

**Ferdi Akdag,  
customer care solutions**

1) Einerseits wachsen Bedarf und Nachfrage stetig, auf der anderen Seite wächst auch das Angebot fast explosionsartig. Daraus resultiert eine zunehmende Unübersichtlichkeit des Marktes, die den Preis als letztes Vergleichskriterium übrig lässt.

Große Konzerne, die in diesen New-Economy-nahen Bereich investieren, gehen mit großen Kapazitäten und extrem niedrigen Preisen in den Markt. Aber auch neu entstandene kleine Call Center versuchen über Niedrigstpreise Aufträge an Land zu ziehen. Deshalb werden die meisten kleinen und mittelgroßen Call Center irgendwann verschwinden. Übrig bleiben wahrscheinlich nur die ganz großen, die mit dem eigenen Konzern ein Grundgeschäft haben und Überkapazitäten am Markt zu besonders niedrigen Preisen anbieten, und kleine Nischen-Player, die spezielle und individuelle Kundenlösungen entwickeln.