

regio.com auf Wachstumskurs

Wechsel im snt-Vorstand/Vertriebsoffensive mit digitalen Produkten

Einer der größten deutschen Service-Anbieter, die Magdeburger regio.com SE, richtet seine Geschäftsstrategie neu aus. „Mit der neuen regio.com-Cloud werden wir den Markt im Kundenservice verändern. Und passend dazu haben wir ein offensives, digitales Preismodell“, kündigte der geschäftsführende Direktor Joan Schlieker am Sitz des Unternehmens in Magdeburg an.

Der Call Center-Bereich, das regio.com-Kerngeschäft, werde neustrukturiert und ausgedehnt. Mit dieser deutlichen Neuausrichtung verfolge regio.com einen klaren Wachstumskurs, sagte Schlieker: „Mit Smart Home, eCommerce und der Digitalisierung aller Lebensbereiche wächst die Anforderung an den Service. Aus dieser gravierenden Änderung leiten wir bei regio.com den Anspruch als Outsourcing-Spezialisten ab: Wir gestalten den Service der Zukunft.“

Der neue Kurs geht einher mit Veränderungen in der Struktur des Unternehmensverbands der regio.com SE. Im Bereich Kundenservice werden künftig alle Aktivitäten gebündelt. Die operative Verantwortung für die Call Center-Standorte von snt und regio.com geht zum Jahreswechsel auf Dirk Moritz über, den COO im snt Vorstand. Moritz übernimmt damit auch den snt-Vorstandsvorsitz, den seit 2015 Florian Rietz innehat. Rietz verlässt das Unternehmen zum Jahresende lange geplant und auf eigenen Wunsch.

Unterstützt wird Dirk Moritz von Birgit Geffke, die neben dem Bereich Geschäftsentwicklung künftig auch Marketing und Vertrieb für den Firmenverband verantwortet.

Die neue regiocom-Strategie

Die Konzentration des Kundenservices ist Teil der neuen regiocom-Strategie, sagte Dirk Moritz. „Wir bündeln damit unser Service Center-Geschäft, das bisher zwischen regiocom und snt aufgeteilt war. Das erhöht deutlich unsere Flexibilität und wir können schneller auf Großaufträge auch neuer Kunden reagieren.“ Ziel sei es, die Leistungsfähigkeit im Kundenservice auf andere Branchen auszudehnen mit digitalen Lösungen wie der regiocom Service-Cloud. Moritz: „Das revolutioniert den Kundenservice: unsere Cloud bietet regiocom-Kunden ein offensives Preismodell und bisher nicht gekannte, höhere Flexibilität.“

Neue Produkte für den digitalen Markt

Damit startet regiocom auch eine Vertriebsoffensive. „Wir gehen im Februar mit neuen, digitalen Lösungen an den Markt“, kündigte Birgit Geffke an, die als Mitglied der Geschäftsleitung bereits die Geschäftsentwicklung verantwortet und jetzt auch die Bereiche Vertrieb und Marketing der regiocom SE übernimmt. Geffke: „Wir wollen mit unserer Art zu denken und zu arbeiten Maßstäbe setzen für den Service der Zukunft.“ Schwerpunktthemen im Vertrieb seien der Einsatz von Robotics, Vorhersage-Lösungen und ein modernes Opt-In-Werkzeug.

regiocom positioniert sich 2019 mit seiner Digital-Strategie als innovatives Unternehmen. Die neuen regiocom-Produkte werden nach dem Relaunch der regiocom-website im Februar und auf der E-world in Essen vorgestellt.

Der Umbau der regiocom SE zu einem Service Anbieter des Digitalen Zeitalters ist ein Meilenstein in der über 20 Jährigen Geschichte des Unternehmens. „Wir haben den Anspruch, die Besten in unserer Branche zu werden“, erklärte der geschäftsführende Direktor der regiocom SE, Joan Schlieker. Er bedauerte, dass Florian Rietz, der scheidende Vorstandsvorsitzende der snt AG, das Unternehmen auf dem Weg nicht weiter begleiten werde. „Florian Rietz hat mit seiner Arbeit und der Überleitung der snt zur regiocom einen wichtigen Beitrag für die großen Veränderungen geleistet, die wir jetzt weiter intensivieren.“

Florian Rietz gilt als langjährig und auch international erfahrener Unternehmensführer. Im Jahr 2015 wechselte er von arvato zur snt und übernahm in einer schwierigen Phase den Vorstandsvorsitz. In der folgenden Zeit hob er konsequent die Performance der snt, entwickelte hierbei wichtige Kundengeschäfte und wurde schließlich einer der zentralen Treiber des erfolgreichen Zusammenschlusses mit der regiocom. Rietz: „Ich freue mich, dass Geschäft, Standorte und das Team der snt nach der Integration von den Inhabern der regiocom langfristig weiterentwickelt werden. Ich persönlich werde mich nun neuen unternehmerischen Projekten widmen und wünsche dem gesamten Team viel Erfolg für die weitere Entwicklung.“

HINTERGRUND

Die regiocom-Geschichte

regiocom ist seit 1996 am Markt und startete als kleines Drei-Mann-Unternehmen. „Dass wir immer noch inhabergeführt sind, ist ein Alleinstellungsmerkmal, das unsere Kunden sehr zu schätzen wissen“, sagt der Gründer und geschäftsführende Direktor Sebastian Kerz. Mittlerweile arbeiten 5000 Mitarbeiter an 20 Standorten zwischen Varna am Schwarzen Meer und Hamburg an der Nordsee. 2017 hatte regiocom, die jetzt als europäische Aktiengesellschaft SE firmiert, den deutlich größeren Call Center-Anbieter snt übernommen und wurde damit zum größten inhabergeführten Anbieter von Service-Dienstleistungen in Deutschland.

Das regiocom-Geschäft

Schwerpunkt des Geschäfts ist Kundendienst vor allem über Call Center. Zu den Auftraggebern gehören die größten deutschen Konzerne in den Schlüsselbranchen Energie, Telekommunikation und Verkehr. regiocom gilt als Spezialist für Outsourcing von Massenprozessen mit Millionen von Personen- und Abrechnungsdaten. Mit den Entwicklungen aus dem regiocomLAB hat das Unternehmen immer wieder innovative Maßstäbe gesetzt. Aktuell entwickeln regiocom-Experten ein hochkomplexes Datenbanksystem, das als zentrale Informationsbasis für die Umsetzung der Energiewende eingesetzt werden soll.

Fotos für den Abdruck



Birgit Geffke



Dirk Moritz

Pressenanfragen bitte an

Michael Maack (Kommunikation)
+49 160 97098417
michael.maack@regiocom.com

Janet Watermann (Direktionsbüro)
+49 391 2436-1011
janet.watermann@regiocom.com

regiocom SE
Marienstraße 1
D-39112 Magdeburg

Und hier geht's zur regiocom Job-Offensive: veraenderung-lohnt-sich.de