

Ohne Erreichbarkeit keine Geschäfte

Existenzgründung. Mit den Dienstleistungen der ViPO Deutschland GmbH sind Unternehmen auf allen Kommunikationskanälen immer erreichbar. Dazu gehört nicht nur ein ausgefeilter Telefonservice, sondern auch die digitale Zustellung und Archivierung der Eingangspost.

Anrufbeantworter mag Rolf Hoellger überhaupt nicht. Deshalb legt der Vorstand der Axus AG aus München, eine IT-Beratung, die sich auf die Themen Business Intelligence und Data Warehousing konzentriert, Wert darauf, dass alle Anrufe persönlich entgegen genommen werden. Bislang stellt dieser Anspruch eine echte Herausforderung dar: Denn die derzeit neun Mitarbeiter sind durchwegs als Berater bei Kunden im Einsatz und nur selten am eigenen Schreibtisch zu erreichen. Das Unternehmen kommt ohne Office Manager oder Assistentin aus. Die Anrufe für Axus wurden daher auf die Handys der Mitarbeiter weiter geleitet, was für Hoellger allerdings nur die zweitbeste Lösung darstellte. Zufrieden ist er seit Anfang 2002 – seit ViPO die eingehenden Anrufe für Axus übernimmt.

Das Kürzel ViPO steht für „Virtual Professional Office“. Dahinter steckt die ViPO Deutschland GmbH aus München. Geschäftsführerin Petra Thonemann definiert die Dienstleistungen des Unternehmens als „Kommunikationsmanagement“: „Unsere Kunden sind permanent erreichbar und informiert“, so Thonemann. Egal, ob sie gerade konzentriert die A8 entlang brausen, in Sidney Verhandlungen führen oder während eines Strategieworkshops nicht gestört werden wollen: Anrufe, Emails, Faxe und Briefe nimmt ViPO entgegen und leitet sie weiter – auf den vorab definierten Kommunikationswegen. „Manche Kunden informieren wir sogar per SMS“, sagt Thone-

mann. Je nach Wunsch und Anweisungen des Kunden können bestimmte Geschäftsvorgänge durch ViPO auch direkt bearbeitet werden. „Dadurch haben die Kunden Zugriff auf ihr komplettes geordnetes Kommunikationsgeschehen“, fasst Thonemann zusammen. „Schließlich kann es sich heute kein Unternehmen mehr leisten, nicht umgehend auf eine Kundenanfrage zu reagieren. Und auch bei längeren Geschäftsreisen bleiben Rechnungen nicht ungeöffnet liegen – selbst ohne persönliche Sekretärin.“ Die Zielgruppe der ViPO Deutschland GmbH ist groß: Als Kernzielgruppe nimmt Thonemann vor allem kleinere Unternehmen, Freiberufler und Start ups ohne Sekretariat ins Visier. Aber auch für größere Unternehmen kann das ViPO-Angebot interessant sein,



Expertin für Kommunikationsmanagement: Petra Thonemann

zum Beispiel bei Hochbetrieb, Krankheit, Urlaub oder um die Erreichbarkeit auch außerhalb der Geschäftszeiten zu sichern. Auf die Idee zur Zusammenarbeit mit ViPO kam Axus-Vorstand Hoellger, als er sich bei einem Dienstleistungsunternehmen telefonisch beschweren wollte. „Die Freundlichkeit und Professionalität der Dame am Telefon hat mich überzeugt“, erinnert sich der Unternehmensberater. „Sie schaffte es, aus einem Konfliktgespräch ein angenehmes Telefonat zu machen.“ Nach hartnäckigem Rückfragen erfuhr er, dass es sich bei der netten Dame am Telefon um eine Mitarbeiterin im Call Center von ViPO handelte. Hoellger fackelte nicht lange: „Gleich am nächsten Tag habe ich den Telefonservice von ViPO auch für unser Unternehmen gebucht.“ Seither gehen alle Anrufe für die Axus AG im ViPO Call Center ein. Auf dem Monitor erkennen die Mitarbeiter dort sofort, dass es sich um einen Anruf für das IT-Beratungsunternehmen handelt. Sie melden sich mit „Axus AG – guten Tag“ und leiten die Anrufe an den gewünschten Gesprächspartner weiter. Allerdings nicht alle: Offensichtliche Werbeanrufe – der Großteil stammt laut Hoellger von Vermögensverwaltern auf Kundenfang – werden von den Agentinnen im Call Center freundlich aber bestimmt ausgefiltert, etwa indem sie dem Anrufer einen Rückruf anbieten. Selbstverständlich nehmen sie auch Nachrichten auf, wenn das Gespräch nicht an den gewünschten Ansprechpartner der Axus AG weiter geleitet werden kann. „Wir informieren ViPO, welche aktuellen Dinge am Laufen sind und was zu tun ist“, erklärt Hoellger. Als die Axus AG zum Beispiel einen Firmenwagen verkaufen wollte, kümmerten sich die Mitarbeiter im Call Center darum, den Interessenten am Telefon Details zum Fahrzeug durchzugeben und vereinbarten Termine für die Probefahrt.

Als durchaus angemessen bezeichnet Hoellger die Kosten für diesen Service: Die monatliche Grundgebühr beläuft sich auf 75 Euro, pro Transaktion wird ein Euro fällig. Derzeit überlegt er, ob die Axus AG künftig auch die zweite Dienstleistung von ViPO,

das „ViPO-Portal“ in Anspruch nehmen wird. Dabei handelt es sich um einen „digitalen Briefkasten“ im Internet. Der Kunde empfängt und archiviert seine Geschäftspost ort- und zeitunabhängig via World Wide Web. ViPO nimmt die Eingangspost entgegen und scannt die Faxe und Briefe ein, um sie im persönlichen, passwortgeschützten Internet-Portal des Kunden bereit zu stellen. Diesen Service nutzt etwa ein Unternehmer, der sich mehrere Wochen pro Monat beruflich in den GUS-Staaten aufhält. Selbst Nachrichten, die per E-Mail oder Telefon eingehen, können von ViPO ins Portal gestellt werden.

„So bleibt der Empfänger auch bei Urlaub, Krankheit oder während Geschäftsreisen über seinen Posteingang auf dem Laufenden“, erklärt Thonemann. Auf Kundenwunsch ist es möglich, dass eine Sekretärin die Schreiben filtert und gleich entsprechend den individuellen Vorgaben des Kunden bearbeitet. So übernimmt ViPO zum Beispiel den Versand von Informationsunterlagen, das Terminmanagement oder die Annahme von Bestellungen. „Jede Korrespondenz erfolgt auf dem Briefpapier des Kunden in stilistisch und orthografisch einwandfreier Ausdrucksweise“, wie Thonemann betont. Denn wichtig sei nicht nur die sofortige Reaktion, sondern auch die Art und Weise, wie sie formuliert werde.

Bis Mitte letzten Jahres war Petra Thonemann noch im Ersten Programm als „Wetterfee“ des bekannten Meteorologen Jörg Kachelmann zu sehen. Der Abschied von der glitzernden TV-Welt fiel ihr allerdings nicht schwer: „Ich wollte mich schon immer

selbständig machen“, berichtet Thonemann. „Da ich keine Meteorologin, sondern Kommunikationswissenschaftlerin bin, war mir klar, dass ich nicht für alle Zeiten als Moderatorin und Assistentin arbeiten möchte. Dazu bin ich viel zu ehrgeizig und zielstrebig.“ Im September 2001 begann sie, ihre Geschäftsidee umzusetzen. Zu den Vorbereitungen gehörte die Teilnahme an einem Existenzgründerseminar bei der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, das ihr die Unternehmensgründung und das unvermeidliche Verfassen des Businessplans deutlich erleichterte. Ein Besuch auf der Dienstleistungsmesse DIEKOM im Januar brachte interessante Kontakte und Anregungen. Außerdem unterstützte die IHK Thonemann mit Know-how und Adressen für ihre ersten Mailing-Aktionen.

Keine Bankkredite, sondern private Investoren

Langwierige Bankverhandlungen in Sachen Existenzgründerdarlehen konnte sich Petra Thonemann jedoch sparen: Es gelang ihr, fünf private Investoren von der Geschäftsidee zu überzeugen und als Gesellschafter der ViPO Deutschland GmbH zu gewinnen. Parallel dazu arbeitete Thonemann an der technischen Umsetzung der Geschäftsidee. Dazu greift ViPO auf das Know-how von zwei strategischen Partnern zurück: Die memIQ AG in Haar bei München ist ein persönlicher Internetdienst, der zum Beispiel die Zustellung von Kontoauszügen oder Telefonrechnung per Internet realisiert und die digitale, papierlose Archivierung

von Dokumenten ermöglicht. Der zweite Kooperationspartner von ViPO ist Multiphone in Nürnberg. Das Unternehmen bietet seit 1998 maßgeschneiderte Dienstleistungen im Bereich Call Center an.

Am 6. Januar 2002 nahm ViPO den operativen Geschäftsbetrieb auf. Derzeit nutzen knapp zwanzig Kunden das Kommunikationsmanagement des Unternehmens. Einen großen Sprung bei Kundenzahl und Umsatz dürfte die Kooperation mit der Apartmenthotelkette Derag Hotel and Living beschieren: Die sechs Häuser der Hotelkette mit Zentrale in München konzentrieren sich auf berufsbedingte Ortswechsler und bieten einen speziell auf längere Aufenthalte abgestimmten Service. Dazu zählen seit dem Juni 2002 auch die Dienstleistungen von ViPO.

Mit der Startphase ihres Unternehmens ist Petra Thonemann durchwegs zufrieden: Sie geht davon aus, dass ViPO wie geplant bis zum vierten Quartal diesen Jahres schwarze Zahlen schreiben wird. „Die größte Herausforderung ist es nach wie vor, unsere Dienstleistungen bekannt zu machen“, sagt die Jungunternehmerin. Dabei setzt sie auf Direktmails an die Kernzielgruppe sowie auf Öffentlichkeitsarbeit. „Das ist zwar manchmal mühsam. Aber ich bleibe am Ball, weil sich das langfristig auszahlen wird“, ist sich Petra Thonemann ganz sicher. Allerdings mache es die derzeitige wirtschaftliche Lage wohl keinem Existenzgründer leicht: „Die Unternehmen sparen, wo sie können.“

Eva Elisabeth Ernst ■

■ Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte Frau Petra Thonemann:

ViPO
Virtual Professional Office

ViPO Deutschland GmbH
Postfach 90 11 52
81511 München
pt@vipo-deutschland.de

0800 – 8476 000 (Telefon)
0800 – ViPO 000 (Vanity Nummer)

0800 – 8476 329 (Fax)
0800 – ViPO FAX (Vanity Nummer)