

## CAAt-Award Österreich 2013

Erika Leibetseder ist Call Center-Managerin des Jahres 2013 in Österreich. Die Prokuristin und Geschäftsleiterin der oberösterreichischen market calling sorgte dafür, dass der Wandel vom inhabergeführten Unternehmen zur mehrheitlichen Konzerntochter für Mitarbeiter, Kunden und Anteilseigner ebenso reibungslos wie höchst erfolgreich über die Bühne ging.

## Call Center Manager des Jahres 2013



Foto: Management Circle

# Bescheidene Top-Strategin

Es war ein Zufall, und zwar ein glücklicher: Am Tag, nachdem Erika Leibetseder von der Verleihung des CAAt-Awards auf der CCW in Berlin zurück in ihre österreichische Heimat gereist war, stand ein Kundempfang von der Energie AG auf der Agenda – wo sich dann die Preisträgerin schnell mit dem Generaldirektor und allen Vorständen auf der Bühne wiederfand. Das wiederum sorgte dafür, dass die Lokalpresse über den CAAt für die Chefin von market calling berichtete. Schon am Flughafen in Wien hatten sie einige Mitarbeiter mit ersten Glückwünschen überrascht. „Das war ein tolles Gefühl, ganz klar! Dass sich alle mit mir freuen und die große Wertschätzung, die mir auch vom

obersten Konzerndirektor entgegengebracht wurde – das hat mich sehr gefreut“, sagt Erika Leibetseder. Und sie fügt hinzu: „Klar, man strengt sich immer an, aber dass wir beim CAAt-Award eine so große Resonanz haben, hätte ich nicht erwartet. Es hat sich sehr gelohnt mitzumachen.“

Erika Leibetseder ist bescheiden – denn was sie in nur neun Monaten Umsetzungszeit geschafft hat, ist allemal einen CAAt wert.

Die Ausgangslage: Das 1998 gegründete Call Center market calling in Niederwaldkirchen ist laut Eigenangaben im österreichischen Markt der Profi in Energieservicedienstleistung, sowohl was den telefonischen Service als auch E-Mails und Chats sowie immer mehr auch Dienstleis-

tung rund um die Abrechnung betrifft. market calling zähle mit ihren 120 Mitarbeitern zu den am besten etablierten Call Center-Dienstleistern Österreichs. Ursprünglich war das Unternehmen market calling als Tochter des Linzer Marktforschungsinstituts market gegründet worden, für das es bis heute telefonische CAAt-Umfragen durchführt.

Nun hat aber market calling seinen Job für den Großkunden Energie AG Oberösterreich so erfolgreich erledigt, dass sich der viertgrößte Energieversorger des Landes im Sommer 2011 entschloss, über seine eigene Kundenbetreuungsdivision – die Energie AG Oberösterreich Customer Services (EAG CS) – einen 60-Prozent-Anteil an market calling zu erwerben.

## IM FOKUS

## market calling

**Einordnung:** Outsourcing-Partner und zweifaches Inhouse-Call Center

**Anzahl der Call Center-Standorte:** 3

**Anzahl der Mitarbeiter im Call Center:** 120  
**Servicezeiten:** 24/7

**Kommunikationskanäle:** Telefon inbound und outbound, Fax, E-Mail, SMS, Web-Chat, Social Media

**Technische Infrastruktur:** Anbindung an die TK- und Sicherheitsinfrastruktur der Energie AG Oberösterreich, Einsatz von Eigenapplikationen und Kundensoftware (projektbezogen)

**Zertifizierungen:** DIN EN 15838: 2009-11 audit berufundfamilie seit 2007

Kundenprojekt Energie AG zu einer „Quasi-Inhouse“-Abteilung innerhalb des Energie AG-Konzerns zu transformieren, was durchaus auch eine bürokratische Dimension hat, die beim Berichtswesen anfängt und bei der gemeinsamen Personalentwicklung nicht aufhört.

Zweitens den Mitarbeitern der market calling die Angst vor der Veränderung zu nehmen und sie weiterhin zu Höchstleistungen zu motivieren.

Drittens die Mitarbeiter der Customer Services-Tochter der Energie AG Oberösterreich zu integrieren und, viertens – nicht zu vergessen! – weiterhin allen Drittkunden einen tadellosen Service zu bieten.

Zudem folgte mit der Übernahme der Mehrheitsanteile durch den Energiekonzern eine Expansion bei den Calls, Kunden, Mitarbeitern und beim Umsatz – ein Wachstum, das gesteuert werden will. market calling musste sich gleichermaßen als Outsourcing-Partner und als zweifaches Inhouse-Call Center positionieren.

Zur organisatorischen und wirtschaftlichen Abgrenzung zwischen den Geschäftsbereichen etablierte das Unternehmen drei Profit Center:

- Das Profit Center „Energie AG“ bündelt alle Leistungen und Ressourcen an drei Standorten für die EAG CS und weitere EAG-Konzernpartner.

Deren Geschäftsführer Franz Prieler wurde 2011 auch Geschäftsführer von market calling. Bis dato hatte der Geschäftsführer des market-Instituts, Professor Dr. Werner Beutelmeyer, zugleich als Geschäftsführer der market calling fungiert. Das Institut hält nach wie vor 40 Prozent der Anteile. Damit hatte Erika Leibetseder, die seit 1998 als Geschäftsleiterin und Prokuristin die Geschicke des Call Centers leitet, gemeinsam mit dem neuen Geschäftsführer gleich mehrere Herausforderungen zu bewältigen:

Erstens den Wechsel der Geschäftsführung und der Eigentümerverhältnisse reibungslos über die Bühne zu bringen und damit die Strukturen und Kulturen eines mittelständischen, inhabergeführten Unternehmens mit denen des neuen Mehrheitseigners – also eines Konzerns – zusammenzubringen. Es galt, das externe

Das Profit Center „market-MAFO“ ist Marktforschungsabteilung für das market-Institut und seine Kunden.

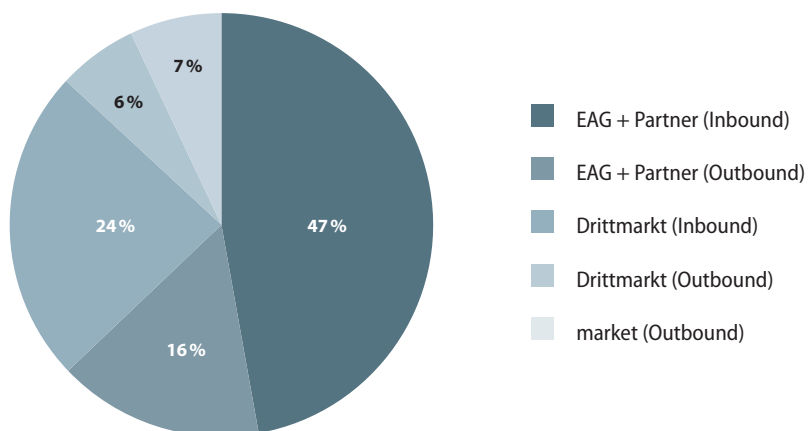
- Das Profit Center „Drittmarkt“ erbringt alle Leistungen für auf dem freien Markt akquirierte Kunden, die nicht Eigentümern zuzurechnen sind.

Mit dem Zusammenschluss wechselten die Mitarbeiter der Konzerntochter in das Profit Center „Energie AG“ bei market calling. Um die alten und neuen Mitarbeiter zu einem Team zusammenzuschweißen, wurden Strukturen und Prozesse so vereinheitlicht, dass kaum noch Unterschiede zwischen den Unternehmen, Standorten und Teams bestehen. „Eine Seminarreihe zum Teambuilding sowie gemeinsame Veranstaltungen unterstützen diese Entwicklung. Ausbildungspläne, Stellenprofile und Entwicklungsmöglichkeiten wurden vereinheitlicht“, heißt es in der CAT-Bewerbung. Auch in den anderen Profit Centern seien Strukturen und Prozesse angepasst worden, um maximale Flexibilität bei Leistungen und Kapazitäten zu erreichen. Mehr Flexibilität, Sicherheit und Effizienz habe auch die Zusammenlegung der Telefonanlage mit der von EAG CS gebracht. Die gesamte Netzwerkinfrastruktur und der Firewall-Cluster ist an mehreren Standorten redundant aufgestellt und nach Konzernstandards geschützt.

Was insbesondere in der Mitarbeiterintegration sicher geholfen hat: market calling tut schon seit vielen Jahren sehr viel dafür, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

## KONTAKTE IM GESCHÄFTSJAHR 2012

Zuordnung der Calls und abgeschlossenen Fälle auf Profit Center/Inbound-Outbound:



Insgesamt rund 1,1 Millionen telefonische Kontakte und etwa 100 000 bearbeitete E-Mails.

Quelle: market calling Marketing GesmbH

» Das Call Center residiert in einem gelben Prachtbau inmitten hügeliger Landschaft, kurzum: in der Provinz. Das oberösterreichische Niederwaldkirchen zählt rund 1 700 Einwohner und liegt gut 30 Kilometer von Linz entfernt. „Die Technik und Leitungen irgendwo hinzugraben, ist kein Problem“, berichtet Erika Leibetseder, „aber gute Mitarbeiter zu finden, ist eine große Herausforderung für alle Branchen.“

market calling rekrutiert neue Mitarbeiter aus dem ländlichen Raum und bietet sehr flexible Arbeitszeitmodelle (wofür übrigens vor einiger Zeit die Gemeinde Niederwaldkirchen den damaligen Geschäftsführer Werner Beutelmeyer und Erika Leibetseder „für ihre Verdienste um Arbeitsplätze“ mit der Goldenen Ehrennadel ehrte).

Ein Vorteil sei, so Leibetseder, dass das Call Center Auftraggeber aus vielen verschiedenen Branchen, also nicht bloß Energieversorger, sondern Unternehmen von Tourismus bis Technik, betreue – denn damit steigen die Chancen, für qualifizierte Köpfe auch stets eine entsprechende Tätigkeit bereitstellen zu können.

Die Vereinbarung von Familie und Beruf spielt bei market calling eine große Rolle, was hier nachweislich kein bloßes

Lippenbekenntnis ist: „Wir haben gemeinsam mit der Gemeinde eine Krabbelstube eingerichtet“, erzählt die CAT-Preisträgerin. Zwar steht der Kindergarten auch dem Nachwuchs firmenfremder Familien offen, die Kinder der Call Center-Mitarbeiter haben aber Priorität bei der Anmeldung.

Doch zurück zum Integrationsprozess: Mit den neuen Eigentümerverhältnissen wurden wie erwähnt zuerst Strukturen und Prozesse vereinheitlicht, Leistungen zwischen den Unternehmen neu verteilt und das Team von market calling durch Mitarbeiter der EAG CS aufgestockt. Zu dem Standort in Niederwaldkirchen sind damit noch zwei weitere in Linz hinzugekommen – diese werden zwar weiterhin betrieben, aber nicht mehr nachbesetzt. 80 Prozent des Geschäfts laufen über den Stammsitz im Mühlal. Erfreulich: Wegen der Neuverteilung des Geschäfts musste niemand entlassen werden.

Die erklärten Ziele des Mergers:

- „Unter marktkonformen Bedingungen Effizienz- und Kostenvorteile für die beiden Eigentümer zu erzielen, ohne dabei Qualitätsverluste zu erleiden.“
- „Auf dem tatsächlichen Call Center-Markt als eigenständiger, gewinnorientierter Qualitätsanbieter mit einem

starken Markennamen voll handlungsfähig zu bleiben.“

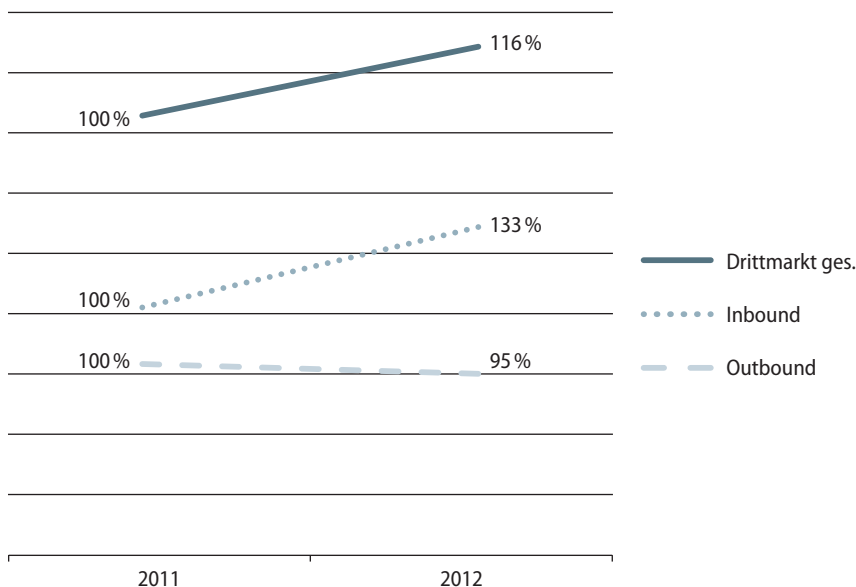
Letzteres ist Erika Leibetseder ein großes Anliegen: „Wir haben den Konzern überzeugt, dass es ganz wichtig ist, unsere Eigenständigkeit am freien Markt zu behalten und 30 bis 35 Prozent des Umsatzes mit effizienten Gewinnen am freien Markt zu erzielen. Damit generiere ich Gewinne für den Konzern und bin als Dienstleister immer gut aufgestellt.“

Tatsächlich arbeitet market calling nicht nur für ihren Mehrheitseigner Energie AG, sondern neben zahlreichen weiteren Auftraggebern auch für andere Energieanbieter. „Wir sind eine eigenständige Marke und wollen stärker im internationalen Markt agieren“, so Leibetseder. Dazu sollen unter anderem folgende drei Faktoren beitragen: das breite Dienstleistungsportfolio, das von Markt- und Meinungsforschung über den 24-Stunden-Inbound-Servicebereich bis hin zu Dialogmarketing im Outbound reicht, die beiden Eigentümer als Garanten für Seriosität und Zuverlässigkeit sowie der gute Ruf, den sich market calling seit 1998 erarbeitet hat.

Im hauseigenen Kundenmagazin „Connected“ warb das Call Center offensiv für die Vorteile der neuen Eigentümerver-

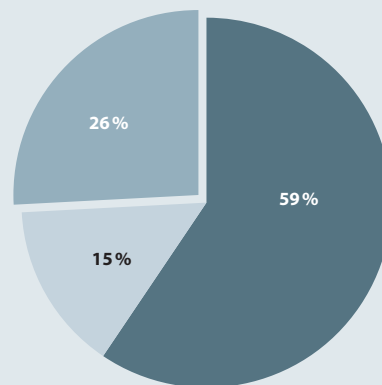
**LEISTUNG: UMSATZENTWICKLUNG IM PROFIT CENTER „DRITTMARKT“**

Umsatzentwicklung im „Drittmarkt“ 2011/2012



Profit Center-Verteilung (TEUR, %)

- Energie AG und -Konzernpartner
- market-Marktforschung
- Drittmarkt-Kunden



Quelle: market calling Marketing GesmbH



hältnisse: „Durch den Einstieg der Energie AG katapultiert sich market calling in eine neue Liga unter den Qualitätsanbietern auf Österreichs Call Center-Markt. Die Kapazitäten werden mit zusätzlichen, bestens qualifizierten Mitarbeitern aufgestockt, und durch spezifische Weiterbildung fließt weiteres Know-how ins Unternehmen. Davon profitieren alle Kunden: Mit den zusätzlichen Ressourcen können noch größere und komplexere Aufträge kostengünstig abgewickelt werden. Das Betreuungsangebot nachts und zu Randzeiten wird weiter verbessert.“

Dass diese selbstbewussten Ankündigungen nicht zu hoch gegriffen waren, belegt nicht nur die im Dezember 2012 erfolgreich abgeschlossene Zertifizierung nach EN 15838, sondern auch die erste

Bilanz. Denn die fiel nach Unternehmensangaben höchst erfolgreich aus:

market calling wickelte mehr als 1,1 Millionen Kontakte per Telefon ab, so viele wie noch nie. Des Weiteren wurden rund 100 000 E-Mails bearbeitet. Insgesamt betreute das Call Center mehr als 60 unterschiedliche Auftraggeber, darunter viele Neukunden, die es sowohl unter Konzernpartnern als auch auf dem freien Markt gewinnen konnte. Der Umsatz erreichte einen Rekordwert und kletterte bei den Marktkunden um 16 Prozent, zugleich übertraf die Rentabilität dieser Kundengruppe die Konzernvorgaben. Kurzum: Diese Anstrengung hat sich wahrlich gelohnt!

**Vera Hermes**

## CAT-JURY

### Die Jury des CAT-Award 2013

**Sigrid Bauschert**, Vorstand Management Circle AG  
**Sylvia Brüller**, Senior Manager Business Service, T-Mobile Austria  
**Simone Fojut**, Chefredakteurin des Fachmagazins CallCenterProfi, SFO Medien  
**Christina Ghitti**, Leiterin Kunden Kontakt Center, Weltbild Verlag  
**Raphael Raetzo**, Vorstand CallNet.ch  
**Elke Schaffer**, Mitglied im Vorstand Call-Center-Forum.at  
**Manfred Stockmann**, Präsident, Call Center Verband Deutschland e.V.  
**Wolfgang Thiel**, Leiter Service Center, GDV



Foto: Management Circle

Zwölf Nominierte – sechs für Deutschland, je drei für die Schweiz und Österreich – gingen in diesem Jahr ins Rennen um den CAT-Award, die höchste Auszeichnung für Call Center-Manager im deutschsprachigen Raum. Die Sieger wurden am Abend des 26. Februar im Berliner Estrel Convention Center gekürt: Neben Jean-Pierre Zala für die Schweiz gewannen Erika Leibeseder, Geschäftsführerin und Prokuristin der market calling Marketing für Österreich und Servodata-Geschäftsführer Klaus Schnurbus für Deutschland. Der von CallCenterProfi und dem Kongressveranstalter Management Circle verliehene CAT-Award ging 2013 zum 14. Mal an herausragende Führungskräfte aus dem Call Center- und Customer Management.

Der Weg zur Trophäe ist steinig: Die Redaktion von CallCenterProfi wählt in Absprache mit der Jury aus allen Bewerbungen die Kandidaten, die für den CAT-Award in Betracht kommen. Jurymitglieder staten allen nominierten CAT-Anwärttern in ihren Call Centern einen Besuch ab und prüfen deren Angaben direkt vor Ort auf Herz und Nieren. Wer in die Endausscheidung kommt, muss binnen zehn Tagen einen kleinen Präsentationsfilm drehen, der auf der Verleihung gezeigt wird.

Am Vorkongressstag der CallCenterWorld tritt die Jury in Berlin zusammen und wertet die zuvor einzeln und unabhängig voneinander abgegebenen Punkte einer Entscheidungsmatrix aus. Da die Jury ihre end-

gültige Entscheidung erst einen Tag vor der Preisverleihung fällt, wissen die Nominierten – wie bei der Oscar-Verleihung – tatsächlich nicht, wer gewinnt. Die Mühe lohnt: Den Siegern winken nicht nur Ruhm und Ehre, sondern auch eine gemeinsame Reise zur internationalen Kongressmesse Annual Call Center Exhibition (ACCE), die in diesem Jahr vom 13. bis 16. Mai in Seattle stattfand.

**Nicht vergessen: Vor dem CAT ist nach dem CAT:**

Die Bewerbungsunterlagen finden Sie in Kürze unter [www.callcenterprofi.de](http://www.callcenterprofi.de) oder nehmen Sie per E-Mail an [redaktion@callcenterprofi.de](mailto:redaktion@callcenterprofi.de) einfach Kontakt auf.