

Klartext, Herr Bohn!

*Ein Rück- und
Ausblick mit
Rüdiger Bohn*

Vor einen Jahr übernahm Rüdiger Bohn den Chefposten bei Enghouse Interactive. Von einem der führenden Call- und Contactcenter-Softwarehersteller kann man durchaus richtungsweisende Ideen und Aussagen erwarten und so nahmen wir ihn quasi in die Mangel, um ihm zu den aktuellen Trends mal auf den Zahn zu fühlen. Manometer, gut pariert hat er, der Herr Bohn!

SQUT: Ihr erstes Jahr als Managing Director bei Eng-house ist vorüber – wie läuft's, was hat sich so getan?

R. Bohn: Rückblickend muss ich sagen, dass die ersten paar Monate schon recht spannend und aufregend waren. Aber in sehr positiver Hinsicht! Von meinen neuen Kollegen bin ich wirklich gut aufgenommen worden, sodass wir quasi sofort handlungsfähig und ergebnisorientiert durchstarten konnten. Wie Sie wissen, ist unsere Region in Zentraleuropa Anfang des letzten Jahres um Benelux und Frankreich erweitert worden, was nicht zuletzt wegen unterschiedlicher Kulturen und Sprachbarrieren

eine Herausforderung darstellt. Trotzdem konnten wir das zum Teil dezentrale Organisationsgerüst überwinden und unsere Teams schon nach kurzer Zeit besser zusammenführen, Synergien nutzen und viele Prozesse und Strukturen rationalisieren und vereinheitlichen. Auch was die Ausrichtung unserer Produkte unter einer einheitlichen Enghouse-Marke betrifft, sind wir hier in den letzten Monaten einen deutlichen Schritt vorangekommen.

Mittlerweile sind wir einer der profiliertesten Anbieter von Contactcenter-Lösungen am Markt. Dies zeigt u.a. ein Blick auf unsere Kundenliste in Deutschland, zu der etwa Energieversorger wie die Stadtwerke Duisburg AG oder der Ökostrom-Marktführer LichtBlick SE, Versicherungen wie Generali und BNP Paribas Cardif, Service-Provider wie 1&1 und Vodafone und Finanzinstitute wie die Sparda-Bank Hamburg zählen, aber auch Organisationen mit extrem hohem Service-Aufkommen wie die Bundesanstalt für Arbeit mit über 8.000 Agentenplätzen. Unsere Kommunikationslösungen basieren auf den neuesten Technologien und decken bereits jetzt alle Anforderungen des Marktes ab, unabhängig von Branche und Größe. Als zukunftsorientiertes Unternehmen erweitern wir im kommenden Jahr unser Portfolio um hochkarätige Lösungen insbesondere in den Bereichen Cloud und künstliche Intelligenz.

UNTERSCHIEDLICHE KULTUREN UND SPRACHBARRIEREN

SQUT: Eine Sache hat sich jedenfalls nicht verändert: Enghouse setzt nach wie vor auf indirekten Vertrieb. Warum?

R. Bohn: Wir sind Softwarehersteller und unser Produktportfolio hat eine hohe Reichweite, wie es auch die gerade dargestellte Bandbreite unserer Kunden zeigt. Dies ist nicht zuletzt auf die Kompetenz unserer Service-Teams zurückzuführen, die gemeinsam mit einem breit aufgestellten Netzwerk an spezialisierten Partnern für kompetenten und zuverlässigen Service sorgen. Das ist die Basis unseres Erfolgsgeheimnisses.

Denn Enghouse bietet sehr unterschiedliche Typen von Kommunikationslösungen im Contactcenter-Umfeld. Beispielsweise Echtzeit-Sprachanalyse- und Qualitätssicherungs-Software, Omnichannel-Systeme oder aber Lösungen für das Cisco-Umfeld. Daher liegt es auf der Hand, im jeweiligen Kundenumfeld für einen bestmöglichen Service zu sorgen. Schließlich sind wir nicht nur Technologielieferant, sondern beraten auch Dienstleistungsunternehmen schnell und effektiv. Wir sind es unserem Anspruch schuldig, ein Anbieter zu sein, der jeglichen Bedarf und den Anspruch eines jeden Unternehmens abdecken kann.

NICHT NUR TECHNOLOGIELIEFERANT

SQUT: Die Contactcenter-Software von Enghouse gibt es künftig auch aus der Cloud. On-

Premises¹ bieten Sie aber weiterhin. Warum wird das nach wie vor nachgefragt? Und gibt man mit der Ortsunabhängigkeit anderen Komfort auf?

R. Bohn: Anbieter müssen mit Contactcenter-Lösungen jeden Bedarf abdecken können – unabhängig von der Branche und Unternehmensgröße und unabhängig davon, ob eine On-Premises- oder Cloud-Lösung gewählt wurde. Allein schon deshalb, weil sich der Markt über einen längeren Zeitraum immer mehr in On-Premises und Cloud aufteilen wird. Für eine On-Premises-Lösung sprechen auch die Bedenken von Kundenseite, Stichwort Datensicherheit. Oder hochkomplexe, inte-



¹ On-Premises: Im Gegensatz zur Cloud-Lösung wird bei der On-Premises-Variante die Software auf dem eigenen Rechner bzw. Server installiert.

grative Lösungen, die einen Cloud-Ansatz derzeit noch nicht zulassen.

Wir von Enghouse bemühen uns um die Akzeptanz der Kunden in puncto Cloud-Einsatz, indem wir Vorteile, Nutzwert und Flexibilität in der Praxis aufzeigen. So können Nutzer die Kommunikationslösungen von Enghouse je nach Wunsch On-Premises oder aus der Cloud beziehen. Gemeinsam mit unserem Partnernetzwerk garantieren wir einen problemlosen und sicheren Wechsel in die Cloud, ohne dass der Anwender auf seine gewohnten Funktionalitäten verzichten müsste. Praxislösungen zeigen wir übrigens auf der CCW in Berlin.

SICHERER WECHSEL IN DIE CLOUD

SQUT: Und wie sieht es mit künstlicher Intelligenz im Kundendialog aus – sind Softwarehersteller hier eher Treiber oder Bremser? Wie steht Enghouse dazu?

R. Bohn: Wir sehen den sinnvollen Einsatz von künstlicher Intelligenz als elementar. Folgerichtig erweitern wir im kommenden Jahr unser Portfolio um Lösungen aus diesem Umfeld. Als zuverlässiger Partner stehen wir unseren Kunden auch in diesem Punkt beratend zur Seite, denn künstliche Intelligenz bietet zwar einerseits große Chancen, gleichzeitig kann ihr Einsatz aber ohne ein entsprechendes Unternehmenskonzept auch riskant sein. Die Vergangenheit hat uns immer wieder gezeigt, dass Technologie allein keinen Sinn macht – es muss eine Strategie dahinter stehen. Dienstleister müssen nicht nur Kunden und Märkte wirklich verstehen und angemessen mit ihnen interagieren. Sie müssen vor allem wissen, wo und warum automatisierte Geschäftsprozesse von Nutzen sein können. Erst dann kann Robotereinsatz zu mehr Effizienz verhelfen. Neben Empathie spielt dabei das Wissensmanagement, mit dem Roboter gespeist werden, eine entscheidende Rolle. Im Bereich des Kunden-Helpdesks können so durch das IoT (Internet of Things) proaktiv Serviceaktivitäten und Geschäftsprozesse angeschoben werden. Insgesamt sehen wir starke Potenziale in der

künstlichen Intelligenz. Deshalb kooperieren wir diesem Bereich mit namhaften und führenden Herstellern und Entwicklern wie z.B. der Pidas AG oder IBM – Stichwort Watson. Enghouse bietet entsprechende Schnittstellen und offene Plattformen, um künstliche Intelligenz in die eigenen Contactcenter-Lösungen zu integrieren.

SQUT: Und wann binden ACD-Hersteller Sprachassistenten wie Alexa in den Kundendialog ein?

Gibt's da vielleicht schon Use Cases?

R. Bohn: Diesbezüglich gibt es bereits Ansätze. Denken Sie an die unterschiedlichen Selfser-

vices für Kunden, die an Informationen mit eher generellem Charakter interessiert sind. Enghouse-Studien haben gezeigt, dass Kunden einen Service dieser Art schätzen, weil er schnell, zeit- und ortsunabhängig funktioniert. Andererseits werden Agenten und Servicemitarbeiter entlastet, sie haben mehr Zeit, wirklich beratungsintensive Fragen zu beantworten. Ich denke, dass wir in diesem Punkt vor einem Entwicklungssprung nach vorne stehen und sich hier sicherlich interessante neue Anwendungsgebiete eröffnen werden.

SQUT: Kundenservice passiert überall, nicht nur im Callcenter. Geht es im Softwaregeschäft immer noch nur um große Kunden oder inzwischen auch mehr um die kleinen mit besonderen Anforderungen? Womit verdient ein ACD-Hersteller Geld – mit vielen Lizenzen oder mit „Professional Services“?

R. Bohn: Wir sehen hier vom Prinzip her keinen Unterschied. Enghouse bedient sowohl große als auch kleine Unternehmen, unabhängig von Branche und Größe. Übrigens auch unabhängig von besonderen Anforderungen. Wir decken alle Ansprüche ab, die der Markt stellt. Ein gutes Beispiel ist unsere Omnichannel-Software VCC, die eher auf größere Unternehmen bis hin zu Global Playern abzielt. Ihr sehr großer Funktionsumfang lässt sich perfekt in bestehen-

STARKE POTENZIALE IN DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ

de Enterprise-Strukturen integrieren. Für kleinere und mittelständische Unternehmen ist unsere neue Kommunikationslösung EICC prädestiniert. Eine Out-of-the-box-Lösung, die sofort einsatzbereit ist und daher besonders gut für KMUs geeignet ist. Übrigens: Dienstleister, die schon nicht mehr Mittelständler aber auch noch nicht Großunternehmen sind, werden von uns in Bezug auf die praktische Umsetzung ihrer Ansprüche individuell beraten und wir erarbeiten anschließend entsprechende Lösungen. Wie gesagt, Enghouse ist ein branchenunabhängiger Lösungsanbieter für kleine und mittelständische Unternehmen bis hin zu Konzernen.

Was die zweite Frage betrifft: Softwarehersteller verdienen Geld mit Lizenzen und Maintenance. Professional Services sind ein Zusatzgeschäft und sollten auf die Partnerunterstützung abzielen.

SQUT: Welche Rolle spielt dann der Point of Sale² im Kundendialog und wie kann man das Telefon einbinden? Sind Ladengeschäfte nur noch Aushängeschilder oder kann man da echten Omnichannel-Kundendialog forcieren (Beispiel Telekommunikations-Shops)?

R. Bohn: Meiner Einschätzung nach wird der Point of Sale immer wichtiger, allerdings in einer etwas erweiterten Definition. Heutzutage müssen viele Dinge miteinander verflochten sein. Es kommt auf die Kombination Online/Offline an. Die Rolle des Ladengeschäfts wird meiner Meinung nach unterschätzt. Der Kunde will sich informieren, er will Dinge sehen und anfassen und er will entscheiden, wo und wie er kauft. Entweder vor Ort oder eben orts- und zeitunabhängig im Onlineshop mit Lieferung oder Abholung etc. Unternehmen sollten sich das zunutze machen. Der Markt zeigt zur Zeit ganz klar, dass ein Entweder-oder auf Dauer nicht funktioniert. Beste Beispiele sind die Flagship-Stores von Amazon und anderen.

MODERNE KOLLABORATIONS- PLATTFORMEN

SQUT: Der Fachkräftemangel macht derzeit vor niemandem halt, auch Enghouse fährt aktuell Recruiting-Kampagnen. Wie wichtig ist es in diesem Zusammenhang für einen Softwarehersteller, dass alle morgens in ein Büro fahren vs. „Work From Home“?

R. Bohn: Gerade für Softwarehersteller ist es eminent wichtig, dass das Teambuilding reibungslos funktioniert. Hierzu bietet natürlich die persönliche Interaktion in der Firma

Gelegenheit, aber auch das Homeoffice hat in unserem heutigen Arbeitsalltag durchaus seinen Platz und seine Berechtigung. In meiner Zeit bei Cisco habe ich gelernt, dass moderne Kollaborationsplattformen hervorragende Möglichkeiten in puncto Zusammenarbeit und Teambuilding bieten.

Das Recruiting wird allerdings anspruchsvoller. Denn die gesuchten Fachkräfte mit den jeweils entsprechenden Kompetenzen stehen am Markt nicht immer zur Verfügung. Das ist in vielen Branchen heute bereits Alltag. Also müssen sie intern ausgebildet werden. Enghouse investiert in die Ausbildung und leistet so seinen Beitrag zur Linderung des Fachkräftemangels. Das alleine reicht aber nicht. Das Recruiting der Zukunft muss einfach und schnell von der Hand gehen. So gut wie jeder hat heute ein Smartphone und möchte sich darüber auch bewerben. Mobil, in Kombination mit der Möglichkeit einer schnellen und unkomplizierten One-Click-Bewerbung, erhöhen sich die Chancen deutlich, den passenden Kandidaten zu finden.

ENTWEDER-ODER FUNKTIONIERT AUF DAUER NICHT

SQUT: Fünf Jahre weitergedacht: Was muss passieren, dass Callcenter-Agenten künftig nur noch ihr Smartphone mit zur Arbeit bringen und der Rest läuft dann per App?

Da kämen wir wohl auch noch mal auf das Thema Cloud ...

R. Bohn: Wie schon gesagt, wir erweitern unser Produktportfolio um Kommunikationslösungen für die Anwendung On-Premises und aus der Cloud. Die Lösungen werden in naher Zukunft zur Verfügung



² Point of Sale: Engl. für Verkaufspunkt, also der Ort, an dem der Verkauf tatsächlich stattfindet.

stehen – lassen Sie sich überraschen. Beide Bereiche, On-Premises und Cloud, sind von Bedeutung und wir von Enghouse zeigen unseren Kunden den Vorteil und Nutzwert der jeweiligen Lösung. Wir bieten die technische Plattform für jeden gewünschten Einsatzbereich – entscheiden muss dann letztlich der Anwender.

SQUT: Und zehn Jahre weiter: Was verkauft ein ACD-Hersteller im Jahre 2030 – Telematik im Tesla oder weiterhin brav Callcenter-Software?

R. Bohn: Enghouse ist ein Software-Hersteller. Und was die ACD betrifft - das ist und bleibt die wichtigste Applikation im Kundenservice. Vielleicht hat sie in zehn Jahren einen anderen Namen, wie auch immer. Aber nur diese Applikation weiß über alle Kanäle und wer mit welchen Skills wann und wo zur Ver-

fügung steht Bescheid – alle anderen Systeme wie CRM, Email, Chat, BPM etc. können das gar nicht oder nur sehr limitiert.

SQUT: Wenn CCW-Besucher noch mehr bohrende Fragen haben, wo können diese Sie antreffen?

R. Bohn: Gerne an unserem Stand auf der CCW in Halle 2, B23/B25. Interessenten melden sich am besten per E-Mail an vertrieb@enghouse.com. Ich freue mich aber auch auf Besucher meines Vortrages „Alles nur geCLOUD“. Ich gebe einen Ausblick auf die Entwicklung der Cloud-Technologie und wie sie sich im Contactcenter-Umfeld in rasantem Tempo weiterentwickeln und zunehmend unverzichtbar werden wird. ■

„ALLES NUR geCLOUD“

Rüdiger Bohn mit „Alles nur geCLOUD“

im CCW-Messeforum:

19. Februar um 14.30 Uhr in Halle 2

20. Februar um 15.00 Uhr in Halle 3



Rüdiger Bohn

Rüdiger Bohn ist seit Anfang 2018 Managing Director bei Enghouse Interactive. In seiner Position verantwortet der Sales- und Customer-Care-Spezialist die Regionen DACH, Benelux und Frankreich. Bohn will den Partnervertrieb weiter stärken und Enghouse langfristig sowohl bei Cloud- als auch bei On-Premises-Lösungen als Key Player für Customer-Experience-Lösungen etablieren.