

Serie: CallCenterProfis im Porträt

Rüdiger Wolf



Porträtreihe

Sie sind Zitate- und Impulsgeber, sie bringen die Branche voran und schaffen Arbeitsplätze. Man begegnet ihnen auf Kongressen und liest die Umsatzzahlen ihrer Unternehmen – die führenden Köpfe der Call Center-Branche sind bekannt und gefragt. Unbekannt ist zumeist, welche Werdegänge sie absolviert haben, welchen Philosophien sie anhängen, welche Haltungen sie pflegen, was für Menschen sie sind. CallCenterProfi hat deshalb eine Porträtreihe gestartet. Heute geht es um Rüdiger Wolf.

Er liebt das Ruhrgebiet. Er ist bekennender Verkäufer. Er mag niemanden unter der Brücke schlafen lassen. Und tanzt gern auf vielen Hochzeiten. Rüdiger Wolf, der Gründer, Geschäftsführer und Gesellschafter der TAS Unternehmensgruppe in Mülheim an der Ruhr, will bewegen, voranbringen und aktiv sein. Und an das Wort „Krise“ mag er nicht mal denken.

Sagen Sie mal, „sind Sie mit dem Pferd hier?“, fragte der Mann sein Gegenüber und schaute ihn lange an. Dabei hatte sich der junge Rüdiger Wolf, Jahrgang 1955, ganz gegen seine damalige Gewohnheit in Anzug und Krawatte geworfen, um beim Bewerbungsgespräch zu reüssieren. Bloß auf seine todschicken Stiefeletten hatte er nicht verzichtet, was prompt Anlass für den Kommentar gab. Es wurde ein knallhartes Bewerbungsgespräch, an dessen Ende Rüdiger Wolf einen neuen Job hatte, der ihn endlich in die ersehnte Welt des Verkaufens führen sollte.

„Ich bin Zeit meines Lebens ein Verkäufer gewesen und bin es noch“, sagt der Gründer, Geschäftsführer und Gesellschafter der TAS Unternehmensgruppe in Mülheim an der Ruhr. Zunächst einmal hat Rüdiger Wolf aber etwas ganz anderes gelernt, nämlich Energiegeräte-Elektroniker bei Dietz Computer Systeme in Mülheim. Vom ersten Tag seiner Ausbildung an wusste er: Das macht ihm keinen Spaß, ist langweilig, keine Herausforderung. Rüdiger Wolf wollte viel lieber kommunizieren, organisieren, unterwegs sein, verkaufen. Und er hatte als junger Mensch das erklärte Ziel, viel Geld zu verdienen. In seinem Lehrbetrieb stieß er mit solchen Vorstellungen auf taube Ohren, drum startete er nach absolvierter Ausbildung einen Bewerbungsmarathon. Doch: Ihm fehlten die kaufmännischen Kenntnisse und er erhielt Absage um Absage.

„Aber wenn ich etwas will, bin ich hartnäckig!“, erzählt Rüdiger Wolf. Diese Hartnäckigkeit zahlte sich aus und führte schließlich zu besagtem Stiefeletten-Bewerbungsgespräch bei der Höchst-Tochter Kalle infotec. Die Zusage hat sich für beide Seiten gelohnt: Rüdiger Wolf wurde so lange rauf- und runtergeschult, bis er später selbst als ausgebildeter Verkaufstrainer dem Nachwuchs das Verkaufen beibrachte. Der Bürokommunikationsanbieter Kalle infotec erhielt im Gegenzug einen Mitarbeiter, der immer „Hier!“ schrie, wenn es etwas zu tun gab. Der gebürtige Castrop-Rauxeler, der seit seinem fünften Lebensjahr in Mülheim lebt und von sich sagt: „ich bin mit Herz und Seele

Ruhrpöttler“, absolvierte eine steile Karriere. Er baute das Key Account Management auf, betreute das Großkundengeschäft und leitete nach rund zehn Jahren bei dem Höchst-Unternehmen schließlich ein eigenes Profit Center. Die Crux: Dort hatte er mehr mit Zahlen und Statistiken zu tun als mit Mitarbeitern und Kunden. Das ist Wolfs Sache nicht, und er sagte sich: „Wenn ich die Bedingungen nicht ändern kann, muss ich mich selbst ändern!“ Sein Plan: sich in der Sparte Bürokommunikation selbstständig zu machen. Doch dann kam ihm das Call Center-Business in Gestalt seiner damaligen Höchst-Kollegen Alfons Bromkamp und Georg Blömeke dazwischen, die gerade ein Telemarketing-Unternehmen gründen wollten.

Call Center? Das ist Müll!

„Ich habe gesagt: Das ist Müll!, denn ich hatte die Erfahrung gemacht, dass telefonisch vereinbarte Außendiensttermine nicht klappen“, berichtet Rüdiger Wolf in der Rückschau. Allerdings hat ihn Alfons Bromkamp so lange bearbeitet, bis er einwilligte, einen Vortrag des TAS-Gründers Günter Greff im Essener Sheraton zu besu-

„Wenn ich jemandem meine Kinder oder meine Kohle anvertrauen sollte, wüsste ich sie bei Rüdiger Wolf in guten Händen.“
Alfons Bromkamp

chen – fortan war es um ihn geschehen: „Dort habe ich gemerkt: Telemarketing ist nicht schlecht, ich habe bislang nur schlechtes Telemarketing erlebt! Dann war bei mir die Begeisterung da!“, sagt Rüdiger Wolf. Damals war die TAS noch ein Franchise-System (weswegen es heute noch ein paar TAS-Gesellschaften in Deutschland gibt, die aber abgesehen vom Namen nichts mehr miteinander zu tun haben). Georg Blömeke gründete TAS Puchheim, Alfons Bromkamp die TAS Bochum, bei der Rüdiger Wolf für kurze Zeit einstieg, bis er 1992 selbst die TAS Mülheim gründete.

Über ein Jahrzehnt später arbeiten die beiden wieder Seite an Seite: Alfons Bromkamp verkaufte später TAS

Bochum an Sykes und ist seit 2007 als Geschäftsleiter sowie Mitgesellschafter bei TAS Consulting und der von den Mülheimern Ende 2008 gegründeten TAS Görlitz bei Rüdiger Wolf mit im Boot. Die beiden kennen sich seit dem 1. Juli 1982. Bromkamp sagt über Wolf: „Wenn ich jemandem meine Kinder oder meine Kohle anvertrauen sollte, wüsste ich sie bei Rüdiger Wolf in guten Händen.“ Sie vertrauen sich blind, versichern beide. Und sie ertragen es auch, wenn der eine dem anderen die Wahrheit sagt. Die Unternehmensphilosophie ist für Rüdiger Wolf ein wichtiges Thema. Sie fußt unter anderem auf Wertschätzung und Verantwortung. Und natürlich gilt sie für jeden im Unternehmen gleichermaßen. „Man muss sich jederzeit gegenseitig zurückschmeicheln dürfen. Mir gelingt es ja auch nicht immer, nach den selbst gewählten Werten zu handeln, und dann muss jemand kommen und sagen: „Das war nicht wertschätzend!“, findet Rüdiger Wolf. Er fühle sich selbst weniger als Chef, sondern eher als Team-Mitglied. Das Unternehmen sei generell von sehr flachen Hierarchien geprägt. „Ja, das ist so!“, bestätigt Gaby Plewnia, die erste

und somit langjährigste Mitarbeiterin von TAS Mülheim überhaupt. Sie ist seit nunmehr 17 Jahren dabei, weil die Aufgaben vielfältig sind und das Betriebsklima „einfach gut“ ist. „Rüdiger Wolf steht mit allen in der Küche, hat immer ein offenes Ohr und auch eine offene Tür, egal ob es berufliche oder private Probleme gibt. Er nimmt sich selbst im größten Stress Zeit für ein Gespräch“, sagt sie. Gaby Plewnia hat Ende 2008 zuletzt als Projektkoordinatorin gearbeitet, ein Job, der auch mal länger als 40 Stunden dauern kann. Als sie ihn aus privaten Gründen nicht mehr ausüben konnte, hat man ihr einen 35-Stunden-Job in der Personalabteilung angeboten. „Ich glaube, es gibt wenige



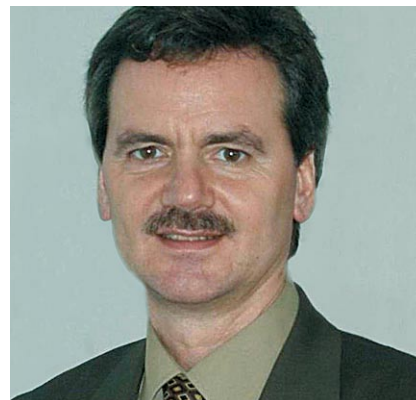
Unternehmen, die das machen“, sagt Gaby Plewnia.

Die TAS-Gruppe hat keinen Betriebsrat, denn „unsere Personalabteilung ist der beste Betriebsrat, den sich ein Mitarbeiter vorstellen kann“, sagt Rüdiger Wolf. Zudem sagt er: „Ich kann niemanden unter der Brücke schlafen lassen“. Man muss sich bei der TAS also schon einiges zuschulden kommen lassen, um seinen Job zu verlieren. Die Fluktuation liegt laut Eigenangaben bei unter fünf Prozent.

Als auch Rüdiger Wolf seinerzeit ein Angebot von Sykes bekam, an den US-Konzern zu verkaufen, lehnte er aus zwei Gründen ab: Erstens wollte er nicht als Angestellter arbeiten, zweitens wollte er seine Belegschaft nicht verkaufen. Die TAS-Gruppe ist Mitglied in der Christlichen Kooperationsbörse. Warum? „Die Idee ist gut. Und weil ich an Gott glaube. Ich brauche allerdings keine Kirche, um christlich mit Menschen umzugehen“, erklärt Rüdiger Wolf. Und: „Es ist immer sinnvoll, menschlich und fair mitein-

henden Kunden zu generieren. Und wenn diese beiden Punkte gut gelöst sind, kümmert man sich um die strategische Neukundengewinnung.

Um diese Aufgaben bestmöglich zu erfüllen, reicht laut TAS-Chef das Telefon als Marketinginstrument allein nicht aus: „Wenn Sie im Werkzeugkasten nur einen Hammer haben, kann Ihr Problem immer nur ein Nagel sein – das ist zu wenig.“ Also hat er die TAS Mülheim breiter aufgestellt und eine Unternehmensgruppe daraus geformt: Zuerst kam die TAS Consulting hinzu, später die Trainings-Unit, die sich um Rekrutierung, Training, Coaching und Personalüberlassung kümmert. Beides sind heute eigenständige Gesellschaften. Um die Auftraggeber ganzheitlich betreuen zu können, gibt es neben dem Communication Center noch Lettershop und Fulfillment sowie eine Database/IT-Einheit. „Damals wusste ich noch nicht, dass es Business Process Outsourcing ist, was wir machen“, sagt Rüdiger Wolf. Sein Anspruch ist es,



Rüdiger Wolf Mitte 2002. Damals wurde er zum Bereichsleiter Outbound-Telefonie beim CCBenchmarks e. V. gewählt.

Aus eigener Kraft

Die TAS Mülheim ist 1992 mit rund 15 Seats im Communication Center gestartet, heute sind es gut 200 Seats. Noch im zweiten Halbjahr 2009 sollen weitere 100 Plätze in Mülheim hinzukommen. Übrigens beschäftigt das Unternehmen nur fest angestellte Kräfte zu festen Gehältern und weder Freelancer noch 400-Euro-Kräfte. Auf die Frage, ob die TAS-Gruppe deshalb Ende 2008 einen Standort in Görlitz eröffnet habe, um Subventionen zu erhalten, antwortet Rüdiger Wolf mit Nachdruck: „Wir haben noch nie Subventionen bekommen, sondern machen alles aus eigener Kraft! Und wir sind auch nicht in den Ort gegangen, um dort billige Mitarbeiter zu bekommen; Räume und Personalverfügbarkeit sprachen für Görlitz.“

Rüdiger Wolf beurteilt es als „dramatisch“, wie einige Wettbewerber gerade in Görlitz mit den Menschen umgegangen sind; ein Call Center habe dort gleich mehrfach hintereinander Insolvenzen angemeldet; viele der Mitarbeiter hätten ihr Geld zu spät oder gar nicht bekommen, zudem hätten viele immer nur befristete Verträge erhalten, damit man sie im Falle des Falles schnell wieder loswerden kann. Derlei Vorgehen liegt ihm fern. Der mit 30 Plätzen gestartete Standort soll mittelfristig auf 80 Plätze wachsen – mit fest angestellten Mitarbeitern zu festen

„Rüdiger Wolf steht mit allen in der Küche, hat immer ein offenes Ohr und eine offene Tür.“
Gaby Plewnia, erste und dienstälteste TAS-Mitarbeiterin

ander umzugehen.“ Diese Haltung ist nicht mit Kumpelhaftigkeit zu verwechseln. Gaby Plewnia beispielsweise, die Mitarbeiterin Nummer eins, sagt über Rüdiger Wolf, er strahle eine natürliche Autorität aus. Er selbst sagt, er habe eine hohe Erwartung an Qualität und Loyalität.

Das Telefon ist nicht genug

Und natürlich ist er ein Verkäufer. „Im Leben geht’s immer ums Verkaufen!“, ist Wolf überzeugt. Die Kernaufgaben der TAS-Gruppe, die auf erklärungsbedürftige Produkte im B-to-B spezialisiert ist, lauten erstens: Kunden so zu bedienen, dass sie gehalten werden. Zweitens, Mehrumsatz mit beste-

mit hoher Lösungskompetenz fallabschließend zu arbeiten. Kurzfristige Geschäfte lehnt er ab; stattdessen arbeitet er beispielsweise mit dem Kunden Toshiba schon 17 Jahre lang zusammen, im Inbound und seit einiger Zeit auch sehr erfolgreich im Outbound-Sales. Thomas Kissel-Müller, Head of Strategic Business Development von Toshiba Europe, sagt: „Wir arbeiten sehr eng, sehr vertrauensvoll und sehr partnerschaftlich mit Rüdiger Wolf zusammen. Rüdiger Wolf ist offen, konstruktiv und bringt eigene Ideen und Vorstellungen ein. Es ist ein gegenseitiges Befruchten und nicht so, dass er nur Dinge ausführt – er bringt sie selbst mit voran!“

Serie: CallCenterProfis im Porträt

Sie wünschen sich ein bestimmtes Porträt eines „alten Hasen“? E-Mail an die Redaktion genügt!

Gehältern, versteht sich. Und was ist mit der Wirtschaftskrise? „Wenn ich nur noch Krise denke, bin ich in der Krise! Die Frage ist doch: Wo herrscht keine Krise? Wir wollen definitiv wachsen!“, sagt Wolf.

Wer auf das Xing-Profil von Rüdiger Wolf klickt, liest: Mitarbeiter für den Door to Door-Vertrieb gesucht – Raum Rhein/Ruhr. „Die Wertschöpfungskette endet beim Verkauf und der Direktvertrieb war die letzte Bastion, die wir noch nicht abgedeckt haben“, erläutert Wolf. Seit dem vergangenen Jahr sind TAS-Direktvertriebler unter anderem für ein EVU und einen TK-Anbieter unterwegs. Natürlich gab es auch in der Geschichte von TAS Mülheim den einen oder anderen Flop. So war etwa die Gründung des Standorts Oberhausen ein eher unschönes Kapitel. Rüdiger Wolf bewahrt dennoch seine Grundhaltung: „Ich begegne jedem Menschen erst mal positiv und lasse mir meine Lebenseinstellung nicht dadurch verderben, dass ich

manchmal enttäuscht werde.“ Er sagt von sich selbst, dass er ein extrem begeisterungsfähiger Mensch ist – nicht immer zu seinem Vorteil: „Ich tanze gern auf vielen Hochzeiten – und dann ist plötzlich alles zu viel und ich kann nichts richtig machen. Wenn Sie mich heute nach meinen Zielen fragen, können das morgen schon ganz andere sein. Das ist manchmal schwierig für die Mitarbeiter. Morgens habe ich drei Ideen und die anderen müssen sie mit Ruhe und Geduld umsetzen.“ Denn: Ruhe und Geduld gehören nicht zu den hervorstechenden Eigenschaften des TAS-Chefs. Er möchte gern etwas bewegen und voranbringen, und wenn das nicht funktioniert, verliert er schnell die Lust: So war er schon Gründungsmitglied und Vorstand der Kooperation Call Center-Benchmark oder im Bund mittelständischer Unternehmer oder im Marketing Club als Vorstand aktiv. Letztlich war ihm die Vereinsmeierei immer zu abstrakt. Er agiert lieber, als dass er

theoretisiert. Die Begeisterungsfähigkeit gilt übrigens auch für seine Freizeit: „Ob Ski oder Golf – sagen Sie mir was und ich bin dabei!“, sagt er. Fest steht: Er fotografiert sehr gern. Sein Sohn hat die Fotografie zum Beruf gemacht und beide gründen gerade gemeinsam mit drei weiteren Fotografen ein Unternehmen für Foto-Events. Fest steht auch: Rüdiger Wolf liebt das Motorradfahren. Seine letzte Tour ging durch Süditalien, im Jahr zuvor ist er mit der Harley durch die USA gefahren. Und natürlich muss er doch noch die Frage nach seinen unverrückbaren Zielen beantworten: Wolf „will einen ehrlichen und guten Job machen, positives Feedback bekommen und gute Qualität abliefern. Ich tue nichts, weil ich es muss, sondern weil ich es möchte. Geld ist nicht meine Motivation. Und es ist nicht Zielsetzung der TAS, unter die größten Fünf zu kommen. Qualität ist meine Messlatte. Und Spaß haben. Soviel wie möglich!“ ■ Vera Hermes

Punktlandung Dialog

Nürnberg,
24.-25.6.2009

mailingtage –
Fachmesse für
Direkt- und
Dialogmarketing

10 Jahre – die mailingtage feiern Geburtstag mit Action, Fun und Phantasie.

Deutschlands größte Fachmesse für Direkt- und Dialogmarketing lädt Sie ein zu den Jubiläumstagen. Freuen Sie sich auf innovatives Branchen-Know-how mit bewährt umfangreichem Rahmenprogramm. Und auf ein großes Stück vom Kuchen. **Bei der Geburtstagsverlosung warten besondere Überraschungen auf Sie!** Sichern Sie sich Ihr Wissens-Update und bestellen Sie am besten schon heute Ihre Messebox mit dem mailingtage-Katalog und Ihrer Eintrittskarte – so kommen Sie bestens vorbereitet auf den Geschmack der mailingtage.

Aktuelle Infos rund um die mailingtage und die Bestellung der Messebox erwarten Sie unter www.mailingtage.de