

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology
Herausgeber: Swisscom
Band: 82 (2004)
Heft: 6

Artikel: Qualität zahlt sich immer aus
Autor: Freudiger, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876880>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Qualität zahlt sich immer aus

JÜRIG 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.

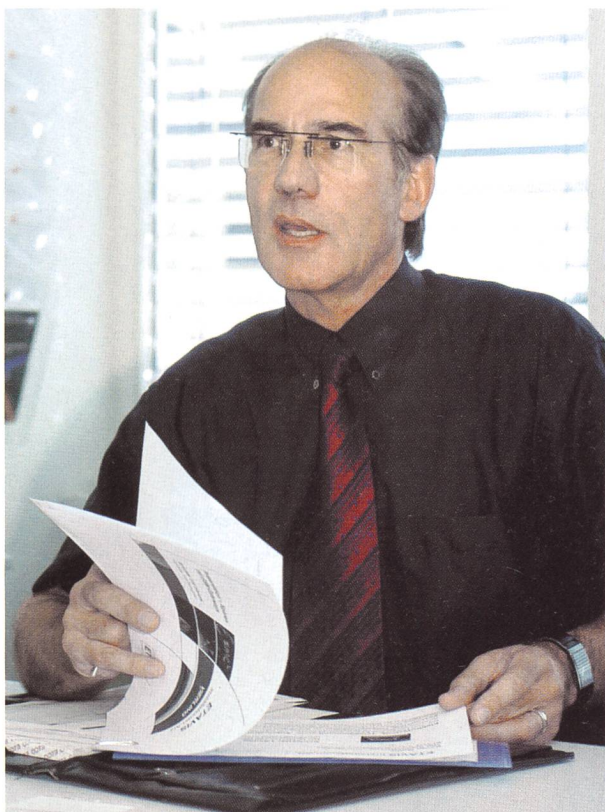
180 Fixnet-Leitungen

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 Markttöffnung 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 «Flex-Net»-Präsentation mit dem Pricing-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

Lösungen

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