

„Beide Branchen schließen sich nicht aus“



Mit Walter Services und Krämer Marktforschung haben erstmalig ein Call-Center-Experte und ein Feld-Spezialist eine Allianz geschlossen. Krämer-Chef **Michael Krämer** (links im Bild) und Walter-Vorstand **Dr. Ralf Kogeler** über die Inhalte und den Nutzen der Zusammenarbeit.



RR: Im Oktober vergangenen Jahres haben Sie bekannt gegeben, künftig kooperieren zu wollen. Wie haben Sie überhaupt zueinander gefunden?

Kogeler: Wir haben umfangreiche Recherchen angestellt und mit allen relevanten Marktteilnehmern Gespräche geführt. Wichtig waren uns eine kritische Größe im Bereich Felddienstleistungen sowie eine umfassende Expertise bei Konsumenten- und Business-to-Business-Befragungen. Darüber hinaus sollte die internationale Ausrichtung des Unternehmens unsere eigene Expansionsstrategie ergänzen. Nach einem Messebesuch kristallisierte sich heraus, dass Krämer Marktforschung die Synergieeffekte und Wachstumspotenziale unserer beiden Branchen ähnlich einschätzt wie wir.

RR: Wie sieht die Kooperation zwischen Walter Services und Krämer

Marktforschung aus? Auf welchem Gebiet genau wollen Sie zusammenarbeiten?

Krämer: Zwischen uns besteht eine Vereinbarung, dass wir Walter Services bei Projekten unterstützen, die neben der Kernkompetenz von Walter Ser-

vices auch Marktforschungsdienstleistungen beinhalten. Die Kooperation bezieht sich auf eine operative Zusammenarbeit, gesellschaftsrechtliche Verbindungen bestehen nicht.

Kogeler: Die Krämer Gruppe ergänzt unser Angebot und ist „preferred supplier“ für die Marktforschung im Bereich „Field & Tab“. Wir ergänzen mit dieser Zusammenarbeit unser umfangreiches Angebotsportfolio – im Sinne unserer Kunden.

RR: Was erwarten Sie von der Zusammenarbeit? Wo sehen Sie besondere Chancen?

Kogeler: Das Angebot von Walter Services, das ja heute nur noch in Teilen mit reinen Telefondienstleistungen zu tun hat, wird durch die Kooperation mit Krämer Marktforschung um einen wichtigen Baustein erweitert. Unsere Kunden erwarten individuelle und fle-

Zur Person

Michael Krämer ist Gründer und Geschäftsführer der Krämer Marktforschung in Münster. Das 1986 gegründete Unternehmen versteht sich als Spezialist für die Bereiche Feld, Studio, Call Center und Online und ist neben verschiedenen Standorten in Deutschland auch in Palma, Hong Kong, New York, Mailne und Nairobi vertreten.

www.kraemer-germany.com

Dr. Ralf Kogeler ist seit September 2003 Mitglied der Geschäftsführung bei Walter Services in Ettlingen. 2004 wurde er zum Vorsitzenden der Geschäftsführung berufen. Vor seinem Einstieg bei Walter Services war Dr. Kogeler als Leiter Konzernstrategie bei der Axel Springer AG und als Partner bei der Unternehmensberatung Roland Berger tätig.

www.walterservices.com

xible Dienstleistungen, die ihre Geschäftsprozesse optimieren. Diese Angebote müssen in ihrer Komplexität aufeinander abgestimmt sein und im Idealfall aus einer Hand kommen.

Krämer: Für uns ist Walter Services neben Marktforschungsinstituten, Beratern, Werbeagenturen und Marktforschungsabteilungen großer Unternehmen ein weiterer Nachfrager für Dienstleistungen im Bereich „Field & Tab“. Beide Unternehmen sind vor allem in Deutschland und Osteuropa aktiv, insoweit passen wir auch regional gut zueinander. Auch bei den Kernkompetenzen in den Bereichen Energie, Health Care und Telekommunikation gibt es Überschneidungen.

RR: Unternehmen, die kooperieren, versprechen sich davon auch Synergieeffekte. Wo sind diese in Ihrem Fall zu erwarten?

Krämer: Die ähnliche internationale Aufstellung der Unternehmen, beispielsweise in Rumänien und Polen, erlaubt Walter Services ein erweitertes Angebotsportfolio. Wir dagegen erhalten in diesen Märkten eine nachhaltige Präsenz, vor allem unter dem Gesichtspunkt der Abdeckung mit „nativen“ Agenten. Insgesamt können wir im Rahmen der Kooperation zusätzliches Potenzial in den Bereichen Technik und Infrastruktur nutzen. Die personelle Zuständigkeit und Kompetenz, die Einhaltung der ADM-Richtlinien sowie die Steuerung von Projekten liegt in den Händen der Krämer Marktforschung.

Kogeler: Wir werden seit vielen Jahren von unseren Kunden mit dem Thema Marktforschung konfrontiert – zumindest hinsichtlich Telefonbefragungen. Wir haben festgestellt, dass diese ein eigenes komplexes Feld darstellen, bei dessen seriöser Durchführung Know-how und Erfahrung gefragt ist. Und genau dabei kann uns Krämer unterstützen.

RR: Was kann Ihnen Krämer Marktforschung denn bieten, was andere Felddienstleister nicht können?

Kogeler: Zunächst haben wir mit der Krämer Marktforschung im Bereich Felddienstleistung einen Kooperationspartner gefunden, der mit seinen eigenen Call-Center-Standorten in Deutschland, Europa, Nordamerika und Asien hervorragend aufgestellt ist. Zudem verfügt Krämer über sieben eigene Teststudios in Deutschland und über ein umfassendes Interviewfeld für Konsumenten- und Business-to-Business-Befragungen.

Aus unserer Sicht hat Krämer Marktforschung im Segment Felddienstleistung die kritische Größe überschritten, um qualitativ und strukturell den Anforderungen und Herausforderungen der heutigen Zeit gerecht zu werden. Ein wesentlicher Aspekt für die Kooperation ist auch die gemeinsame Auffassung, dass die beiden Branchen, in denen wir uns bewegen, durchaus gemeinsame Ansätze haben und sich nicht ausschließen.

RR: Und wie steht es um die viel diskutierte Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen?

Krämer: Die Einhaltung der aktuellen Datenschutzbestimmungen im Sinne der betreffenden ADM-Richtlinien ist in jedem Fall gesichert. Im Übrigen gelten für Walter Services ähnliche Bestimmungen auch im Deutschen Dialog Marketing Verband (DDV). ■

Quelle: Research and Results - 02.2010