

Über das T-ATM-Netz stellt T-Systems dem LVM-Firmennetz leistungsfähige Breitbandverbindungen zur Verfügung, über die nicht nur Daten- und Sprachanwendungen, sondern auch Videos transportiert werden können.

Auf diese Weise entsteht eines der weltweit größten privaten Netze auf ATM (Asynchronous Transfer Mode)-Basis. Diese Technologie ermöglicht die flexible Nutzung der Bandbreiten. Erstmals sorgen dabei T-ATM-Wählverbindungen für den direkten Verbindungsaufbau der einzelnen Standorte zur LVM-Zentrale in Münster. Damit kommt die Verbindung wie im Telefonnetz erst in dem Moment zustande, in dem etwa eine LVM-Agentur aus Köln mit den zentralen Datenbanken in Münster arbeitet. Das reduziert die benötigte Bandbreite in der Zentrale und die damit verbundenen Kosten. Zudem passt sich die Übertragungsgeschwindigkeit der jeweils genutzten Anwendung (Daten-, Sprach- oder Vi-

deoübertragung) individuell an. Auf diese Weise gelangen die Mitarbeiter aus der LVM-Agentur so rasch an die benötigten Informationen aus der Zentrale in Münster, als seien die Daten auf ihrem eigenen Rechner gespeichert.

Die neue Kommunikationsstruktur aus T-ATM und Mobile IP VPN verhilft der gesamten LVM zu mehr Flexibilität für ihre Kunden. „Schadensfälle regulieren wir im neuen Serviceverbund rascher, ohne diverse Rückfragen“, nennt Werner Schmidt ein Beispiel. Zudem beinhaltet die Rezentralisierung in Verbindung mit der „Thin Client“-Lösung administrative Vorteile gegenüber autarken UNIX- oder Client-Server-Architekturen. Netzaufwand und Verbindungskosten sind deutlich geringer. Und die neue Kommunikationsstruktur ist mühelos erweiterbar. „In einer Bewertung der Gesamtkosten rechnet es sich. Außerdem bietet sich die Lösung aufgrund ihrer Flexibilität auch wegen ihrer Leistungs- und

Zukunftsfähigkeit an“, so Werner Schmidt. Bis Oktober 2003 sollen alle 3 100 LVM-Standorte in die innovative Kommunikationslösung eingebunden sein. Der Endausbau der Konvergenz-Lösung ist zugleich für 4 500 mobile Systeme vorgesehen.

Die Kombination leistungsfähiger Technologien im Verbund von Festnetz (T-ATM) und Mobilfunk (Mobile IP VPN auf der Basis von GPRS) ist überall dort von Interesse, wo komplexe Daten für die optimale Kundenbetreuung direkt vor Ort zur Verfügung stehen müssen. Schließlich ist Kundennähe heute einer der wichtigsten Wettbewerbsfaktoren. „Wir werden die Kunden mit Schnelligkeit überraschen“, bringt Werner Schmidt den Nutzen auf den Punkt. ■

Weitere Informationen: T-Mobile Business Line 01 80/3 30 28 28 und bei T-Systems unter 08 00/8 79 78 36

Beteiligung an Call-Center-Kampagne

Krankenkasse BKK KM direkt macht bei Duisburger Internetauftritt mit

Die BKK KM direkt beteiligt sich an der Gemeinschaftskampagne der Duisburger Call-Center: Seit neuestem ist auch sie im Internet unter www.callcenter-in-duisburg präsent. Mit der Betriebskrankenkasse, deren Hauptverwaltung im Innenhafen sitzt, hat die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg mbH einen weiteren Partner gefunden, der Duisburg als Stadt qualitativ hochwertiger Call-Center verschiedenster Branchen repräsentiert.

Die BKK KM direkt ist eines der neuen großen Wachstumsunternehmen auf dem Markt der gesetzlichen Krankenversicherungen. Als bundesweit geöffnete Direktversicherung gehört sie in Deutschland zu den Betriebskrankenkassen, die sich offensiv dem Wettbewerb stellen.

„Die Teilnahme an der Call-Center-Kampagne ist im Zusammenhang mit der

Kooperation mit der Novitas Vereinigte BKK zu sehen, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, sich am Standort für und in Duisburg zu engagieren“, erläutert Annette Schuckardt, Pressereferentin der Betriebskrankenkasse.

Im Jahre 2000 ist die BKK KM direkt mit knapp 100 Versicherten gestartet. Heute zählt sie etwa 250 000 Versicherte und beschäftigt in Duisburg rund 200 Fachkräfte, davon 52 im Call-Center-Bereich. Weitere Mitarbeiter werden dringend für den Standort Duisburg gesucht.

Die Duisburger Wirtschaftsförderung möchte weitere Call-Center für den gemeinsamen Internetauftritt mobilisieren. „Das ist ein ideales Portal, um Duisburgs Kompetenzen im Call-Center-Bereich einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren“, so GFW-Geschäftsführer Ralf Meurer. Bereits Ende August 2002 hatten AOL, DDS Dresdner Direktservice und Sparkassen Broker auf Initiative der GFW die Informationskampagne gestartet, die neben dem gemeinsamen Internetauftritt auch eine Plakataktion umfasst. ■