



INTRE COMMUNITY

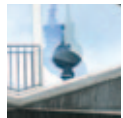
MARCUS MELONI

CHIEF EXECUTIVE OFFICER, AVOCIS

31



BERLIN WAR UND IST EINE DER INNOVATIVSTEN, AKTIVSTEN UND PULSIERENDEN STÄDTE IN DEUTSCHLAND. INNOVATIV, AKTIV UND PULSIEREND IST AUCH DIE AVOCIS AG. DIESE GEMEINSAMKEITEN SIND WOHL NUR EINER DER GRÜNDE, WARUM DAS UNTERNEHMEN IHR NEUESTES CALL CENTER IN DEN TRADITIONELLEN MURATTI HÖFEN IN BERLIN ERÖFFNET HAT. DIE MURATTI HÖFE STEHEN FÜR QUALITÄT, PRODUKTION, MANUFAKTUR. DIESE ATTRIBUTE PASSEN WIEDERUM PERFEKT AUF DEN NEUEN HAUSHERRN, MARCUS MELONI, CEO DER AVOCIS AG.



ÜBER AVOCIS

Die PREMIUMcommunications Group bündelte Anfang 2011 die Einzelmarken theBEEcompany, adm.group, SIM Communication, DIMA Systems, TELAGcompany und MEDICcompany. Um die Stärke dieser Einzelmarken transparenter zu machen und komplexe Aufgaben im Verbund zu erfüllen, firmiert das Unternehmen jetzt unter der Dachmarke avocis. Damit setzt das Unternehmen, das im letzten Jahr den Umsatz von 164 Millionen Euro auf 180 Millionen Euro steigern und einen zweistelligen EBITDA erzielen konnte, seine seit 2002 bestehende Erfolgsgeschichte weiter fort. Aufgrund seiner Größe und Marktanteile zählt avocis zu den drei größten Kommunikationsdienstleistern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Leistungsspektrum der avocis bildet alle Formen des Kundenservices ab: Dazu gehören im Inbound-Betrieb alle Themen rund um Information, Beratung sowie Second-Level-Helpdesk. Im Outbound-Betrieb reicht das Dienstleistungsspektrum von Leadqualifizierung über Cross- und Upselling bis zu Aftersales-Betreuung und Außendienstunterstützung. In Ergänzung zur Kernkompetenz im Bereich Call Center bietet avocis darüber hinaus weitere integrierte Serviceleistungen an. An 14 Standorten in Deutschland und in der Schweiz und mit rund 7.000 Mitarbeitern werden komplexe Projekte für Kunden umgesetzt – branchenspezifisch und multilingual.

MARCUS MELONI CHIEF EXECUTIVE OFFICER, AVOCIS AG

INTRE: Gratulation zur neuen Location. In der Modewelt würde man sagen, das ist unser Flagship-Store... Vielen Dank. Wir sind hier in den bekannten MURATTI Höfen, wo wir gerade 6.000 m² bezogen haben. Die Lage ist top, wir sind im Herzen von Berlin. Das freut uns genauso wie unsere Mitarbeiter und dies wiederum wirkt sich zum gegenseitigen Vorteil positiv auf die Motivation und Leistungsfähigkeit aus. Das Gebäude wurde Anfang des 20. Jahrhunderts erbaut und weist noch heute auf die aufstrebende Industrieepoche hin. Wir wollen dieses Flair fühlen und leben. Das großzügige Ambiente spiegelt den täglichen Anspruch unserer Arbeit wider. Qualität, Beständigkeit und Größe.

INTRE: Hätten Sie sich je gedacht, dass Sie heute hier stehen werden? Nein. Mein Einstieg in die Customer Service-Branche war eher zufällig. Eigentlich wollte ich Maschinenbau studieren. Dann folgten aber sehr rasch verschiedene Customer Care-Jobs in Frankreich, Deutschland, Schweiz, eine Firmengründung und so blieb ich dabei.

INTRE: Die Marke avocis ist noch recht jung, kann aber trotzdem auf eine lange Geschichte zurückblicken... Der Grundstein für unser heutiges Unternehmen wurde 2002 in der Schweiz gelegt, mit Gründung der

PREMIUMcommunications Group. Schnell entwickelte sich die Gruppe zu einem erfolgreichen Kommunikationsdienstleister – und zu einem Zusammenschluss starker Einzelmarken. Dazu gehörten die adm.group, theBEEcompany, TELAGcompany, SIM Communication Center, DIMA Systems und MEDICcompany. 2011 haben wir diese Unternehmen unter einem gemeinsamen Markendach mit dem Namen avocis vereint. Durch die Umstellung auf eine einzige Marke wird für unsere Kunden noch klarer, welches umfassende Leistungsspektrum sie bei uns abrufen können und welche Serviceoptionen sich für sie in der Wertschöpfungskette ergeben. Und das ganz ohne Reibungsverluste.

INTRE: Das klingt ein Stück nach Wachstum um jeden Preis. Nein, gar nicht. Das klingt nach Erfahrung sammeln, lernen, Kompetenzen und Know-how in verschiedenen Bereichen aufbauen. Mit vielen unserer Kunden arbeiten wir schon sehr lange zusammen. Das schafft Vertrauen, Respekt, Akzeptanz und auch Erfolg. Je mehr wir unseren Kunden dabei unterstützen, dass sein Geschäft besser läuft, umso besser läuft unser Geschäft. Wächst der Kunde, wachsen auch wir.

INTRE: Aus Sicht des CEO klarerweise ein guter Zutritt. Wie kann man diesen Impuls jedoch in ein Unternehmen mit 7.000 Mitarbeitern und 14 Standorten übertragen? Im Führungsverhalten geht es meiner Ansicht nach sehr viel darum, wie die Führungskräfte und vor allem der CEO die Unternehmenswerte, das Verhalten zum sowie die Fokussierung auf den Kunden vorleben. So wie ich mich als CEO gegenüber Kunden verhalte, so werden sich auch unsere Mitarbeiter gegenüber unseren Kunden verhalten. Das Motto ist: Wenn der Kunde was braucht, dann sind wir da. Customers first, that's it.

INTRE: Was heißt das in Bezug auf Ihren Führungsstil? Da müssen wir zwei Themen unterscheiden. Erstens: Das Führen im wirtschaftlichen und kaufmännischen Bereich. Zweitens:



Das Führen im zwischenmenschlichen Bereich. Zum Ersten: Tendenziell bin ich ein Zahlenmensch. Ich habe gerne den Überblick, ich weiß gerne, wo was läuft, wo wir stehen, wo wir klassisch auf rot, gelb, grün sind. In einer Größenordnung wie unserer ist dies aus meiner Sicht ein wesentlicher Faktor, um das Unternehmen auf Kurs zu halten. Ich brauche aktuelle Zahlen, Daten, Fakten, um Abweichungen, Entwicklungen und Trends rechtzeitig zu erkennen. Nur dann kann ich für das Unternehmen gute und nachhaltig positive Entscheidungen treffen.

Entscheidungen treffen ist auch das Stichwort zum zwischenmenschlichen Führen. Wir geben unseren Mitarbeitern, unabhängig ob Führungskraft oder Agent, sehr viel Freiheit und Freiraum im Sinne von Entscheidungen treffen. Ich vertraue unseren Mitarbeitern, dass sie nach bestem Wissen entscheiden. Wichtig dabei ist, dass sie für diese Entscheidung auch die Verantwortung übernehmen. Das stärkt die Vertrauensbasis und fördert das Engagement jedes Einzelnen. Ich kommuniziere offen und direkt mit meinem Team und versuche dadurch die Mitarbeiter zu Feedback zu animieren. Eigeninitiative und Eigenkreativität zu fördern ist mir wichtig. Ich achte darauf, dass unsere Mitarbeiter auf ihre Stärken fokussiert sind und entsprechend eingesetzt werden. All das soll Stabilität im Team, im Unternehmen und daraus resultierend auch in Richtung Kunden bringen.

INTRE: In der Customer Care-Branche ist nicht immer alles „nice and cosy“. Manchmal weht ein rauer Wind. Wie kann man trotzdem erfolgreich sein und vor allem erfolgreich bleiben? Ich habe für mich fünf Punkte definiert, die mir helfen sollen erfolgreich zu sein. Dazu gehört an erster Stelle auch Glück. Vieles scheitert, weil einfach das Quäntchen Glück fehlt. Ergänzt wird das mit Mut, Disziplin, Respekt vor dem Mitarbeiter und dem Kunden, Wissen und Wertschätzung. Das ist ein guter Mix, der mich schon sehr lange begleitet. Selbstverständlich muss man auch ein Gefühl für Märkte und Trends haben. Authentizität, Wahrheit im Tun, Freude an der Arbeit, Ehrgeiz, Dynamik und Ähnliches helfen auch auf dem Erfolgsweg. Das Wichtigste ist jedoch, das Versprechen, welches man seinen Kunden gegeben hat, zu halten.



MARCUS MELONI
CEO, avocis AG

INTRE: Was sind die nächsten Schritte von avocis? Und wann weht auf der Website neben der Schweizer und Deutschen Fahne auch eine aus Österreich? Wir sind für die Zukunft gut aufgestellt und wollen weiterhin Erfolg haben, das ist klar. Wir hören unseren Kunden zu, wir realisieren gemeinsam Projekte, wir arbeiten brav, stabil und kontinuierlich weiter. Unser Markt ist die DACH-Region und jetzt, wo Sie es erwähnen ...

AUTOR: RENATE HAIDEN