



Word Rap: Jens Bormann,
Geschäftsführender Gesellschafter,
[buw Unternehmensgruppe]

Lebensmotto: Immer ein Tor mehr schießen ... **Was mir imponiert:** Gelebte Werte ... **Ich esse gerne:** Grünkohl mit Mettwurst ... **An der Bar bestelle ich:** Bier ... **Meine Top 3 Lokale:** La Vie (Osnabrück), Le Grand (Kapstadt), Animay (London) ... **Mein Kaffee:** Doppelter Espresso Macchiato ... **Letzter Film im Kino:** Wicki auf großer Fahrt ... **Aktuell lese ich:** Walter Isaacson: Steve Jobs ... **Meine Musik:** U2, Alicia Keys, Jay-Z, Abba ... **Letzter Urlaub:** Juist ... **Traumreiseziel:** Juist ... **Liebingsstadt/Liebingsstädte:** Kapstadt

Word Rap: Karsten Wulf,
Geschäftsführender Gesellschafter,
[buw Unternehmensgruppe]

Lebensmotto: Geht nicht gibt's nicht ... **Was mir imponiert:** Wenn erfolgreiche Personen bodenständig bleiben ... **Was ich nicht mag:** Arroganz und Überheblichkeit ... **Ich esse gerne:** Indische Küche ... **An der Bar bestelle ich:** Campari Soda ... **Meine Top 3 Lokale:** Plachutta (Wien), Falco (Leipzig), La Mer (Sylt) ... **Letzter Film im Kino:** Urmel aus dem Eis ... **Aktuell lese ich:** „Gefährliche Geliebte“ von Haruki Murakami ... **Meine Musik:** Electro, Pop und Klassik ... **Letzter Urlaub:** Malediven ... **Traumreiseziel:** Malediven ... **Liebingsstadt/Liebingsstädte:** New York

INTRE COMMUNITY

JENS BORMANN & KARSTEN WULF
GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER
buw UNTERNEHMENSGRUPPE

31

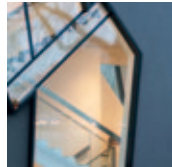


OSNABRÜCK IST DIE DRITTGRÖSSTE STADT NIEDERSACHSENS UND AUF DEN ZWEITEN BLICK AUCH EINE BEDEUTENDE INDUSTRIESTADT IN DEN BRANCHEN METALL UND PAPIER. SEIT

1993 ZÄHLT AUCH DIE BRANCHE DER CUSTOMER SERVICE-DIENSTLEISTUNG DAZU. IN DIESEM JAHR GRÜNDETEN DIE BEIDEN STUDENTEN JENS BORMANN UND KARSTEN WULF



IN OSNABRÜCK EIN CALL CENTER. WAS ALS NEBENJOB BEGANN, HAT SICH ZU EINEM INTERNATIONALEN UNTERNEHMEN ENTWICKELT. SIE SIND DER LEIDENSCHAFT UND SPRITZIGKEIT AUS STUDIENTAGEN GENAUSO TREU GEBLIEBEN.



SCHAFT UND SPRITZIGKEIT AUS STUDIEN- WIE DER REGION MÜNSTER-OSNABRÜCK

RÜCKBLLENDE

1993 Gründung der buw Unternehmensgruppe am 3. März 1993 ++STOP++ 1996 Gründung von buw Consulting ++STOP++ 1997 Auszeichnung als „studentische Existenzgründer“ ++STOP++ 1998 Eröffnung des Standorts in Münster am Hafen ++STOP++ 1999 Auszeichnung als Europas Call Center-Dienstleister des Jahres ++STOP++ 2000 Einweihung des neuen buw-Gebäudes an der Rheiner Landstraße ++STOP++ 2001 Neustrukturierung des Dienstleistungsspektrums und Logo-Relaunch ++STOP++ Auszeichnung zum Entrepreneur des Jahres 2012 ++STOP++ 2003 Am 3. März 2003 10 Jahre buw Feier ++STOP++ 2004 Eröffnung der escola buw in Maputo, Mosambik (Lernen fürs Leben e.V.) ++STOP++ Eröffnung des Standorts in Halle/Saale ++STOP++ 2005 Einweihung des neuen Standorts in Münster, Zusammenlegung aller bisherigen MS-Standorte ++STOP++ 2005 Start der neuen Imagekampagne „Mit buw zur Nr. 1“ ++STOP++ 2005 Eröffnung des Standortes Pecs in Ungarn ++STOP++ 2006 Gründung des buw-Fußballclubs F.C. Real ++STOP++ 2006 Eröffnung der Niederlassung in Schwerin ++STOP++ 2007 Gewinner des ECCA (European Call Centre Award) in der Kategorie „Best Contact Centre Culture“ ++STOP++ 2007 Best Practice Award, Auszeichnung zum Qualitätsführer 07 ++STOP++ 2009 buw ist einer der 100 besten Arbeitgeber Deutschlands ++STOP++ 2009 Eröffnung des Standortes in Leipzig ++STOP++ 2010 buw ist auch 2010 einer der 100 besten Arbeitgeber Deutschlands ++STOP++ 2011 Eröffnung des Standortes Timisoara in Rumänien

JENS BORMANN & KARSTEN WULF GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER buw UNTERNEHMENSGRUPPE



JENS BORMANN
Geschäftsführender Gesellschafter
buw Unternehmensgruppe



KARSTEN WULF
Geschäftsführender Gesellschafter
buw Unternehmensgruppe

INTRE: Als Erstes: herzliche Gratulation zu 18 Jahren Call Center Business. Eine lange Zeit. Die buw-Story klingt fast wie ein „American Dream“. Vom Studentenjob in der Küche zu einem 100-Millionen-Euro-Unternehmen.

Karsten Wulf: Klingt ein bisschen so, aber es ist harte Arbeit. Wir haben in unseren Studentenjahren sehr rasch das Potenzial für Telemarketing erkannt. Unser erstes Geld haben wir mit dem Verkauf von Anzeigen und Terminvereinbarungen für eine Versicherung verdient. Das war recht erfolgreich und da haben wir uns gedacht, wenn es im Kleinen funktioniert, dann auch im Großen. Dass wir so groß werden würden, haben wir uns damals nicht erträumt.

Jens Bormann: Und glauben Sie mir, das Ende für buw ist noch lange nicht erreicht. Wir haben eigentlich noch gar nicht angefangen. Wir starten erst jetzt richtig durch.

INTRE: Zur richtigen Zeit, die richtige Idee gehabt...

Jens Bormann: Erstens ja, aber was viel wichtiger ist, auch die Chancen und das Potenzial erkannt, die das Thema Kundengewinnung, Kundenservice, Kundenmanagement künftig haben wird. In den letzten Jahren hat sich das Thema extrem entwickelt und immer wieder verändert. Wir haben uns im Positiven nicht verändert. Wir haben noch heute die gleiche Leidenschaft, erfolgreich zu sein und unsere Kunden erfolgreich zu machen, wie damals, beim ersten Telefonat. Wenn das gelingt, dann machen wir noch heute unseren Schlachtruf.

INTRE: Schlachtruf!? **Karsten Wulf und Jens Bormann gemeinsam:** 1, 2, 3, muuuhhhh!

INTRE: 18 Jahre im Call Center-Geschäft, 4.000 Mitarbeiter und immer noch inhabergeführt. Bei dieser Größe eine Ausnahme. Warum verkaufen Sie nicht und genießen den Vor-Ruhestand? **Jens Bormann:** Gegenfrage: Warum sollten wir verkaufen?

INTRE: Geld, viel Geld, sehr viel Geld., **Jens Bormann:** Was sollen wir mit dem Geld machen?

INTRE: Dinge, die Spaß machen... **Jens Bormann:** Sehen Sie, jetzt kommen wir der Sache schon näher. Wir machen schon Dinge, die uns Spaß machen. Wir arbeiten mit Leidenschaft und Freude. Wir wollen begeistern und unsere Kunden vorwärtsbringen. Dass damit auch

Geld verdient wird, ist legitim. **Karsten Wulf:** Wir haben in den letzten Monaten neue, tolle Kunden mit hochanspruchsvollen Aufgabenstellungen gewinnen können. Jeder Kunde, jeder Auftrag ist neu, ist anders, ist eine neue Herausforderung. Dies jedes Mal aufs Neue zu erleben und vor allem zu beweisen, dass wir die richtige Wahl waren, macht viel Freude.

Jens Bormann: Wir prüfen die Projekte, die wir übernehmen, sehr genau. Wir achten darauf, dass wir substanziell und nachhaltig wachsen. Das ist wichtig für uns. Wir wollen das Unternehmen an die nächste Generation übergeben. Damit das gelingt, ist Nachhaltigkeit ein sehr wichtiges Thema.

INTRE: Sie sind also gut gerüstet für die Kundenservice-Zukunft!?

Jens Bormann: Na klar. Einer unserer USPs ist, dass wir das ganze Portfolio für Kundengewinnung, -management und -betreuung anbieten – also von A bis Z, den ganzen Kundenlebenszyklus. Damit sind wir nur mehr schwer vergleichbar. Wir betreiben mit 50 Mitarbeitern die größte Strategie- und Umsetzungsberatung für das Thema Kundenmanagement in Deutschland. Wir arbeiten mit verschiedenen Unis zum Thema Service Excellence zusammen. Und wir haben ein tolles Business Intelligence Tool entwickelt. All das ist eine gute Basis für die nächsten Jahre. Deutlich zeitnäher an Themen dran zu sein, ist eine unserer Stärken.

INTRE: Daher der Claim „Mit buw zur Nr. 1“.

Was meinen Sie damit? **Jens Bormann:** Genau das, was da steht. Unser Anspruch ist, dass wir unsere Kunden dabei unterstützen, zur Nr. 1 in ihrem jeweiligen Segment bzw. ihrer Branche zu werden. Wir fragen jeden Kunden: „Wo stehst du? Wo willst du hin? Wie willst du es schaffen?“ Daraus abgeleitet entwickeln wir mit dem Kunden eine Strategie, wie wir das gesteckte Ziel gemeinsam erreichen. Wir helfen dem Kunden, noch profitabler zu werden.

INTRE: Klingt sehr theoretisch. Funktioniert das auch in der Praxis?

Jens Bormann: Schauen Sie, der ganze Markt hat sich verändert. Die klassische Call Center-Dienstleistung ist nach wie vor ein großer Teil unsere Tätigkeit. Das wird es immer geben, aber andere Bereiche wachsen überproportional schnell und werden immer wichtiger. Wir reden mit dem Auftraggeber darüber, wie er seinen Kunden besser kennen lernen kann, seinen Net Promo-

tor Score verbessert, über das Thema der bedarfs- und kanalgerechten Kommunikation mit seinem Kunden. Natürlich auch über Effizienz und Effektivität. Es geht um die Steigerung der Wertschöpfung von allen Geschäftsfeldern bei unseren Kunden. All das sind Themen, die wir treiben, damit unsere Kunden besser erfolgreich sind. Eben zur Nummer 1 werden.

Karsten Wulf: Wir gehen raus und bieten dem Kunden eine Lösung in Form eines Maßanzuges. Bevor wir in die Umsetzung des Auftrages gehen, stellen wir viele Fragen und erst dann, wenn diese ausreichend klar beantwortet sind, dann starten wir. Nur so können wir unser Ziel erreichen, den Kunden auf seinem Weg positiv zu begleiten.

Jens Bormann: Kurz gesagt, alles was eine Relevanz hat, um den Endverbraucher glücklich und zufrieden zu machen, liegt bei uns im Portfolio.

INTRE: Die Mitarbeiter der buw sind für den Erfolg sehr wichtig. Was glauben Sie, würden die Mitarbeiter über buw sagen? **Karsten Wulf:** Dass wir sehr verantwortungsvoll sind, eine gute und offene Kultur haben. Dass man Spaß an der Arbeit hat. Und dass es viele Entwicklungsmöglichkeiten gibt. Man muss nicht das Unternehmen wechseln, wenn man etwas anderes machen will. Die Mitarbeiterzufriedenheit ist uns sehr wichtig und die ist auch sehr hoch. Dass es ein buw feeling gibt, man kann hier viel bewegen und man hat hier viel Freiraum. Es wird gelebt, was gesagt wird. Wir sagen den Bewerbern sehr genau, wer wir sind, was wir tun, wie wir tun, und was wir von ihnen erwarten. Wir fragen sie dann auch, ob sie sich in diesem Konstrukt wohlfühlen.

INTRE: Die buw Mitarbeiter... **Jens Bormann:** ...haben Charakter, sind Typen, pragmatisch, leidenschaftlich und schnell. Wir brauchen Menschen, die nicht nur Befehlsempfänger sind, sondern mitgestalten wollen. Das können sie bei uns. Nehmen Sie den F.C. Real, da geht es um Teamgeist, Fairplay und Siegeswille. All das sind buw-Werte. Vieles, was im F.C. Real passiert, entsteht aus den Mitarbeitern heraus und wird von diesen organisiert. Das ist gut so, positiv und freut uns sehr.

Karsten Wulf und Jens Bormann gemeinsam: An dieser Stelle auch „Danke“ an die Mitarbeiter.

AUTORIN: RENATE HAIDEN



DIE buw-ERFOLGSSTORY

Es muss Liebe auf den ersten Blick gewesen sein – an jenem Abend im März 1993, als Jens Bormann und Karsten Wulf mit Unterstützung einiger Pils im Osnabrücker „Jäger“ auf die Idee kamen, ihr eigenes Start-up für Telefonmarketing aufzubauen. „Wir hatten uns gerade 14 Tage zuvor kennen gelernt – und zwar in der Uni: im EDV-Kurs, wie man das damals noch nannte“, erinnert sich Jens Bormann. Anders als so viele ihrer BWL-Kommilitonen beließen es Bormann und Wulf – das b und das w von buw – nicht beim Herumspinnen, sondern verwandelten eine 14-Quadratmeter-Küche in ein Mini-Call Center. Der eine löste seinen Bausparvertrag auf, der andere seine Lebensversicherung, um das Geld für Telefone und Computer zu beschaffen. Dann machten sie Ernst – und verkauften Anzeigen für den Osnabrücker „Ball des Sports“ am Telefon. Was zunächst als studienbegleitende betriebswirtschaftliche Fingerübung angedacht war, entwickelte sich rasch auf eine heute weit über Deutschlands Grenzen hinaus agierende Unternehmensgruppe mit 4.000 Mitarbeitern – und zum größten inhabergeführten Dienstleister für ganzheitliches Kundenmanagement Deutschlands.