Qualität zahlt sich immer aus

Autor(en): **Freudiger, Jürg**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **82 (2004)**

Heft 6

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-876880

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Qualität zahlt sich immer aus

JÜRG FREUDIGER **Ein Unternehmen, das von seinen Callcenters aus jährlich 300 000 Interviews führt, generiert das, was heute «Voice Traffic» genannt wird. Dies ist interessant für Swisscom – aber auch für die Konkurrenz.**

Die 1959 gegründete IHA-GfK AG in Hergiswil ist nicht nur das führende Marktforschungsinstitut der Schweiz, sondern als Tochterunternehmen der in Nürnberg ansässigen Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Teil eines weltweit tätigen Netzwerks. Mit einem Marktanteil von über 40% und einem Umsatz von 89 Mio. Franken (2003) ist IHA-GfK hierzulande unangefochtener Leader. Neben 372 fest angestellten Mitarbeitenden sind über dreihundert Personen in den Telefonlabors beschäftigt, alle diese in Hergiswil, Luzern und Lausanne. Dazu kommen rund fünfhundert Personen, die überall in der Schweiz Interviews auf der Strasse und bei Privaten zu Hause durchführen.

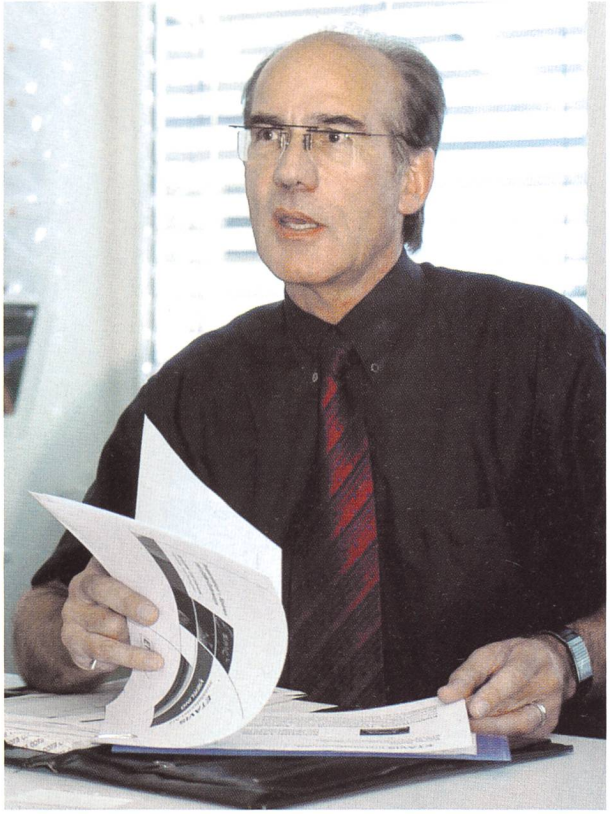
IHA-GfK beschafft Informationen, wertet sie aus und erhellt damit Märkte und die Aktivitäten der verschiedenen Marktteilnehmer. Daraus resultieren Consumer-Trackings (Informations-Services zu Markt- und Marketing-Fragen) oder Non-Food-Trackings (Marketing-, Logistik- und Vertriebsinformationen aus Industrie und Handel). Es werden auch Ad-hoc-Forschungen durchgeführt (z. B. für Markteinführungskonzepte oder Repositionierungen). Die Entwicklung von IHA-GfK zeigt in Richtung integrierte Beratung, also vom Sammeln von Informationen zur zielgerichteten Umsetzung des generierten Wissens.

180 Fixnet-Leitungen

Eine ganz besondere Rolle spielen dabei die Telefonlabors. Dort führen 140 Personen gleichzeitig Telefonbefragungen durch. Das ergibt eine Outbound-Bandbreite, für die nicht weniger als sechzig Fixnet-Leitungen pro Standort nötig sind. Ein derart grosser Verkehr rief nach der Marktöffnung natürlich die Swisscom-Konkurrenz auf den Plan, teilweise mit sehr attraktiven Angeboten. IHA hatte durchaus Sparbedarf. «Dazu kommt, dass unser Mutterhaus, GfK International, auf einen anderen Carrier setzt», sagt Hans Koller, stellvertretender Direktor IHA-GfK und zuständig für die zentralen Dienste. Er ist seit dreissig Jahren im Unternehmen tätig und lässt sich nicht so schnell aus der Ruhe bringen. Eine ernsthafte Evaluation schien ihm daher angebracht. «Swisscom Enterprise Solutions ist ein langjähriger Partner, und wir verlassen uns in vielen anderen Bereichen auf dieses Unternehmen. Doch für den Bereich Telefonie setzte ich trotzdem ein externes, unabhängiges Büro für eine Vergleichsstudie ein.» Wie sich zeigte, war die Swisscom-Offerte durchaus konkurrenzfähig. «FlexNet», ein Vertragswerk mit attraktiven Rabatten für Grosskunden konnte sich durchsetzen. Dabei ging es jedoch keineswegs nur um den Preis. Für ein Unternehmen wie IHA-GfK ist Zuverlässigkeit unabdingbar. «Stellen Sie sich vor, unsere 140 Telefon- Interviewerinnen und -Interviewer sitzen vor toten Leitungen – eine Katastrophe», erklärt Hans Koller. «Dasselbe gilt übrigens für den Bereich ‹Data›, wo wir uns ebenfalls auf Swisscom Enterprise Solutions verlassen. Unser Vertrauen in die Qualität von Swisscom ist aufgrund

Die Mitarbeiter des Forschungsinstituts beschaffen Informationen und werten diese aus.

Ein zuverlässiges Funktionieren der ICT ist absolut notwendig.



Hans Koller, stellvertretender Direktor von IHA-GfK, Hergiswil.

der Erfahrungen sehr gross und hat sich erneut bestätigt. Dabei geht es nicht nur um die Sprachqualität, sondern auch um Faktoren wie die Betreuung, die Reaktionszeiten im Helpdesk und vieles mehr», zeigt er sich überzeugt.

Win-Win-Situation

Das Projekt lief zur vollen Zufriedenheit von Hans Koller ab. «Das war eine zügige Sache: ein, zwei Sitzungen, die «FlexNet»-Präsentation mit dem Prising-Chef für den Bereich Fixnet – alles sehr professionell, ein guter Vertrag mit hoher Transparenz – und die Sache war geregelt.» Das Resultat war ein Zweijahresvertrag, der für beide Seiten eine Win-Win-Situation darstellt. «Swisscom versteht unser Geschäft», resümiert Hans Koller.

Auch für die nächsten Projekte des Unternehmens steht Swisscom Enterprise Solutions in einer guten Ausgangsposition. So wird beispielsweise eine sanfte Migration in den Bereich «Voice over IP» diskutiert. «Wir sind dafür gerüstet, haben es auch schon vor zwei Jahren ins Auge gefasst, aber da war es noch zu früh», erläutert Hans Koller. Auch ein Projekt im Bereich UMTS liegt an: «Schon heute loggen sich unsere freien Mitarbeitenden über ADSL/GPRS ins Firmennetz ein. Es ist gut möglich, dass mit dem neuen ‹Mobile Unlimited› unsere Notebook-Benutzer ihre Daten online den Kunden zeigen.» ■

Weitere Informationen unter Tel. 0800 800 900 oder www.swisscom.com/enterprise-solutions

Kinderleichte Kostenkontrolle

«NATEL® easy kid» ist das ideale Angebot für das erste Handy eines Kindes. Es ist in Verbindung mit einem bestehenden Abonnement erhältlich und ermöglicht die volle Kostenkontrolle. Besonders vorteilhaft sind die günstigen SMS- und Minuten-Preise.

Das «NATEL® easy kid» erhalten Kunden von Swisscom Mobile in Verbindung mit einem Abonnement (z. B. Vater, Mutter, Gotte und Götti) für 65 Franken. Darin sind die in jedes Handy passende SIM-Karte und ein Gesprächsguthaben von 25 Franken enthalten.

Vorteile

- Volle Kostenkontrolle: Der monatliche Nachladebetrag für das «NATEL® easy kid» (mindestens 10 Franken) kann der Kunde selbst bestimmen. Dieser Betrag wird der NATEL®-Rechnung belastet.
- Es sind keine zusätzlichen Vertragsgebühren zu zahlen.
- Keine funktionalen Einschränkungen: das bedeutet Zugang zum gesamten Prepaid-Serviceangebot von Swisscom Mobile (mit dem entsprechenden Handy z. B. auch auf «Vodafone live!»).
- Vorteilhafte Preise mit der «NATEL® easy kid»-Karte: 15 Rappen pro SMS; Gesprächstarif 60 Rappen/Min. für abgehende Verbindungen auf NATEL®- und Festnetz-Anschlüsse im Inland (CH und FL).

Vorschlag

Zum «NATEL® easy kid»: das Handy Nokia 3220. Das neue Einstiegshandy Nokia 3220 bringt frischen Wind in die Welt der mobilen Kommunikation. Nebst integrierter Kamera und einem Display mit hoher Farbauflösung enthält es zahlreiche Fun-Funktionen wie Lichteffekte, die im Rhythmus des aktivierten polyphonen Klingeltons blinken. ■

Mehr Infos: www.swisscom-mobile.ch/nateleasykid