

Claudia Gabler

# FELS IN DER BRANDUNG

***In der 50-jährigen TELAG-Geschichte hat sich viel verändert, vieles ist aber auch geblieben. Zum Beispiel der Fokus auf Kundenservice für den Mittelstand. Oder auch der Name TELAG. Denn auch wenn Hans Jürgen Dregger, Branchen-Pionier und TELAG-Geschäftsführer, im Schulterschluss mit Capita eine grosse Chance sieht, hat er sich für die Marke TELAG eingesetzt - und das mit Erfolg.***



Hans Jürgen Dregger, Geschäftsführer TELAG

*CMM: Mit einer über 50-jährigen Tradition ist TELAG Contactcenter-Pionier in der Schweiz. Nun wurde das Unternehmen erst an die Schweizer avocis und jetzt mit avocis an die britische Capita verkauft. Was verändert sich dadurch?*

Hans Jürgen Dregger: Für unsere bestehenden Kunden ändert sich nichts. Wir bleiben ein im Schweizer Markt fest verwurzelt Dienstleistungsunternehmen, das es über viele Jahrzehnte erfolgreich geschafft hat, sich den veränderten Bedürfnissen seiner Kunden anzupassen, Veränderungsprozesse mitzugestalten und sich immer wieder neu zu erfinden. avocis war bereits im 2005 Marktführer im technischen Helpdesk. TELAG hatte diese Kompetenz nicht. Durch die Übernahme konnten wir uns in diesem Bereich weiterentwickeln und diese Kompetenz neuen Kundensegmenten anbieten. Wir erwarten durch Capita ebenfalls neue Impulse im operativen Geschäft und den Zugang zu neuen Kundensegmenten.

*Können Sie Ihrer Strategie - Betreuung Schweizer Unternehmen und KMU - treu bleiben?*

Das ist unser erklärtes Ziel. Der KMU-Betrieb in der Schweiz lebt von seiner Individualität und dem persönlichen Kontakt zu seinen Kunden. Das ist sein Alleinstellungsmerkmal und seine Abgrenzung gegenüber den Grossunternehmen. Wir sind mit unseren Dienstleistungen die Visitenkarte vieler Unternehmen. Unsere Schweizer Kunden erwarten von uns, dass wir das verstanden haben und für ihre Kunden so umsetzen. Mit einer separaten Dienstleistungseinheit in Zürich innerhalb der Capita-Grossfamilie unter Beibehaltung unseres bekannten Firmennamens signalisieren wir unseren Kunden genau das.

*Welche Rolle spielt TELAG und wie ist TELAG in der Capita-Gruppe positioniert?*

TELAG ist in der Capita-Gruppe im Verhältnis eine sehr kleine Dienstleistungseinheit. Der Umstand, dass wir unseren Auftritt und unsere Eigenständigkeit trotzdem behal-

ten, zeigt deutlich, dass Capita verstanden hat, wie wichtig Beständigkeit und individuelle Betreuung in unserem Dienstleistungssegment in der Schweiz sind.

Welche Strategie verfolgen Sie?

Wir bieten qualitative hochwertige Dienstleistungen in der Schweiz für die Schweiz. Wir wollen, dass sich unsere Schweizer Kunden mit uns wohl fühlen nach dem Motto: «Jedermann ein VIP». Für eine Grossbank, eine Versicherung oder ein grosses Telekommunikationsunternehmen ist unsere Mitgliedschaft in einem Milliardenkonzern kein Problem, für eine Schweizer KMU vielleicht aber schon. Deshalb werden wir in der Schweiz mit zwei Marken auftreten: Capita und TELAG.

Was bedeutet die neue Grossfamilie für Ihre Kunden?

Capita ist vor allem auf dem englischen Markt tätig und in ihren Dienstleistungsangeboten extrem diversifiziert. Der angelsächsische Markt ist in unserem Bereich der DACH-Region traditionell einige Jahre voraus. Wir sind überzeugt, dass wir unseren Kunden durch diese neue Partnerschaft Mehrwert bieten können und sie daher von dieser neuen Konstellation profitieren. Es findet bereits heute ein reger Know-how-Transfer statt, obwohl wir mit der Zusammenarbeit noch ganz am Anfang stehen.

Wie ist die Nachricht bei den Mitarbeitern angekommen?

Sehr positiv. Capita hat grossen Aufwand betrieben, unsere Mitarbeiter abzuholen und durch regelmässige Newsletter, Internetportale und Roadshows zu informieren. Da Capita bisher keine Präsenz in der DACH-Region hatte, waren keine Entlassungen durch Zusammenlegungen von Standorten zu befürchten. Die Mitarbeiter sehen die Chancen auf Wachstum und Weiterentwicklung.

Wie schaffen Sie es, dass TELAG immer TELAG bleibt – von der Pionierzeit über mehrere Rebrandings bis jetzt als Teil einer 68'000 Mitarbeiter und 5 Milliarden Euro starken Einheit?

Wenn man wie die deutschen Kollegen eine überschaubare Anzahl von Grosskunden hat, ist ein Markenwechsel verhältnismässig schnell kommuniziert. Unser Kundensegment und unsere Zielgruppe sind viel grösser. Es muss gute Argumente geben um eine Marke, in die man 50 Jahre investiert hat, sterben zu lassen. Diese guten Argumente habe ich bisher noch nicht gefunden.

**«Jedermann ein VIP»: Bei TELAG sollen auch nach der Übernahme durch Branchenriesen Capita (68.000 Mitarbeiter, 5 Mrd. Euro Umsatz) mittelständische Kunden besten Service erfahren.**

Sie haben in Ihrer über 30-jährige TELAG-Laufbahn viel erlebt. Was kommt als nächstes?

In der nächsten Zukunft werden wir uns in der Schweiz noch etwas mit der Einführung von Chat, visual IVR und Terminbuchungen im Contactcenter beschäftigen. Langfristig wird dem Outsourcing-Dienstleister die Verantwortung für Kundenbetreuung, Kundenzufriedenheit, Customer Contact Re-engineering, Call-Vermeidungsstrategien etc. übertragen und das zu einem Festpreis pro betreutem Kunden. Damit ist der Dienstleister in der Verantwortung, die Prozesse für unseren Kunden umzusetzen und trägt das volle Risiko. Der Mehrwert, den wir dem Kunden damit bieten, bildet die Grundlage für eine enge, langfristige Zusammenarbeit mit guter Wertschöpfung. Im KMU-Bereich ist das heute bereits ein Stück weit der Fall. Bei Grosskunden wird sich die Zusammenarbeit aber auch in diese Richtung entwickeln.

Was wünschen Sie sich für die TELAG und die Branche?

Für die TELAG wünsche ich mir, dass es uns gelingt, den Spagat zu schaffen, uns selbst und unserem Anspruch an uns selbst treu zu bleiben und die Chancen, die sich uns durch die neue Konstellation bietet, umsetzen zu können. Der Branche wünsche ich, dass es ihr gelingt, die Arbeit der 30 000 Mitarbeiter im Contactcenter aufzuwerten, gute Arbeitsbedingungen zu schaffen und eine neue Wertschätzung im Umgang mit Contactcentern zu etablieren. Mit der Gründung des Arbeitgeberverbandes contactswiss und dem neuen GAV wurde damit in diesem Jahr ein wichtiger Grundstein gelegt. ■