehörte vor zwei Jahren dank seines effizienten Call Center-Konzeptes zu den deutschen CAT-Award-Gewinnern 2006 bei der Call Center World in Berlin. Otto-Gruppe und buw Holding konnten sich zum Vorjahr jeweils um einen Platz nach oben ver-



| Rang | Firma | NettoRoheinkommen | Anzahl der Mitarbeiter | Anzahl der Arbeitsplätze | Vorjahres-Rang |
|------|--------------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------------|----------------|
| 01 | arvato direct services GmbH | 734.901.900 | 11.188 | 8.063 | Rang 01 |
| 02 | Walter Services Holding GmbH | 235.847.000 | 6.250 | 5.441 | Rang 02 |
| 03 | D + S europe AG | 231.500.000 | 3.500 | 2.980 | Rang 03 |
| 04 | SNT Deutschland AG | 175.708.000 | 4.039 | 4.260 | Rang 04 |
| 05 | telegate AG | 105.415.000 | 1.557 | 1.069 | Rang 05 |
| 06 | OTTO Call Center | 70.190.000 | 1.702 | 1.406 | Rang 07 |
| 07 | buw Holding GmbH | 66.095.951 | 1.725 | 2.000 | Rang 08 |
| 08 | DB Dialog Telefonservice GmbH | 61.080.000 | 1.601 | 885 | Rang 10 |
| 09 | TECTUM Consulting GmbH & Co. KG | 59.493.673 | 1.910 | 1.605 | Rang 15 |
| 10 | Transcom WorldWide GmbH | 54.636.493 | 1.355 | 1.211 | Rang 13 |
| 11 | defacto.gruppe | 52.000.000 | 584 | 540 | Rang 09 |
| 12 | Bosch Communication Center | 48.980.000 | 910 | 785 | Rang 12 |
| 13 | Sykes Enterprises Unternehmensgruppe | 44.100.000 | 1.430 | 1.650 | Rang 11 |
| 14 | GHP Dialog Services GmbH* | 23.978.000 | 657 | 626 | Rang 23 |
| 15 | gkk DialogGroup GmbH | 22.794.000 | 482 | 451 | Rang 17 |
| 16 | ASV Direktmarketing GmbH | 18.706.466 | 850 | 340 | NEU |
| 17 | regiocom GmbH | 17.016.461 | 602 | 637 | NEU |
| 18 | BHLOG GmbH | 16.000.000 | 408 | 300 | Rang 18 |
| 19 | @FRIENDS GmbH & Co.KG | 15.921.000 | 400 | 325 | Rang 20 |
| 20 | Simon & Focken GmbH | 11.719.000 | 375 | 330 | Rang 21 |
| 21 | cologne: callcenter GmbH | 11.602.989 | 200 | 220 | Rang 24 |
| 22 | DIMA systems ag | 10.663.619 | 453 | 379 | Rang 29 |
| 23 | BHW Direktservice GmbH | 8.017.425 | 122 | 122 | Rang 25 |
| 24 | NÜRNBERGER CommunicationCenter GmbH | 7.689.677 | 210 | 190 | Rang 28 |
| 25 | Regiocom Sales Service Halle GmbH | 7.624.402 | 290 | 345 | Rang 30 |
| 26 | Communication Factory GmbH | 7.541.815 | 235 | 240 | NEU |
| 27 | tms connected! GmbH & Co. KG | 6.340.000 | 200 | 250 | NEU |
| 28 | tel-inform GmbH | 6.061.450 | 182 | 170 | Rang 31 |
| 29 | people2people.de GmbH | 6.020.596 | 163 | 220 | Rang 27 |
| 30 | MarketDialog GmbH | 5.166.849 | 100 | 100 | NEU |
| 31 | T.D.M. Telefon-Direkt-Marketing GmbH | 4.517.000 | 120 | 140 | Rang 34 |
| 32 | CDS Call Dispatch Scholz GmbH | 3.939.417 | 94 | 60 | Rang 32 |
| 33 | callSokrates GmbH | 3.730.155 | 103 | 150 | NEU |
| 34 | bkd GmbH | 3.445.000 | 71 | 61 | Rang 33 |
| 35 | Kern Contact GmbH | 3.012.898 | 52 | 64 | Rang 35 |
| 36 | A. Sutter Dialog Services GmbH | 1.556.479 | 36 | 46 | NEU |
| 37 | ATVITA GmbH | 894.555 | 30 | 24 | NEU |
| 38 | Telesense Kommunikation GmbH | 825.831 | 30 | 20 | NEU |

*Position nach Neuübermittlung des Testats am 30. Mai 2008 geändert. Alle Umsatzzahlen testiert!

Quelle: CallCenterProfi

bessern. Auch die Simon+Focken GmbH rückt um einen Platz nach oben auf und zieht damit in die Top 20 ein. Interessant ist die Entwicklung bei agenturähnlichen aufgestellten Unternehmensgruppen wie beispielsweise der gkk Dialog Group. Sie konnte sich um drei Plätze auf Platz 14 verbessern und schließt damit zu anderen Dialog-

und erstmals im Ranking vertreten ist die Berliner ASV Direktmarketing GmbH (Asdirekt), ein Unternehmen der Axel Springer AG, das seit 1998 am Markt ist und unter anderem auch einen Standort in Warschau betreibt. Unternehmen wie Tectum in Gelsenkirchen, seit kurzem mit Investor in der Unternehmensführung, haben

Care-Unterstützung ergänzen dieses Mal das untere Mittelfeld des Rankings: Dazu gehören neben ASV Anbieter wie die Frankfurter Fullservice-Agentur MarketDialog, die auf Direct Telesales von erklärungsbedürftigen Produkte spezialisierte Communication Factory GmbH in Magdeburg, callSokrates, Saalfeld, tms connected mit Schwerpunkt auf Outbound für Vertrieb und Marketing sowie Inbound-Support, die A.Sutter Dialog Services GmbH, Teil der Verlagsgruppe Sutter, die auf Vertriebsförderung spezialisierte Kaarster Atvita GmbH und das 2003 gegründete Berliner Unternehmen Telesense.

Der Einstieg in neue, angrenzende Geschäftsfelder wie Dialog-Consulting oder vertriebsorientiertes Business Process Outsourcing haben Call Centern 2007 den Push gebracht.

marketing-Dienstleistern mit Call Center-Kernkompetenz im oberen Mittelfeld der Ranking-Platzierungen auf, wie beispielsweise defacto, GHP, die von Platz 23 auf Rang 15 aufgestiegen sind oder die Bielefelder Dialogagentur @Friends. Neu an Platz 16

sich von Platz 15 noch im Vorjahr jetzt an Platz neun und damit in das Hauptfeld der erfolgreichsten zehn Call Center-Spezialisten gesetzt. Gleich acht neue Unternehmen mit Schwerpunkt Dialogmarketing und klassischer telefonischer Customer

Neue Branchen, neue Aufgaben...

Woher kommt die anhaltend positive Entwicklung der marktstarken Unternehmen, aber auch spezialisierter Nischenanbieter der letzten Monate? Wenn über die Hälfte der teilnehmenden Unternehmen der Trendschan-



KUN ENSE VICE

Manchen Call Centern fehlt etwas.

Bei uns erwartet Ihre Kunden lückenlose Qualität. Setzen deshalb auch Sie auf das Know-how von über 30 Jahren Call Center-Erfahrung mit jährlich 40 Millionen Kundenkontakten. Dazu auf hoch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter. Und auf einen vielfach ausgezeichneten Service. Ob Inbound, Outbound oder Up-Selling-Aktivitäten – bei uns sind Ihre Kunden in besten Händen!

Mehr Informationen erhalten Sie unter 040-64 61-1666 oder im Internet: www.otto-callcenter.de

Ihr Partner für Call Center-Dienstleistungen und mehr!



| Rang | Firma | Anzahl der Mitarbeiter |
|------|--|------------------------|
| 01 | arvato direct services GmbH | 11.188 |
| 02 | Walter Services Holding GmbH | 6.250 |
| 03 | Vivento Customer Services GmbH | 5.227 |
| 04 | SNT Deutschland AG | 4.039 |
| 05 | D + S europe AG | 3.500 |
| 06 | adm GmbH | 3.400 |
| 07 | Sitel Corporation | 2.853 |
| 08 | TECTUM Consulting GmbH | 1.910 |
| 09 | buw Holding GmbH | 1.725 |
| 10 | OTTO Call Center | 1.702 |
| 11 | DB Dialog Telefonservice GmbH | 1.601 |
| 12 | telegate AG | 1.557 |
| 13 | Sykes Enterprises Unternehmensgruppe | 1.430 |
| 14 | Transcom WorldWide GmbH | 1.355 |
| 15 | Bosch Communication Center | 910 |
| 16 | ASV Direktmarketing GmbH | 850 |
| 17 | GHP Dialog Services GmbH | 657 |
| 18 | SIM Communication Center GmbH | 610 |
| 19 | regiocom GmbH | 602 |
| 20 | defacto.gruppe | 584 |
| 21 | QVC | 511 |
| 22 | Telemarkt AG | 500 |
| 23 | gkk DialogGroup GmbH | 482 |
| 24 | DIMA systems ag | 453 |
| 25 | BHLOG GmbH | 408 |
| 26 | @FRIENDS GmbH & Co.KG | 400 |
| 27 | Simon & Focken GmbH | 375 |
| 28 | Regiocom Sales Service Halle GmbH | 290 |
| 29 | Communication Factory GmbH | 235 |
| 30 | NÜRNBERGER Communication Center GmbH | 210 |
| 31 | cologne: callcenter GmbH | 200 |
| 31 | tms connected! GmbH & Co. KG | 200 |
| 33 | Cortal Consors S.A. | 186 |
| 34 | tel-inform GmbH | 182 |
| 35 | people2people.de GmbH | 163 |
| 36 | TEMA Gesellschaft für Marketing-Service GmbH | 162 |
| 37 | BHW Direktservice GmbH | 122 |
| 38 | T.D.M. Telefon-Direkt-Marketing GmbH | 120 |
| 39 | callSokrates GmbH | 103 |
| 40 | MarketDialog GmbH | 100 |
| 41 | CDS Call Dispatch Scholz GmbH | 94 |
| 42 | rz-Service-Center Koblenz GmbH | 85 |
| 43 | bkd GmbH | 71 |
| 44 | Kern Contact GmbH | 52 |
| 45 | A. Sutter Dialog Services GmbH | 36 |
| 46 | ATVITA GmbH | 30 |
| 46 | Telesense Kommunikation GmbH | 30 |

Quelle: CallCenterProfi

ner-Umfrage nach eigenen Angaben ihre Umsatzsteigerungen überwiegend aus dem Neukundengeschäft ziehen und gleichzeitig ihr Leistungsportfolio im laufenden Geschäftsjahr erweitern wollen, spricht dies eine deutliche Sprache. Neue Branchen wie unter anderen Entsorger, Inkasso- und sonstige Fulfillmentdienstleistungen, Facility Management, der Automotive- und Automobilsektor, Energieversorgung oder auch Call Center-Services für den öffentlichen Personenverkehr sowie Engagements im Investgütermarkt zeigen, dass auch in neuen Aufgabengebieten durchaus noch Raum für Neugeschäft und erweiterte Agent-Aufgaben ist. Neben den klassischen, vertriebsstarken Märkten wie Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Banken oder Telekommunikation kommen zunehmend auch Auftraggeber aus Pharma und Healthcare, Transport und Logistik hinzu. Consultinglösungen bieten neue Chancen bei ganzheitlich aufgestellten Call Center-Unternehmen. Natürlich zieht all dies Investitionen in das Know-How der Agenten nach sich. Denn statt reiner Serviceaufgaben sollen sie in vielen Projekten eine aktive Beratungs- und Verkäuferrolle übernehmen.

Keine Service-Lücken mehr

Im Leistungsportfolio aller großen Anbieter finden sich inzwischen kaum noch Service-Lücken und es wird meist die gesamte Wertschöpfungskette des Kunden bedient, von Telesales über die Inbound- und Outboundunterstützung, Back Office für den virtuellen Vertrieb bis hin zu Direktmarketing und Kampagnenmanagement sowie komplettem Business Process Outsourcing. Nur vereinzelt bedient werden bisher mit diesen Leistungen dagegen Marktsparten wie Assistance, Fundraising, Training oder Sektoren der Öffentlichen Hand, wie unsere Branchenabfrage im Rahmen des Rankings zeigt. Allerdings: Geschenkt wird den Dienstleistern im Call Center-Markt auch weiterhin nichts. Zum Preis- und Konditionsdruck kommen der Know-how- und Qualitätsdruck hinzu. Zum Jahresbeginn schrieben wir über eine „Branche am Scheideweg“ – was bedeutet, dass die Serviceleistungen für Call Center mehr denn je auf dem Prüfstand stehen, wenn es um komplette Prozesse mit Multilevel-Ansatz geht. Allrounder für alle Ebenen der Telefonie sind gefragt, mit der entsprechenden Beratungskompetenz und dem Service- und Know-how-Grad, den gerade immer komplexere Outbound-Aktionen und Kampagnenmanagement der auftraggebenden Unternehmen verlangen. Diese Entwicklung hat sich innerhalb der letzten fünf Jahre enorm verschärft und zu wachsendem Wettbewerbsdruck im Markt geführt. Einige große Unternehmen haben darauf mit dem Einstieg in neue Geschäftsfelder reagiert oder durch Fusionen und externen Know-how-Zukauf Lösungen gefunden.

Kunden denken zunehmend strategisch

Interessant ist, dass auch die auftraggebende „Gegenseite“ zunehmend besser über maßgebliche Aspekte

des Call Center-Business im Bilde ist und für ihr eigenes Kundenmanagement auf strikten Qualitätskurs setzt. Die Folge: Der strategische Einkauf von Call Center-Dienstleistungen wird verstärkt von den Entscheidern in den Kundenunternehmen der Call Center-Branche thematisiert. Agenturnahen Dienstleistungen und ganzheitlich aufgestellten Call Centern gehört wohl dabei die Zukunft. Trotzdem werden Spezialisten für projektspezifische Anforderungen gerade im sensiblen Outbound-Bereich auch weiterhin gesucht sein – wie beispielsweise Vertriebsexperten von Marketing Partner in Wiesbaden für Call Center prognostizieren, die an der Schnittstelle zu Vertrieb, Marketing und Kundenservice multifunktionale Aufgaben zu erfüllen haben. Ein weiteres Stichwort sind Drittkunden. Sie werden auch für einstmals integrierte Call Center-Einheiten, beispielsweise im Versand- oder Bankenbereich, immer attraktiver, denn sie haben unschätzbare Branchen-

Know-how. So wundert es nicht, dass immer mehr einstmals integrierte Service Center inzwischen einen nennenswerten Teil ihres Business als eigenes Profit Center mit Drittgeschäft generieren. Die Otto-Gruppe ist nur ein Beispiel dafür. Wichtiger Wegweiser zu neuen Services werden bisher eher brachliegende, weil stark monopolisierte Branchen sein. Dazu gehören vor allem Energieversorger und Entsorgungsunternehmen. Sie haben den Kunden entdeckt und bieten sowohl Kundenservice sowie Telefonberatung und -verkauf aktiv an, um jetzt wettbewerbsfähig zu bleiben. Besonders im Discountbereich der Strom- und Gasanbieter, gleich ob niedrigpreisiger Konzernableger oder eigenständiges Unternehmen, sind daher jetzt Top-Agents gefragt.

In eher spröden Branchen wie Fulfillment und Facility Management bieten sich Nischen für vertriebsorientierte Call Center-Dienstleister, die die gesamte Klaviatur der Telefonie beherr-

schen. Richard Ray, Head of Business Consulting bei Verint Systems, Anbieter von Workforce-Optimization-Software und Dienstleistungen für Contact Center, glaubt, dass insgesamt jetzt die Servicequalität des Contact Centers im Fokus der nächsten Monate stehen wird, während in den vergangenen Jahren „viele Center damit beschäftigt waren, Unternehmensteile weltweit auszulagern.“ Interessante Vorzeichen für das nächste Ranking, und alles könnte so gut bleiben. Wenn nicht der Start der neuen EU-Dienstleistungsrichtlinie 2009 anstehen würde - und damit sicher neue Herausforderungen, weil sie für noch mehr Markttransparenz, Bewegung bei den Leistungsportfolios und Wettbewerbsdynamik unter den Call Center-Dienstleistern sorgen wird. Doch wie kommentierte schon zum Ranking 2006 arvato-Vorstand Rolf Buch so treffend: „Nichts ist so alt wie die Serviceleistungen von gestern!“ ■

Simone Fojut

DB BAHN



DB Dialog: Mit uns erreichen Sie mehr!

Am Anfang waren wir das Call Center der Bahn. Heute sind wir ein führender Anbieter im Kunden-Kontakt-Management mit hoch entwickelten Inbound- und Outbound-Lösungen für alle Kommunikationskanäle. Unsere Kompetenzen und Kapazitäten werden überall genutzt, wo Unternehmen und Branchen

großen Wert auf guten Kundenkontakt legen. Sie wollen mehr wissen? Wir sind für Sie da – unter **0180 3 001622***, per E-Mail unter **info@dbdialog.de** und im Internet unter **www.dbdialog.de**

* 0,09 EUR/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom