

Inhaltsverzeichnis

Europäische Strategietage	Seite 1
Einweihungsfeier Neubau	Seite 2
Familientag bei arvato infoscore	Seite 4
Citrix Award für AZ Loop	Seite 5
Neustrukturierung FM Inkasso	Seite 7
Sprachdialogsystem wird mehrsprachig	Seite 7
Wirtschaftliche Entwicklung	Seite 8
Mitarbeiterbefragung 2006	Seite 8
Personalvorstand zu Besuch	Seite 8

Impressum:

Koordination und Redaktion:
Nicole Schieler (SN)

Redaktionelle Mitarbeit an dieser Ausgabe:
Katrín Discher (KD), Dr. Axel Dycke (AD),
Dr. Carolin Mülverstedt (CM),
Birgit Schiejok (BS), Petra Wienke (PW),
Bianca Winter (BW)

Grafische Gestaltung:
Robert Rasouly

Die 4. Europäischen Strategietage in Baden-Baden: Dienstleistung als Königsdisziplin unternehmerischer Erfolgsstrategien

Im Rahmen der 4. Europäischen Strategietage, die vom 18. bis 19. Mai im Kongresshaus Baden-Baden stattfanden, trafen sich erneut über 300 Teilnehmer zu einem hochkarätig besetzten Experten-Forum. Das Thema „König Kunde – Dienstleistung als unternehmerische Erfolgsstrategie“ stand im Mittelpunkt des Kongresses, der vor vier Jahren vom Gesellschafter und Beiratsvorsitzenden von arvato infoscore, Sigmund Kiener, ins Leben gerufen worden war. Hauptsponsoren der diesjährigen Europäischen Strategietage waren neben arvato infoscore erstmals auch von arvato direct services die Bereiche Customer Management (Call Center) und Kundenbindungssysteme.

Wettbewerbsfähig wird man durch Wettbewerb

Prof. Dr.-Ing. E.h. Hans-Olaf Henkel, Key-Note-Speaker des Kongresses, warnte vor seiner Ansprache: „Wenn Sie mich einladen, gehen Sie ein Risiko ein!“ Dieses Risiko stellte sich als eine erfrischend ungeschminkte Analyse der aktuellen



v. l.: Wolfgang Spitz, Florian Schulte, Prof. Dr.-Ing. Hans-Olaf Henkel, Reinhold Harnisch, Siegfried Lokotsch

Wirtschaftslage und als hoffnungsvoller Ausblick dar.

Thema der folgenden Podiumsdiskussion war „Servicewüste Deutschland?“, die Prof. Dr.-Ing. habil. Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft, mit einem Statement zur Bedeutung der Dienstleistung für den Standort Deutschland einleitete. Um wissensintensive, hochwertige Dienstleistungen zu optimieren, müsse man an sie so systematisch herangehen wie an die Produktionsabläufe. „Dienstleistung muss das Thema intensiver Forschung werden“, forderte Bullinger deshalb. Auf die Kosten, die Dienstleistungen verursachen,



Großer Andrang im Foyer während der Workshop-Pausen

und auf die nicht vorhandene Bereitschaft der Kunden, für Dienstleistungen zu bezahlen, wurde in der anschließenden Diskussion verwiesen.

Chefsache Kundenbindung

Das Thema „Chefsache Kundenbindung“ beleuchtete Wolfgang Schmid, Leiter Consulting der arvato direct services GmbH, im Rahmen des Workshops anhand von ausgewählten Kundenbindungsprogrammen. Schlüsselfrage des Erfolgs sei, wie gut man seinen Kunden kenne, betonte Schmid. „Denn es gibt nur einen Boss, das ist der Kunde. Und dessen Wünsche, Bedürfnisse und Verhaltensmuster zu kennen, ist Chefsache!“ Dass es in diesem Sektor noch Handlungsbedarf gibt, wurde in der folgenden Podiumsdiskussion deutlich. Die Unternehmerin und Vizepräsidentin des Deutschen Marketingverbandes Gabriele Eick appellierte daran, das Dienen zu kultivieren: „Dienen heißt, sich auf den anderen zu konzentrieren. Das muss man lernen, vom Kindergarten an.“


Dass es nicht nur Wünsche sein müssen, über die man Kunden generiert und hält, zeigte Jörg Bordt im Rahmen des Workshops „Kann Beschwerdemanagement Wachstumsträger sein?“ Der Senior Vice President Customer Care Management der T-Online International AG verwies auf die beiden Quellen des Wachstums: Kunden zu gewinnen und Kundenverluste zu vermeiden. Um der zweiten Komponente Rechnung zu tragen, gilt es,

die Ursachen für die Abwanderung von Kunden zu erfahren und zu beheben. „Deshalb wollen wir Beschwerden hören“, erklärte Bordt. „Wenn es uns gelingt, aus einem unzufriedenen Kunden einen zufriedenen zu machen, haben wir einen loyaleren Kunden als zuvor!“

„Unternehmer-Gene“ sind gefragt

Interessant wurde es auch am zweiten Kongresstag, an dem das Dienstleistungsmarketing im Mittelpunkt stand. „Wenn man nur etwas verkaufen will, hat man von vornherein verloren“, gab Dr. Olaf Huth, persönlich haftender Gesellschafter von HSBC Trinkaus & Burkhardt zu bedenken. „Wir haben einen Käufermarkt vor uns. Die Kunden haben große Informationsmöglichkeiten, es gibt ein riesiges Produktangebot, und die Wettbewerbsintensität nimmt zu. Dem müssen wir personell Rechnung tragen, bis hin in die Führungsebene. Der Chef muss Spieler-Trainer sein!“ Rolf Buch, Vorstandsmitglied der arvato AG und Vorsitzender der Geschäftsführung arvato direct services, ging noch einen Schritt weiter und forderte, der Vertrieb müsse von Mitarbeitern mit Unternehmer-Profilen gemacht werden. Matthias Kröner, Partner und Vorstand der Kölsch/Kröner & Co. AG, sah in den gesuchten Marketing-Experten jedoch nicht konforme Idealbilder, sondern vielmehr „Typen, die das Unternehmer-Gen als Persönlichkeitsmerkmal in sich tragen“. „Und die können Sie nicht bauen, sondern nur aus der Basis heraus

fördern“, stellte Rolf Buch fest. Das sei – neben der Herausforderung Dienstleistungsmarketing – eine weitere interne Herausforderung an die Unternehmensführung.

Um vorne, wo immer Platz ist, mitzuhalten, gilt es, komplexe Strukturen zu erkennen und individuell umzusetzen. Das Thema Dienstleistung erwies sich bei den 4. Europäischen Strategietagen als die Königsdisziplin unternehmerischer Erfolgsstrategie. (CM) 

Unser Neubau ist fertig! arvato infoscore eröffnet Erweiterungsbau in Baden-Baden

arvato infoscore setzt seinen Wachstumskurs am Standort Baden-Baden fort: Nach rund 18-monatiger Bauzeit ist der Erweiterungsbau des Daten-, Informations- und Finanzdienstleisters in der Rheinstraße fertig gestellt. Rund 15 Millionen Euro hat Bauherr Sigmund Kiener in den Neubau und das Parkhaus investiert. Die offizielle Schlüsselübergabe an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Florian Schulte, erfolgte bei einer Feierstunde am 18. Mai 2006, an der neben der Baden-Badener Oberbürgermeisterin Sigrun Lang auch der baden-württembergische Finanzminister Gerhard Stratthaus teilnahm. Er bezeichnete den Neubau als Symbol für den anhaltenden Erfolgskurs





Elegant geschwungene Linie wurde fortgeführt

von arvato infoscore. „Dienstleistung ist eine der Zukunftsbranchen schlechthin“, so Stratthaus weiter. Der Neubau sei ein Bekenntnis zum Standort Baden-Baden und damit auch zu Baden-Württemberg. Firmenchef Florian Schulte, der den Schlüssel entgegennahm, unterstrich die Notwendigkeit der baulichen Erweiterung: „Mit dieser Investition hat Sigmund Kiener den Standort Baden-Baden nachhaltig gestärkt. arvato infoscore verzeichnet ein stabiles Wachstum und ermöglicht mittelfristig die Schaffung weiterer Arbeitsplätze in der Region.“ Für arvato infoscore gibt es eine vertraglich abgesicherte langfristige Standortgarantie bis ins Jahr 2019 für Baden-Baden. Alle Gebäude befinden sich künftig unverändert im Eigentum von Kieners Grundstücksgesellschaft.

Wirtschaftsstandort Baden-Baden



Blick ins Grüne aus der Glasfassade


aufgewertet

Oberbürgermeisterin Sigrun Lang würdigte den Bauherrn als „unternehmerisches Vorbild“: Er leiste hiermit einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung Baden-Badens als Wirtschaftsstandort. arvato infoscore schaffe nicht nur Arbeitsplätze, sondern auch Architektur, unterstrich die Oberbürgermeisterin. Die Gebäude seien eine „Visitenkarte“ für den Stadteingang von Baden-Baden. Für die Gestaltung des 1999 eingeweihten Hauptgebäudes sowie den Erweiterungsbau verantwortlich zeichnete der Baden-Badener Architekt Herbert Basler verantwortlich. Die Projektkoordinierung hatte das Karlsruher Architektenbüro Trunzler, Schur und Partner. Bei der Ausführung setzte der Bauherr auf leistungsstarke Firmen aus der Region. Über einen Glassteg wird der Neubau an das bestehende Gebäude mit seinem markanten



Es entstanden 50 neue Parkplätze.

runden Eingangsturm angeschlossen. Die geschwungene Linie des Baukörpers entlang des Straßenverlaufs wurde weiter aufgegriffen. Den Arkadengang entlang der Murgstraße führte man ebenfalls fort. Die schönste Ansicht auf den fünfstöckigen Neubau bietet sich von der Brücke über den Zubringer (B 500): Gestalterische Besonderheit ist die vorgehängte Glasfassade. Hier ist auch für alle mit dem Pkw nach Baden-Baden kommenden Besucher gut sichtbar das Firmenlogo angebracht. Parallel zu Rheinstraße und B 500 entstand ein dritter Bauteil, der die kammförmige Struktur des Gebäudekomplexes vervollständigt. Im neu gestalteten Hof mit Grüninseln und Bäumen sind rund 50 zusätzliche Parkplätze für Besucher entstanden. Über 400 Stellplätze verfügt bereits das nahe gelegene firmeneigene Parkhaus. Die Dächer des Neubaus sind begrünt.

Baubeginn war im Dezember 2004, im März dieses Jahres konnten die ersten Büros in dem Erweiterungsbau bezogen werden. Über 100 Mitarbeiter, die bislang in angemieteten Räumlichkeiten in Baden-Baden und Rastatt untergebracht waren, haben ihr neues Domizil bereits bezogen. Insgesamt bietet der neue Erweiterungsbau auf 5500 Quadratmetern Nutzfläche Raum für 400 Arbeitsplätze. Die Büros präsentieren sich hell und geräumig, der großzügige Einsatz von Glas sorgt für Ein- und Durchblick. Nach Abschluss der Umzugsaktivitäten werden insgesamt 300 Mitarbeiter im Neubau arbeiten. Dadurch verbessert sich auch die Arbeitsplatzsituation der Mitarbeiter, die im so genannten „Altbau“ untergebracht sind. (KD) 



Florian Schulte erhält den „Generalschlüssel“.

v. l.: Dr. Sigrun Lang, Sigmund Kiener, Florian Schulte, Gerhard Stratthaus



Rund 1.000 Mitarbeiter und Angehörige kamen zum arvato infoscore Familientag

Auch das schlechte Wetter hielt die Mitarbeiter von arvato infoscore nicht davon ab, der Einladung zum Familientag zu folgen. Viele waren mit ihren Angehörigen gekommen und nutzten den Tag der offenen Tür, um einmal ihren Arbeitsplatz zu zeigen, aber auch um den Neubau zu besichtigen. Die Führungen wurden von den Auszubildenden des dritten Lehrjahres angeboten.

Für das leibliche Wohl und ein abwechslungsreiches Programm für alle Altersgruppen hatte arvato infoscore gesorgt. Der vom Neubau eingefasste Innenhof war völlig umgestaltet. Ein riesiges, transparentes Zelt gab den Blick auf das Gebäude frei. Auf dem gesamten Firmengelände waren Stände und Spielstationen verteilt.

Die Stimmung richtig aufgemischt hat „Hausmeister Schorsch“, der die Gäste bereits am Eingang mit Wert(e)bons und

flotten Sprüchen begrüßte. Der Spaßvogel machte auch nicht Halt vor Florian Schulte, dem Vorsitzenden der Geschäftsführung, der souverän parierte.

Viel Zulauf bei den kleinen Gästen fanden der Karikaturist „Mirror Man“, das Kinderschminken im Mitmachzirkus und Jumping Jo, der mit seiner jungen Herde vor begeistertem Publikum das Dschungellied intonierte. Solange es das Wetter zuließ, waren auch Bagger-Parcours, Enten-Angeln für die ganz Kleinen,





Tischfußball und Bungee-Trampolin beliebte Spielaktionen der jungen Besucher. Besonderes Highlight war die Foto-Fun-Aktion, bei der die Besucher sich vor verschiedenen Hintergründen, wie z. B. dem Firmengebäude oder einem Traumstrand, fotografieren lassen konnten.



Sämtliche Bilder wurden in ein großes Mosaik eingefügt, mit dem das Firmenlogo vervollständigt wird. Das Mosaik findet sich demnächst im Durchgang zum Neubau. (KD) ☐



Citrix Systems Deutschland erhält Auszeichnung für AZ Loop als Best-Practice-Lösung weltweit

Citrix Systems erhielt für AZ Loop den Citrix Award, welcher einmal jährlich von der Unternehmenszentrale der Citrix Systems in Florida, USA verliehen wird. Die Lösung wurde als besonders innovativ und zukunftssträftig für die Automatisierung des Direktmarketing über den dezentralen Vertrieb ausgezeichnet. Seit Mitte des Jahres 2005 können Citrix Reseller in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz über das Web ihr gesamtes Direktmarketing steuern und durchführen.

Im immer härter umkämpften Markt für IT-Produkte und -Dienstleistungen zählt nichts so sehr wie der Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz. Kurze Reaktionszeiten auf aktuelle Marktentwicklungen, eine schnelle Time-to-market bei der Einführung neuer Produkte, aber auch die stetige und beständige Bearbeitung von Märkten klassifizieren ein erfolgreiches Unternehmen.

Citrix Systems Deutschland, Tochter des weltweit führenden Anbieters von Access Infrastructure Software, suchte für die Märkte Deutschland, Österreich und die Schweiz eine Lösung, welche das Channel Marketing über den dezentralen Vertrieb steuert und vorantreibt. AZ Loop unterstützt markenunabhängige Vertriebspartner bei der Vermarktung der Citrix Produkte und erlaubt Citrix Systems eine bessere Steuerung und Kontrolle des indirekten Vertriebschannells.

