



WORDRAP: *Wolfhart Krischke*

**GESCHÄFTSLEITER,
INTERACTIVE INTELLIGENCE DEUTSCHLAND GMBH**

Lebensmotto: Es gibt immer einen Weg – wenn man nur will ... **Was mir imponiert:** Menschen, die für ihre Überzeugungen einstehen ... **Was ich nicht mag:** Opportunisten und Menschen, denen es ohne Rücksicht nur um den eigenen Vorteil geht ... **Ich mag an mir:** dass ich auch in schwierigen Situationen den Überblick behalte ... **Energie tanke ich:** bei positiven Menschen ... **Ich esse gerne:** gefüllte Paprikaschoten ... **Meine Top 3 Lokale:** der Italiener im Nachbarort, Il Galletto am Hamburger Hafen, die Orangerie im Schloss Ramholz ... **An der Bar bestelle ich:** ein Glas Riesling ... **Mein Kaffee:** schwarz ... **Letzter Film im Kino:** Gravity von Alfonso Cuaron ... **Aktuell lese ich:** Die Franken ... **Meine Musik:** Rock ... **Letzter Urlaub:** Zypern ... **Traumreiseziel:** das All ... **Liebingsstädte:** Lissabon, Genua, San Francisco ... **Was niemand über mich weiß:** Da fällt mir nichts ein ... **Meine Mitarbeiter sagen über mich:** hoffentlich, dass ich fordernd, aber immer für sie da bin, wenn sie mich brauchen ... **Einen Kaffee würde ich gerne trinken mit:** Valentino Rossi ... **Das Shooting war für mich:** sehr unterhaltsam





Cromwell

Velo

NEW IMPERIAL

MILWAUKEE
MOTOR CO.
1914

INTRE COMMUNITY INTERVIEW: WOLFHART KRISCHKE

WOLFHART KRISCHKE, GESCHÄFTSLEITER,
INTERACTIVE INTELLIGENCE DEUTSCHLAND GMBH

INTRE: Wir sind gerade auf dem Weg zum ersten Österreichischen Motorradmuseum. Der Grund ist das Shooting für unsere Cover Community Story, aber ganz besonders auch deswegen, weil wir wissen, dass Sie eine große Leidenschaft für das Thema Motorrad hegen.

KRISCHKE: Da haben Sie Recht. Ich sammle Grand-Prix-Motorräder, also Motorräder, die im Rennsport eingesetzt wurden, sehr gerne auch Motorräder, die von bekannten Fahrern gefahren wurden. **INTRE:** Da sind Sie sozusagen ein Kollege des Museumsinhabers, Professor Ehn. **KRISCHKE:** ☺☺ Wenn ich das sagen würde, wäre das sehr vermessen. Nein, meine Sammlung ist sehr viel kleiner und bescheidener. Aber wir teilen die gleiche Leidenschaft für das Thema Motorrad.

INTRE: Woher kommt diese Leidenschaft? **KRISCHKE:** Das Motorrad ist für mich Symbiose zwischen Mensch und Maschine, wo eine sehr enge Verbindung entsteht. Die Umgebungsparameter wie Sonne, Regen, Wind, Straßenbeschaffenheit, Licht und Ähnliches werden direkt und intensiver – beispielsweise im Vergleich mit dem Auto – wahrgenommen. Und die Freude für den Rennsport hängt auch damit zusammen, dass der Rennsport immer das Streben nach dem Besten ist, seitens der Technik, der Ingenieure, der Entwickler etc. und natürlich auch der Fahrer, die definitiv die Besten ihrer Klasse sind. Diese Symbiose zwischen Mensch und Technik mit dem Streben nach dem Besten mit Einfallsreichtum, Engagement und Begeisterung hat mich immer fasziniert. Es ist auch sehr interessant, mit diesen Menschen in Kontakt zu treten und an ihrem Wissen und ihren Erfahrungen zu partizipieren. Daher mein großes Interesse am Rennsport und meine bescheidene Sammlung ☺.

INTRE: Wie ich gehört habe, fahren Sie auch Rennen. **KRISCHKE:** Ja, ab und zu fahre ich auch Rennen, aber wenn Sie jetzt einen Vergleich mit Valentino Rossi anstellen möchten, kann ich Ihnen gleich sagen, dass dieser Vergleich hinkt. Ich weiß, dass ich auf der Rennstrecke schnell bin, aber der Abstand zu Valentino Rossi



ist meilenweit. Rennfahrer wie Rossi sind außergewöhnliche Talente, das sind Artisten auf ihren Maschinen. **INTRE:** Sind Sie schon einmal gestürzt? **KRISCHKE:** Ja, natürlich. Aber zum Glück ist bis dato nichts Dramatisches passiert.

INTRE: Stürzen, aufstehen und weitermachen ist eine gute Überleitung für das Business. **KRISCHKE:** Nicht nur eine gute Überleitung, sondern es gibt einige Parallelen. Wenn man im Rennsport zu Sturz kommt oder im Business eine Niederlage in welcher Form auch immer erleidet, beispielsweise einen Auftrag an den Wettbewerb verliert, ist das sprichwörtliche Aufstehen und Weitermachen das eine. Viel entscheidender ist aber, dass man die Erfahrung mitnimmt und genau analysiert, woran es liegt. Welchen Fehler hat man gemacht, wie kriegt man die Kurve, um es beim nächsten Mal besser zu machen? Wie im Rennsport gibt es auch im Business diese Symbiose der verschiedenen Komponenten. Die Technik spielt eine wichtige Rolle, es gilt,

Fortsetzung auf S34 ◀

33



ÜBER INTERACTIVE INTELLIGENCE

Interactive Intelligence Inc. ist ein global agierender Anbieter von Software und Cloud Services für Collaboration, Communications und Customer Engagement. Seit 21 Jahren entwickelt das Unternehmen Innovationen in der Kundeninteraktion, von denen bereits mehr als 6.000 Kunden weltweit profitieren. Mit seinen vielfältigen Cloud- und Vor-Ort-Contact Centern bietet der Softwarehersteller seinen Kunden einen sehr schnellen Return on Investment sowie optimale Zuverlässigkeit und Sicherheit. Interactive Intelligence wurde 1994 gegründet und beschäftigt über 2.000 Mitarbeiter weltweit.

Infos: www.inin.com/de

► Fortsetzung von S33

immer eine Nasenspitze vor allen anderen zu sein, ein motiviertes, kompetentes Support und Service Team ist unerlässlich und ein befähigter Verkäufer, Manager bzw. sozusagen der Touchpoint direkt beim Kunden. Wenn dies alles zusammenspielt, dann ist Chance sehr hoch, erfolgreich zu sein.

INTRE: Sie sind seit mehr als 20 Jahren in der IT-Branche tätig, eine lange Zeit. KRISCHKE: Das stimmt. Ich bin sogar seit mehr als 25 Jahren in der IT-Branche und habe mich seit 1998 in der Contact Center-Branche festgesetzt. Warum? Ich finde das Thema der Interaktion zwischen Kunden und Unternehmen bzw. zwischen Menschen sehr spannend. Das Thema Technik ist sehr wichtig. Die Technik, richtig eingesetzt und genutzt, bietet sehr viele Möglichkeiten, die Kundeninteraktion perfekt aufzustellen und positiv erlebbar zu machen.

INTRE: ... und seit einem Jahr machen Sie das bei Interactive Intelligence. Was war die Motivation für einen Wechsel zu Interactive Intelligence? KRISCHKE: Zum einen haben mich die Lösung und der innovative Ansatz von Interactive Intelligence überzeugt und natürlich auch die Aufgabe, diese Technologie im Markt weiter zu präsentieren und zu positionieren. Des Weiteren waren es auch die Menschen, die bei dem Unternehmen arbeiten, die mich begeistert haben. All das zusammen hat mich dazu bewegt, mich für Interactive Intelligence zu entscheiden.

INTRE: Hat es Sie auch gereizt, bei einem reinen Cloud-Anbieter zu arbeiten? KRISCHKE: Interactive Intelligence ist einer der Vorreiter innerhalb des Cloud-Themas und hat sich eine führende Position im Cloud Contact Center-Markt erarbeitet. Wir sind aber nicht ausschließlich auf die Cloud fokussiert. Der Charme der Lösung ist ja, dass der Kunde entscheiden kann, ob er nach wie vor die Lösung vor Ort installiert haben will oder in die Cloud geht oder eine Mischung aus beiden vorzieht.

INTRE: Sie haben viel internationale Erfahrung. Wie schätzen Sie Deutschland im Vergleich beispielsweise mit den USA im Call Center-IT-Bereich ein? KRISCHKE: Wenn schon, dann würde ich hier nicht nur Deutschland nennen, sondern den ganzen deutschsprachigen Raum.

In diesem Markt ist beispielsweise auffällig, dass rund die Hälfte der Unternehmen mit einer alten Technik arbeitet. Diese Lösungen bestehen aus miteinander integrierten Funktionsmodulen, was wiederum sehr komplex und aufwendig im Unterhalt und Betrieb ist. Des Weiteren leben diese Unternehmen auch mit all den damit zusammenhängenden Einschränkungen im Bereich Performance, Produktivität, Kennzahlenmanagement und Ähnlichem. Andererseits ist die DACH-Region durchaus für neue Technologien offen, aber sehr konservativ und sicherheitsbewusst im Einsatz dieser Technologien – was ich übrigens sehr gut finde. Für mich ist das ein klares Signal, dass Lösungen vorab auf Herz und Nieren und auf alle möglichen Sicherheits- und Stabilitätsaspekte geprüft werden. Das hat seine Berechtigung, denn diese Lösungen werden in extrem kritischen Unternehmens-

bereichen – wie der Kundenkommunikation – eingesetzt und hier kann und darf man sich keine Fehler erlauben.

INTRE: Cloud-Lösungen sind aber auf dem Vormarsch.

KRISCHKE: Da haben Sie völlig Recht. Derzeit sind mehr als 50 % der Aufträge, wenn Sie so wollen, Cloud-Aufträge. Das ist ein absoluter Trend im Markt. Die Unternehmen wollen sich mehr und mehr auf ihre Kernkompetenz fokussieren und den Betrieb und Unterhalt von Technologie in die Cloud geben. Das hat die bekannten Vorteile, wie Flexibilität, OPEX statt CAPEX und pro Unternehmung immer wieder auch individuelle Gründe. Nichtsdestotrotz wird es auch in Zukunft Unternehmen geben, die aus gutem Grund entscheiden, vor Ort fix zu installieren. Aber wie gesagt, der Trend und die Zukunft ist die Cloud. **INTRE: Stichwort USA. KRISCHKE:** Die USA

Fortsetzung auf S36 ►



sind uns im Bereich der Cloud-Lösungen einen kleinen Schritt voraus. Das hängt wie erwähnt ein bisschen mit unserer konservativeren Herangehensweise zusammen, aber die USA sind nicht so weit vorne, wie der eine oder andere denken mag.

INTRE: Bei unserem letzten Gespräch mit einem IT-Unternehmen, das auch Cloud-Lösungen anbietet, war eines der Themen, dass die Börsenkurse von Cloud-Anbietern teilweise schwanken, weil der Umsatz und der Gewinn nicht mehr exakt prognostiziert werden können. Grund: Kunden können die Nutzung beliebig variieren.

KRISCHKE: Stopp, stopp, da werden einige Themen vermischt. Es ist richtig, dass es bei denen, die in der Migration eines premise-based zu einem Cloud-orientierten Unternehmen sind, in den ersten Jahren zu einer Verschiebung der Umsätze kommt. Das klassische Lizenzmodell bringt sofort in dem Geschäftsjahr den Umsatz, wenn der Vertrag geschlossen wird, das Cloud-Modell verteilt den Umsatz auf mehrere Jahre. Die Analysten haben mittlerweile sehr gut verstanden, dass das Cloud-Geschäft ein kontinuierliches Geschäft ist und daher für regelmäßige Einnahmen sorgt.

INTRE: Ich möchte trotzdem nochmal nachhaken. Das klingt alles sehr fein, aber wenn sich der Kunde im zweiten Jahr dazu entschließt, den Cloud-Anbieter zu wechseln oder einfach weniger Volumen hat, dann sinken die Umsätze. **KRISCHKE:** Das sehe ich nicht so kritisch und ich erkläre Ihnen auch warum. Ein Unternehmen, das seine Kundenkommunikation auf eine bestimmte Lösung setzt, prüft diese Lösung sehr genau. Das heißt, wenn das Unternehmen mit der Lösung zufrieden ist, ist es sehr wahrscheinlich, dass es der Lösung und auch dem Unternehmen, das die Lösung zur Verfügung stellt, treu bleibt. Generell gesagt. Cloud ist für die Cloud-Anbieter nicht wirklich ein Risiko, solange sie entsprechend Qualität bieten.

INTRE: Ein großes Schlagwort ist, dass sich die Kommunikation laufend verändert. Stichworte wie Chat, Social Media, Online, Selfservice und Ähnliche prägen die Vorträge bei Messen und Fachveranstaltungen. Wie sehen Sie die Veränderung in der Kommunikation der letzten Jahre? **KRISCHKE:** Auch ich sehe in den letzten Jahren ein verändertes Kommunikationsverhalten des Kunden, wobei ich sagen möchte, dass das ein kontinuierlicher Prozess ist, der laufend passiert und nicht auf die letzten drei oder fünf Jahre konzentriert werden kann. Die Kom-

munikation über Social Media, die gesteigerte Mobilität, eben all das im Alltag, was wir erleben, nutzen und praktizieren, erhöht die Anforderung der Kunden an die Kommunikation mit den von ihnen kontaktierten Unternehmen. Die Unternehmen laufen dieser Anforderung sehr oft hinterher. Ganz besonders unter Druck kommen die Firmen dann, wenn ein anderes Unternehmen aus der Branche hier die Vorreiterrolle einnimmt. Die Technologien, die diese Anforderungen erfüllen, gibt es schon länger. Aber zurück zu Ihrer Frage. Die Intensität der Nutzung hat in den letzten Jahren enorm zugenommen. Daher auch die –jetzt – spürbare Veränderung.

INTRE: Aktuell kann man den Eindruck bekommen, dass jeder IT-Anbieter alles kann, und es gibt unheimlich viele Cloud-Anbieter am Markt, zumindest gefühlt.

KRISCHKE: Dieses Überangebot liegt in der Natur der Dinge. Die IT-Branche ist eine sehr innovative Branche und das hat zur Folge, dass immer mehr neue Unternehmen mit neuen Lösungen auf den Markt kommen. Das ist eine gute Entwicklung, weil neue Ideen, neue Entwicklungen, neue Lösungen letztendlich die Landschaft bereichern. In dieser Phase befinden wir uns jetzt. Diese – gefühlte – Vielzahl an Anbietern wird sich in den nächsten Jahren wieder konsolidieren. Letztendlich setzt sich – wie nach Darwin – die Lösung durch, die optimal aufgestellt und flexibel ist und sich im Businessumfeld auf lange Sicht bewährt. **INTRE: Wird sich Interactive Intelligence durchsetzen?** **KRISCHKE:** ☺ Auf jeden Fall. Das ist einer der Gründe, warum ich mich vor einem Jahr für Interactive Intelligence entschieden habe.

INTRE: Eine für uns – und ich denke auch für viele Leser – mittlerweile philosophische Frage: Ist die Cloud günstiger als herkömmliche Lösungen?

KRISCHKE: Philosophisch ist die Frage nicht. Das ist eine der meistgestellten Fragen in diesem Bereich. Man muss sehr genau schauen, was man vergleicht. Wenn man die reinen Kaufkosten einer herkömmlichen Lösung mit einer Cloud-Nutzung über mehrere Jahre vergleicht, gewinnt man sehr schnell den Eindruck, dass die Cloud-Kosten höher sind oder sogar signifikant höher sind. Man muss aber dabei die entsprechenden Zusatzkosten berücksichtigen, die eine Lösung vor Ort beinhaltet. Diese drücken sich in Schulungskosten, Personalkosten, Hardware und Ähnlichem aus. In diesem Gesamtvergleich steht die Cloud sehr gut da. Interactive Intelligence ist kein Billiganbieter und ich sage Ihnen auch warum. Meine Mutter hat immer gesagt, wer billig kauft, muss mehrfach kaufen,



RÜCKBLLENDE / WERDEGANG

Nach dem Abitur im Internat Schloss Gaibach und Studium in Hamburg leitete Wolfhart Krischke als CCO von AMF internationale Telekommunikationsprojekte in Europa und Asien. 1998 wechselte er als Key Account Manager für den weltweit größten Kunden von Ascom in den Vertrieb. Danach war er als Key Account Manager und später Vertriebsleiter sechs Jahre bei Aspect. Die letzten neun Jahre vor dem Wechsel zu Interactive Intelligence war er Geschäftsführer von CosmoCom und Enghouse Interactive. Seit mehr als einem Jahr leitet Wolfhart Krischke als Geschäftsleiter nun die Deutschland GmbH von Interactive Intelligence.

und das sehen wir auch bei Unternehmen, die sich für eine andere Lösung entschieden haben und sich dann nach relativ kurzer Zeit doch für Interactive Intelligence entschieden haben. Unsere Lösung bietet viel Potenzial für Kosteneinsparungen und einen schnellen ROI.

INTRE: Das heißt, die Frage Ihrer Kunden heute ist: Was können Sie mir bieten, damit ich meinen Kundenservice und meine Customer Experience verbessere, mehr Umsatz generiere und gleichzeitig Kosten optimiere?
KRISCHKE: Im Grunde haben Sie Recht, aber das ist mit Sicherheit nur ein Auszug der Anforderungen. Da gibt es noch einige Themen mehr. Ein wesentlicher Vorteil unserer Lösung ist, dass viele Zusatzkomponenten,

wie eine Chat-Funktion, E-Mail Management, Workforce Management, Qualitätstools, erweitertes Reporting und Ähnliches, automatisch mit dabei sind. Der Kunde kann zusätzliche Services einfach freischalten lassen. Das spart unseren Kunden extrem viel Zeit und gibt ihnen die Chance, bestimmte Tools – ohne Implementierungsaufwand – sofort zu nutzen. Das ist nur einer der Gründe, warum sich Kunden für uns entscheiden. **INTRE: Gemäß Website sind das bis dato 6.000. KRISCHKE:** ... und wir haben ein sehr starkes Wachstum.

AUTORIN: BIRGIT WEILGUNI