

CCVNews

Die guten Nachrichten aus der Call Center Branche

3.11

Regulierung in der Callcenter Branche – Chance oder Bedrohung?





Der **CCV Quality Award**: Die Auszeichnung für Deutschlands beste Callcenter Organisationen

Servicequalität und Mitarbeiterorientierung sind die Themen im Kundenservice.

Der Call Center Verband Deutschland e.V. vergibt daher in der Fortsetzung des CCF Quality Awards (2003-2009) ab 2011 einmal jährlich den CCV Quality Award in zwei Kategorien. Ausgezeichnet werden Callcenter Organisationen für herausragendes Engagement bei Mitarbeiterorientierung und Kundenzufriedenheit. Ein „Preis der Jury“ für herausragende Leistungen auf anderen Gebieten ist optional.

Bewerben Sie sich jetzt in den Kategorien Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterorientierung unter www.quality-award.de!

DIE FAKTEN

Der Qualitätspreis für deutsche Callcenter Organisationen.

Bewerbungsschluss:

Mitarbeiterorientierung:
15. September 2011

Kundenzufriedenheit:

1. Oktober 2011

Preisverleihung:

15. November 2011 in Berlin

Jetzt bewerben unter: www.quality-award.de

Mit freundlicher Unterstützung durch:



Eine Qualitäts-Initiative des:





**Liebe Leserinnen,
liebe Leser,**



vor nunmehr acht Jahren entschied sich der Vorstand im Hinblick auf die damals anstehende Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ein entsprechendes Ressort im Verband zu schaffen. Diese Entscheidung hat Weitblick bewiesen. Getrieben durch nicht zu leugnende Missstände, genauso wie durch sachfremde Eigeninteressen kommt die Branche auch rechtlich nicht zur Ruhe.

Zurzeit steht nicht nur die zweite Novellierung des UWG's u.a. mit den Schwerpunkten schwebende Unwirksamkeit von telefonischen Verträgen, Bußgeld für unerlaubte Werbeanrufe im B-to-B-Bereich, sowie Erhöhung des Bußgeldes im B-to-C-Bereich auf der Agenda. Weitere nicht minder brisante Themen sind die kostenlose Warteschleife (Telekommunikationsgesetz), der Beschäftigtendatenschutz u.a. mit dem Schwerpunkten Monitoring und Gesprächsaufzeichnung (Bundesdatenschutzgesetz), sowie der Mindestlohn. Neben „Randerscheinungen“ wie der neuen EU-Verbraucherschutzrichtlinie oder der Verordnung über Informationspflichten für Dienstleistungserbringer ist die Zulässigkeit von Dialern immer wieder im Gespräch.

Dem Verband ist es in diesen Jahren gelungen, sich als kompetenter Ansprechpartner für Politik, Gesetzgeber und Interessengruppen zu positionieren, Aufklärungsarbeit zu leisten und zu sachgerechten Lösungen beizutragen. Allein die Sammlung und Auswertung der laufenden Informationen von Bundestag und Bundesrat, sowie deren Ausschüsse, der Fachministerien von Bund und Ländern, der Parteien und einzelner Politiker, der Branchen- und Verbraucherverbände und -vereinigungen nimmt monatlich mehrere Manntage in Anspruch. Ganz zu schweigen von Stellungnahmen, Gutachten, Gegenvorschlägen, Anhörungen, Interviews u.v.m.

Der Aufwand hat zwischenzeitlich ein Volumen angenommen, dass ohne das persönliche und wirtschaftliche Engagement der Mitglieder mit den vorhandenen Ressourcen nicht mehr zu bewältigen wäre. Die im laufenden Jahr zu den wichtigsten Themen eingeführten Fachkreise haben sich nicht nur bewährt, sondern insbesondere im Hinblick auf den enormen Arbeitseinsatz, die Fachkunde, die Effizienz und die Qualität der Ergebnisse jegliche Erwartung übertroffen.

An dieser Stelle möchte ich den Teilnehmern meinen ganz persönlichen Dank hierfür aussprechen. Mein Dank gilt natürlich auch den Mitgliedsunternehmen, die Ihre Mitarbeiter für die Teilnahme an den Fachkreisen zum Nutzen der gesamten Branche freigestellt haben. Auch wenn es als solche oftmals hingenommen wird, ist dies sicherlich keine Selbstverständlichkeit.

Ihr

Manuel Schindler

Vizepräsident Call Center Verband Deutschland e.V., Vorstand Recht und Regulierung



In dieser Ausgabe lesen Sie

Mindestlohn	ab Seite 5	Kostenfreie Warteschleife:	
„Mindestlohn: Ja, aber ...“	5	Technische Lösungsansätze	31
Mindestlohn ade?	7	IN-telegence-ACD zur Realisierung	
Qualität kostet!	9	kostenloser Warteschleifen	35
Krieg um kluge Köpfe	12		
Mindestlohn: Welche Varianten gibt es?	13	Wettbewerbsvorsprung durch Zertifizierung	35
EU-Verbraucherschutzrichtlinie	ab Seite 15	Arbeitnehmerdatenschutz	ab Seite 36
„Grüße aus Brüssel“	15	Qualität ohne Quality Monitoring?	36
Was bedeutet „Grundtarif“ rechtlich?	16	Arbeitskreis Recht & Regulierung:	
		Arbeitsgruppe Monitoring	37
Bestätigungslösung	ab Seite 17	Qualität braucht Raum!	39
Schwebende Unwirksamkeit:		Zu kurz gedacht	40
echter Verbraucherschutz?	17	Beim Datenschutz auf der sicheren Seite	43
Arbeitskreis Recht & Regulierung:			
Arbeitsgruppe Bestätigungslösung	19	Zertifizierungsvorhaben starten!	44
Bestätigungslösung? Nein, danke!	21	Hanseatische ZertifizierungsAgentur	45
		Ranga Yogeshwar auf KVD Congress	46
Kostenfreie Warteschleife	ab Seite 24	Verbesserung der Kundenbindung	47
Kostenfreie Warteschleife:		Internationalisierung im Customer Care	48
Konsequenzen und Forderungen	24	Richtlinienkonforme Dialertechnologie	49
Kostenfreie Warteschleifen		Allround-Dienstleister	49
bei Servicenummern	27	Unsere neuen Mitglieder	50
Arbeitskreis Recht & Regulierung:		Termine	51
Arbeitsgruppe Warteschleife	28	Facebook für die Callcenter Branche	51



„Mindestlohn: Ja, aber ...“

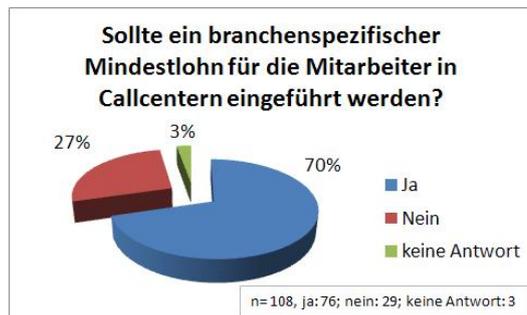
Ergebnisse der Onlinebefragung des Call Center Verbandes

Im Februar und März 2011 führte der Call Center Verband Deutschland e.V. eine branchenweite anonyme Onlineumfrage zum Mindestlohn durch. Hauptfragestellungen waren: „Braucht unsere Branche einen gesetzlichen oder tarifvertraglichen Mindestlohn?“ und „Wie sollte sich ein potenzielles Lohnminimum gestalten?“. 108 Teilnehmer, davon die Hälfte Mitglied im CCV, nutzten die Chance, Ihre Ansichten in das Meinungsbild einfließen zu lassen.

„Der Mindestlohn kann zu einer fairen und realistischen Preispolitik in der Branche führen und somit ein Hebel für qualitativ hochwertigere Dienstleistungen sein.“

„...um Wettbewerbsverzerrungen zu reduzieren und eine eigentlich positive Branche in ein besseres Image zu führen.“

„Um den heute noch deregulierten Callcenter-Markt sowohl unter betrieblichen als auch volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten aktiv und bewusst zu steuern, sind Mindestlöhne zwingend erforderlich.“



Ein Großteil der Befragten spricht sich für einen branchenspezifischen Mindestlohn aus, und das aus den vielfältigsten Gründen:

„Dumpinglöhne lassen qualifiziertes Personal nicht zu. „Schwarze Schafe“ schaffen hier ein Marktungleichgewicht.“



Hierbei votiert eine überwältigende Mehrheit für einen gesetzlichen Mindestlohn; sollte es einen tariflichen Mindestlohn geben, dann sollte dieser allgemeinverbindlich sein.



„Mindestlohn: Ja, aber ...“



Wenn ein gesetzlicher Mindestlohn für die Mitarbeiter in Callcentern eingeführt würde, dann sollte dieser nach dem Willen der Befragten im Mittelwert bei 8,60 € liegen, wobei hier die Werte sehr stark variieren.

Nach dem Willen von 66% der Befragten sollte der Call Center Verband Deutsch-

land e.V. die Arbeitgeberinteressen wahrnehmen wenn ein tarifvertraglicher Mindestlohn für die Mitarbeiter in Callcentern eingeführt würde. Bei der Frage, ob der CCV hierzu einen separaten Zweckverband gründen sollte, ergibt sich jedoch ein uneindeutiges Bild: 42% sprechen sich dafür aus, 53% dagegen.

Auf der kommenden Mitgliederversammlung des CCV im Rahmen der Herbsttagung & CC Science, welche am 15. und 16. November in Berlin stattfindet, wird es eine Abstimmung zur weiteren Vorgehensweise geben – machen Sie dort Gebrauch von Ihrer Stimme!



Mindestlohn ade?

Braucht unsere Branche einen Mindestlohn?

Von Jördis Oehme

Der für die Prüfung zuständige autonome Hauptausschuss beim Bundesarbeitsministerium sagt nein – die große Mehrheit der Teilnehmer unserer Mindestlohnbefragung sagt ja. Schon diese widersprüchlichen Antworten weisen darauf hin, wie komplex die Frage ist und dass es keine einfachen Antworten gibt. Denn Mindestlohn ist nicht gleich Mindestlohn. Die verschiedenen Varianten eines Mindestlohns inklusive der rechtlichen Grundlagen und Ausgestaltungsmöglichkeiten erläutert Ihnen CCV Vizepräsident Rechtsanwalt Manuel Schindler ab Seite 13 dieser CCV News.

Wie kam es zur aktuellen Entwicklung? Ende 2009 stellte die dbb Tarifunion einen Antrag auf Festsetzung eines Mindestlohns für die Callcenter Branche auf der Grundlage des Mindestarbeitsbedingungengesetzes (MiArbG). Laut MiArbG war es nun Aufgabe des Hauptausschusses für Mindestarbeitsentgelte im Bundesministerium für Arbeit und Soziales unter Vorsitz von Klaus von Dohnanyi, festzustellen, ob in unserem Wirtschaftszweig soziale Verwerfungen vorliegen und Mindestarbeitsentgelte

festgesetzt werden sollen. Soziale Verwerfungen liegen vor, wenn in dem betroffenen Wirtschaftszweig die Preisfindung für die Entlohnung bestimmter Tätigkeiten gestört ist und daher ein existenzsicherndes Einkommen der betroffenen Arbeitnehmer bei Vollzeittätigkeit nicht mehr garantieren kann.

In intensiven Gesprächen im Juni und Oktober letzten Jahres ließ sich von Dohnanyi vom CCV über die Situation der Callcenter informieren. Der CCV sah es in Folge der Gespräche als seine Aufgabe an, ein Meinungsbild der Branche zum Thema Mindestlohn einzuholen. Kernergebnis ist, dass sich ein Großteil der Befragten (70%) für einen branchenspezifischen Mindestlohn ausgesprochen hat. Die Befragungsergebnisse sollten Argumentationsgrundlage für die weiteren Gespräche des Verbandes mit dem Hauptausschuss und den Gewerkschaften sein. Doch soweit kam es zunächst nicht: Der Hauptausschuss lehnte am 7. Juli den Antrag der dbb Tarifunion zur Einführung eines Mindestlohns auf Grundlage des MiArbG ab. Zur Begründung führte der Vorsitzende Klaus von Dohnanyi an, dass die für die Einführung eines Mindestlohns im Gesetz verlangten sozialen Verwerfungen sich in der Branche nicht feststellen ließen. Ist das nun gut für uns oder schlecht?



**Jördis Oehme,
Managerin
Kommunikation
Call Center
Verband
Deutschland e.V.**



Mindestlohn ade?

Ist die entscheidende Chance vertan, den Blick der Öffentlichkeit auf unsere Branche zu verändern? Weg von mies bezahlten Telefonisten, die schlecht ausgebildet in Großraumbüros auf engstem Raum W-Lan-Anschlüsse an 80jährige verkaufen hin zu qualifizierten Kommunikationsspezialisten, die an ergonomisch gestylten hochmodernen Arbeitsplätzen besten Service liefern? Oder ist es nur ein Wunschdenken, dass sich eine Branche durch einen Mindestlohn einen besseren Ruf erarbeiten kann? Lesen Sie dazu unser Interview mit Ursula Steinmetz, Geschäftsführerin des Callcenter Betreibers VALUE5 Services GmbH.

Und immer noch stellt sich die Frage: Braucht unsere Branche einen Mindestlohn? Der Hauptausschuss regte an, dass sich Arbeitgeber und Gewerkschaften stattdessen auf Tarifverträge einigen sollten. Der Beamtenbund hat bereits einen neuen Versuch unternommen, Mindestlöhne für Callcenter durchzusetzen. In einem Brief an Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen fordert der DBB einen flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohn oder die „Verständigung auf ein neues Instrumentarium“.

Auch die Politik ist weiterhin aktiv: Aus einer kleinen Anfrage der Fraktion die

Linke an die Bundesregierung von Anfang August: „Inwiefern sieht die Bundesregierung die Politik in der Pflicht, Druck auf die Arbeitgeber auszuüben angesichts dessen, dass die Beschäftigten in der Branche unter den Niedriglöhnen leiden und der Steuerzahler, die Gesellschaft die Armutslöhne mit Millionen Euro aufstocken und wirtschaftlich fördern? Welche Initiativen will die Bundesregierung hier ergreifen?“

Nutzen Sie Ihre Stimme auf der Mitgliederversammlung des CCV und entscheiden Sie mit darüber, ob der Call Center Verband Deutschland e.V. zu Verhandlungen mit den Sozialpartnern einen separaten Zweckverband gründen soll und wie es auf dem Weg zum Mindestlohn weiter geht!

Sie haben die kontroverse Diskussion über die Notwendigkeit eines Mindestlohns in unserer Branche verpasst? Ein Blick in den **CCV Youtube Kanal** lohnt sich! Wir haben für Sie die Debatte mit Klaus von Dohnanyi von der CCV Frühjahrstagung 2011 eingestellt. Die ausführlichen Ergebnisse der CCV Mindestlohnbefragung finden Sie im Mitgliederbereich der Verbandswebsite unter Fachwissen/Callcenter Studien.



Qualität kostet!

Der CCV sprach mit Ursula Steinmetz, Geschäftsführerin des Callcenter Betreibers VALUE5 Services GmbH, über den Mindestlohn.

CCV: Frau Steinmetz, braucht unsere Branche einen Mindestlohn?

Ursula Steinmetz: Nicht alle Callcenter brauchen einen Mindestlohn. Das Lohnniveau der Callcenter Branche zeigt eine enorme Bandbreite. Viele Beschäftigte unterliegen bereits einem Tarifvertrag, da ihre Arbeitgeber einem Branchen-Tarifvertrag wie z. B. Banken und Versicherungen oder Groß- und Einzelhandel angeschlossen sind. Hier greift der Mindestlohn nicht. Anders sieht das bei den Callcenter Dienstleistern aus. Die wirtschaftliche Entwicklung dieses Sektors und der seit Jahren dort herrschende Preisdruck haben hier das Lohnniveau immer stärker unter Druck gesetzt. Hier macht die Diskussion um einen Mindestlohn Sinn.

Welche Vorteile hat ein Mindestlohn?

Alle in der Callcenter Branche tätigen Unternehmen leiden unter dem schlechten Ruf dieser Branche. Deutlich wird das an den Bemühungen gute und qualifizierte Mitarbeiter für diesen Bereich zu finden. Da werden mit viel Phantasie neue Bezeichnungen für das Callcenter entwickelt und nicht wenige Stellenanzeigen enthalten neben der Beschreibung der Tätigkeit auch eine Auflistung dessen, was dort nicht zu tun ist. Die Anerkennung eines Berufes wird über seine Bezahlung deutlich. Wenn der Beruf eines Callcenter

Agenten nur als Billigjob wahrgenommen wird, ist es sehr schwer qualifizierte Bewerber für diese Tätigkeit anzusprechen. Angesichts der demographischen Entwicklung und des Fachkräftemangels können sich das viele Unternehmen nicht mehr leisten. Guter Lohn steht darüber hinaus auch in direktem Zusammenhang mit der Qualität einer Arbeitsleistung. Die steigende Qualitätserwartung an die Callcenter findet leider häufig keine Entsprechung in der Preis- und Lohnentwicklung. Wer in den letzten zehn Jahren kontinuierlich für feste Kunden gearbeitet hat, wird dabei häufig erlebt haben, dass mit jeder neuen Vertragsverhandlung die Preise weiter nach unten gedrückt wurden. Das steht aber in krassem Gegensatz zu der Kostenseite. Wenn ein Dienstleister mit einer qualifizierten und stabilen Belegschaft arbeitet, werden seine Personalkosten steigen. Lange Betriebszugehörigkeit und gute Leistungen führen zu steigenden Löhnen. Die Möglichkeiten im Dienstleistungsbereich über Rationalisierung Kosten einzusparen sind begrenzt. Der Preisdruck führt also dazu, dass die Qualifikation der beschäftigten Mitarbeiter immer niedriger wird und ihre Verweildauer im Unternehmen immer kürzer. Ein einheitlicher Mindestlohn würde den Callcenter Dienstleistern die historische Chance geben diesen Kreislauf zu



Ursula Steinmetz



Qualität kostet!

durchbrechen. Die Auftraggeber müssten dann zwar mit steigenden Preisen rechnen, hätten dann aber auch wieder die Möglichkeit, die Qualität einzufordern, die sie für Customer Service und Vertrieb eigentlich benötigen.

In unserer Branche gibt es enorme Unterschiede bei den Anforderungen an die Mitarbeiter - wie soll das innerhalb eines Mindestlohns geregelt werden? Macht eine Staffelung Sinn?

Nein, aus meiner Sicht nicht. Ich halte den Mindestlohn als Untergrenze für wichtig. Die Löhne für weiterführende oder anspruchsvollere Tätigkeiten werden sich im Wettbewerb der Unternehmen um geeignete Potentiale von selbst entwickeln. Fachwissen und Know-how wird auch jetzt schon gut bezahlt. Ein Problem gibt es bei den einfachen Tätigkeiten, die überwiegend von ungelernten oder angelehnten Mitarbeitern ausgeführt werden.

Die Medien verlautbarten Anfang August einen neuen Mindestlohn in Höhe von 9,50 € für Gerüstbauer, die Mitarbeiter der Branche Wäschereidienstleistungen erhalten zwischen 6,75 € (Ost) und 7,80 € (West) Mindestlohn. Wo sollte ein Mindestlohn für die Callcenter Branche liegen?

Der Vergleich mit anderen Branchen macht das Dilemma der Callcenter Branche besonders deutlich. Lassen sich Callcenter Agenten mit Wäschereimitarbeitern oder Gerüstbauern vergleichen? Der Beruf des Callcenter Agenten ist anspruchsvoll, setzt viel Fachwissen voraus und die Mitarbeiter sind vielfältigen Belastungen ausgesetzt. Sie müssen sehr flexibel sein und sich an ständige Veränderungen anpassen. Das muss sich auch im Lohn niederschlagen. Die Callcenter Branche hatte hier aber schon immer das Problem, dass man gerade im Kundenservice den Nutzen, der mit dieser Tätigkeit erwirtschaftet wird, selten monetär belegen kann. Viele tendieren dazu Service als reinen Kostenfaktor zu sehen. Er erwirtschaftet keinen direkten Mehrwert und muss deshalb billig sein. Von dieser Betrachtungsweise sollten wir uns lösen. Deutschland braucht ein anderes Verständnis von Kundenservice. Bei der Diskussion um den Mindestlohn werden Zahlen von 7,50 € bis 9,50 € diskutiert. Die betroffenen Unternehmen wünschen sich einen niedrigen Mindestlohn, die Gewerkschaften einen möglichst hohen. Das liegt in der Natur der Sache. Wenn beide Seiten ein ernsthaftes Interesse an einer Lösung haben, wird sicher ein gangbarer Kompromiss gefunden werden.



Qualität kostet!

Besonders Callcenter Dienstleister geben an, keinen Mindestlohn in Höhe von 9,50 € zahlen zu können, da die Auftraggeber nicht bereit sind, höhere Preise zu bezahlen. Ist das die traurige Wahrheit oder eine willkommene „Ausflucht“?

Das beschreibt die aktuelle Situation. Wenn der Mindestlohn aber für alle Dienstleister bindend ist, und das ist für mich unabdingbare Voraussetzung für eine sinnvolle Einführung des Mindestlohns, dann entsteht für alle Dienstleister die gleiche, neue Ausgangsbasis und die Auftraggeber werden sich auf die neuen Kostenstrukturen einstellen. Wettbewerb kann auf unterschiedlichen Ebenen stattfinden. Da ist zum einen die Kostenebene. Hier findet der aktuelle Wettbewerb der Callcenter Branche überwiegend statt. Das Discount-Prinzip passt aber nur wenig auf die Anforderungen unserer Dienstleistungen. Dieses Prinzip ist anwendbar bei zu 100 % standardisierbaren Produkten und Vermarktungsstrategien. Mündliche Kommunikation ist aber nicht zu 100 % standardisierbar. Weitere Wettbewerbsfaktoren sind Qualität und Innovation. Eine Verschiebung des Wettbewerbsdruckes weg vom Preiskampf hin zu Qualität und Innovation würde die Callcenter Branche meiner Meinung nach stärken und auch langfristig ein gutes

Wachstumspotential bieten. Die Umbrüche im Medien- und Kommunikationsverhalten bieten hier neue Chancen.

Ist zu befürchten, dass Auftraggeber die Abwicklung Ihrer Volumina ins Ausland verlagern, wenn es zu einem hohen Mindestlohn in Deutschland kommen würde?

Es ist nicht auszuschließen, dass einige Projekte aufgrund höherer Kosten für die Auftraggeber nicht mehr wirtschaftlich sind und dann wegfallen. Es mag auch sein, dass die Auftraggeber verstärkt versuchen, automatisierte Serviceangebote zu platzieren. Es ist auch vorstellbar, dass die Auftraggeber und die Dienstleister noch einmal darüber nachdenken, Projekte ins Ausland zu verlagern. Die Einführung eines Mindestlohns mag also in Konsequenz zu einer leichten Reduzierung des Auftragsvolumens führen. Es stellt sich aber doch grundsätzlich die Frage, ob Aufträge, die hier nicht mehr gewinnbringend und in manchen Fällen auch nicht mehr kostendeckend durchgeführt werden können, überhaupt weiter betrieben werden sollen. Ich bin überzeugt davon, dass eine Hinwendung der Callcenter Branche zu Qualität und Innovation langfristig neue und interessante Geschäftsfelder eröffnen wird.



Advertorial

Krieg um kluge Köpfe

Viele Callcenter-Dienstleister brauchen keine neuen Aufträge, sondern neues, gutes Personal. Warum aber verkaufen die meisten Unternehmen zwar ihre Leistung am Markt hochprofessionell, gegenüber den Bewerbern dann aber nur noch laienhaft? Der SCOUT berichtet über Ideen und Lösungsansätze.

Die Callcenter-Branche hat bekanntermaßen einen nicht allzu guten Ruf. Zu Unrecht! Denn trotz der schwarzen Schafe – den Unternehmen mit eher zwielichtigem Geschäftsmodell – und den teilweise noch vorhandenen unterirdischen Serviceleistungen stellt man fest, dass in vielen Callcentern heutzutage auf sehr hohem Niveau gearbeitet wird. Vorbei sind die Zeiten, in denen es ausreichte zu wissen, wie eine Maus bedient wird oder wie herum ein Telefonhörer ans Ohr zu halten ist. Das Callcenter als Zufluchtsort für Studenten auf dem Sprung, die Hausfrau nach dem dritten Kind oder für einen Haufen gestrandeter Existenzen mag für Unternehmen mit mehreren Tausend Mitarbeitern noch Realität sein. Da es hier prozentual nicht ins Gewicht fällt, wenn auch mit eher eingeschränkten – zeitlichen oder persönlichen – Kapazitäten ausgestattete Arbeitnehmer das Feld bestellen. Aber in den vielen kleinen Dialogmarketing-Agenturen mit weniger als 100 Mitarbeitern hilft es niemandem weiter, einfach nur da zu sein und Adressen kaputtzutelefonieren, um sich so vor der Arbeitslosigkeit zu schützen.

Allein die Anforderungen: Multilingualität mit mindestens drei Sprachen, multi-skilled in den Feldern Design, IT, Marketing und Psychologie so-

wie natürlich grundsätzliche Multitaskingfähigkeit. Derartige Mitarbeiter wachsen nicht auf jedem Baum – und wenn endlich gefunden, lassen sie sich mit nur 6,50 € Bruttolohn nicht pflücken und auspressen.

Es stellen sich zwei entscheidende Fragen:

1. Wie findet man solche High-Potentials und
2. bindet sie dann auch noch erfolgreich, das heißt langfristig, an das eigene Unternehmen?

Baustelle: Stellenausschreibung

Mit der richtigen Stellenausschreibung fängt es an. Dieser Fallstrick bringt die Ersten ins Straucheln: „Callcenter-Mitarbeiter gesucht!“ ist nun mal eine äußerst bescheidene Umschreibung für einen Arbeitsplatz, an dem so viel mehr gefordert wird als ein paar Nummern richtig zu wählen und „Hallo, mein Name ist Lieschen ...“ zu sagen. Es gilt mit dem, was gefordert wird, nicht hinterm Berg zu halten. Existiert für zukünftige Mitarbeiter kein klares Anforderungsprofil, wartet die vakante Position vermutlich bis zum Sankt-Nimmerleins-Tag auf eine adäquate Besetzung. Eine klare Differenzierung zwischen „must have“ und „nice to have“ hat ebenfalls noch niemandem geschadet. Wer nicht sagt, was er will, bekommt eben nicht, was er braucht!

Sehen und gesehen werden

Gerade in Callcentern ist es gängige Praxis, ...

Weiterlesen können Sie hier: http://www.call-center-scout.de/images/stories/Ausgabe7/scout_7_kluge_koepfe.pdf

CallCenter
SCOUT

CallCenter SCOUT –
Die etwas andere
Fachzeitschrift
Hohenzollerndamm 27a
10713 Berlin

Tel.: (0800) 22 099 22
service@call-center-scout.de
www.call-center-scout.de



Mindestlohn: Welche Varianten gibt es?

Von Manuel Schindler

Nach einer Umfrage des Call Center Verband Deutschland e.V. befürwortet ein Großteil der Mitglieder die Einführung eines Mindestlohnes für die Branche. Offen ist neben der Frage der Höhe des Mindestlohnes dessen Form. Die Mindestlöhne in Deutschland bewegen sich je nach Branche und Region zwischen 6,36 € und 13,00 €. Die allgemeinen Mindestlöhne in Europa bewegen sich zwischen 9,50 € (z.B. Frankreich) und 0,65 € (Bulgarien).

Mindestlöhne werden unter sozial- und arbeitsmarktpolitischen Aspekten allgemein und in der Callcenter Branche kontrovers diskutiert. Um Missverständnissen und Wunschdenken vorzubeugen: Der Mindestlohn ist nicht die angemessene Vergütung für die Leistung der Mitarbeiter, sondern ein der Höhe nach festgelegtes, kleinstes rechtlich zulässiges Arbeitsentgelt. Implizit besteht er durch das strafrechtliche Verbot des Lohnwuchers (§ 291 StGB), sowie dem Verbot sittenwidriger Löhne (§ 138 Abs. 1 BGB).

Die Festsetzung kann durch eine gesetzliche Vorschrift oder durch einen allge-

meinverbindlichen Tarifvertrag erfolgen. In Deutschland ist die Tarifautonomie durch Artikel 9 Abs. 3 des Grundgesetzes garantiert. Die Regelungskompetenz liegt damit primär bei den Tarifparteien. Ein solcher Lohn tarifvertrag kann allerdings durch hoheitlichen Akt, die sog. Allgemeinverbindlichkeitserklärung, auch auf die tarifvertraglich nicht gebundenen Arbeitgeber und Arbeitnehmer dieser Branche ausgedehnt werden.

Für bestimmte Branchen ergibt sich dies aus § 3 Arbeitnehmer-Entsendegesetz (AEntG) in Verbindung mit § 5 Tarifvertragsgesetz oder in Verbindung mit einer nach § 7 AEntG erlassenen Rechtsverordnung. Diese Mindestlöhne gelten auch für (Leih-)Arbeitnehmer, wenn und solange sie durch ihren Arbeitgeber (Verleiher) einem anderen Arbeitgeber (Entleiher) überlassen werden, der in den Geltungsbereich eines Mindestlohns fällt (§ 8 Abs. 3 AEntG).

Für alle anderen Branchen können Tarifverträge nach § 5 Tarifvertragsgesetz für allgemeinverbindlich erklärt werden. Dieser gilt dann für alle branchenangehörigen Arbeitnehmer und Arbeitgeber, mit Ausnahme von nach Deutschland entsandten Arbeitnehmern und für Leiharbeitnehmer. Voraussetzung dafür



Mindestlohn: Welche Varianten gibt es?

ist u. a., dass die tarifgebundenen Arbeitgeber mindestens die Hälfte der in den Geltungsbereich des Tarifvertrags fallenden Arbeitnehmer beschäftigen (§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TVG). Die Allgemeinverbindlichkeit wird im Einvernehmen mit den Spitzenorganisationen der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer erklärt (§ 5 Abs. 1 S. 1 TVG).

Notwendige Voraussetzung ist allerdings immer, dass es überhaupt einen Tarifvertrag gibt. Dies ist in der Callcenter Branche noch nicht der Fall. Für diese Situation sieht das Gesetz über die Festsetzung von Mindestarbeitsbedingungen eine gesetzliche Grundlage zur Bestimmung von Mindestlöhnen unabhängig von Tarifverträgen vor. Hiervon hat die DBB Tarifunion unlängst Gebrauch gemacht. Der Antrag wurde jedoch mangels sozialer Verwerfungen abgelehnt.

Der tarifvertragliche Mindestlohn bietet den Beteiligten den Vorteil, unabhängig vom Willen der Politik eine für die Branche angemessene Regelung zu finden. Dabei können sowohl regionale Eigenheiten, als auch unterschiedliche Befähigungen und Anforderungen in einem Staffelsystem berücksichtigt und den jeweiligen Marktsituationen angepasst werden.

Allerdings macht der Mindestlohn nach dem Ergebnis der Mitgliederbefragung nur Sinn, soweit dieser auch allgemeinverbindlich wird. Der CCV Vorstand hat dies zum Anlass genommen, eine entsprechende Strategie zu entwickeln. Diese wird im Rahmen der Mitgliederversammlung zur Herbsttagung vorgestellt, diskutiert und ggf. verabschiedet.



„Grüße aus Brüssel“

Regulierung unserer Branche auf Europäischer Ebene

Von Jördis Oehme

Am 23. Juni wurde vom Europäischen Parlament die neue EU-Verbraucherschutzrichtlinie verabschiedet. Nach der formalen Genehmigung des vereinbarten Wortlauts durch den EU-Ministerrat im September und der Veröffentlichung der neuen Richtlinie im EU-Amtsblatt im Herbst dieses Jahres müssen die neuen Vorschriften bis Ende 2013 in innerstaatliches Recht umgesetzt werden.

Bestätigungslösung nicht EU-weit vorgeschrieben

In der Richtlinie enthalten sind auch einige Neuerungen, die unsere Branche betreffen werden. So sieht Artikel 8 zu den Formvorschriften bei Fernabsatzverträgen vor: „Für telefonisch abzuschließende Fernabsatzverträge können die Mitgliedstaaten vorsehen, dass der Gewerbetreibende dem Verbraucher das Angebot bestätigen muss und der Verbraucher erst dann gebunden ist, wenn er das Angebot unterzeichnet oder sein schriftliches Einverständnis übermittelt hat. Die Mitgliedstaaten können ferner vorsehen, dass solche Bestätigungen auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen müssen.“

Entscheidend ist hier das Wort können – die große Bestätigungslösung muss demnach nicht zwingend von jedem EU-Land eingeführt werden, findet sich jedoch im aktuellen Gesetzentwurf des Bundesrats, wenn auch in abgeschwächter Form, wieder.

Telefonische Kontaktaufnahme mit Gewerbetreibenden nur zum Grundtarif

Zu diskutieren sind die Vorgaben in Artikel 21, welcher die Telefonische Kommunikation behandelt: „Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Verbraucher nicht verpflichtet ist, bei einer telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Gewerbetreibenden mehr als den Grundtarif zu zahlen, wenn der Gewerbetreibende eine Telefonleitung eingerichtet hat, um mit ihm im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag telefonisch Kontakt aufzunehmen. [...]“

Wie ist rein rechtlich gesehen das Wort „**Grundtarif**“ zu definieren und was bedeutet „im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag“?

Lesen Sie dazu den Kommentar von Manuel Schindler auf der folgenden Seite.



Was bedeutet „Grundtarif“ rechtlich?

Von Manuel Schindler

Spannend ist in diesem Zusammenhang die Frage, wie rein rechtlich gesehen das Wort „Grundtarif“ zu definieren ist und was bedeutet „im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag“ bedeutet.

Im Zeitalter der Flatrates könnte der Grundtarif schlimmstenfalls bei 0,00 € gesehen werden. Aber auch bei Zugrundelegung der durchschnittlichen zeitabhängigen Tarife dürfte es in einzelnen 0180x-Bereichen, insbesondere bei Gesprächen aus den Mobilfunknetzen, zukünftig zu tariflichen Beschränkungen kommen.

Hinsichtlich des Merkmals „im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag“ reicht die Spanne der Interpretations-Möglichkeiten von der reinen Vertragsabwicklung bis hin zum Produktsupport.

Gerade im letzten Fall mag dies bei Gewährleistungsfällen richtig sein. Für den darüber hinaus gehenden Service könnte die Neuregelung zu untragbaren Kosten führen.

Die Einzelheiten werden wohl - wie so oft - der Rechtsprechung überlassen bleiben und zu Aha-Effekten führen.



Schwebende Unwirksamkeit: echter Verbraucherschutz?

Das Bundesministerium der Justiz hat im Frühjahr die Evaluation des Gesetzes zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen vorgelegt. Diese kommt zu dem Schluss, dass das Gesetz in weiten Teilen greift.

So habe die Zahl der nach § 7 Absatz 2 UWG unzulässigen Anrufe bei Verbrauchern im Laufe des Jahres 2010 der Tendenz nach abgenommen. Dagegen haben besonders die Beschwerden in den Bereichen Gewinnspiele und Lotterien und Wetten zugenommen, wo es auch häufig zu Betrugsstraftaten kam. Schlussfolgernd dazu im Bericht: „Deshalb lässt sich das Umfrageergebnis auch in der Weise deuten, dass die Zunahme krimineller Aktivitäten unseriöser Unternehmen einen wesentlichen Grund für die Höhe des Gesamtbeschwerdeaufkommens darstellt.“

Der CCV hat in seinem aktuellen Positionspapier (Anforderung Komplettfassung über die Geschäftsstelle) seine Forderung nach Schwerpunktstaatsanwaltschaften erneuert. Unserer Beobachtung nach werden Fälle oftmals nicht konsequent zu Ende ermittelt und verfolgt, weil die

Ausstattung und das Wissen um die komplexen technischen und rechtlichen Möglichkeiten nicht oder jedenfalls nicht ausreichend vorhanden sind. Die Bündelung der Strafverfolgung auf wenige, miteinander koordinierte Staatsanwaltschaften wird die Strafverfolgung wirksamer und effizienter machen.

Keine schwebende Unwirksamkeit von allen am Telefon geschlossenen Verträgen

Der am 27. Mai vom Bundesrat beschlossene Entwurf eines Gesetzes zur Fortentwicklung des Verbraucherschutzes bei unerlaubter Telefonwerbung sieht erneut eine Bestätigungslösung für am Telefon geschlossene Verträge, wenn auch in abgeschwächter Form, vor.

Eine Bestätigung wäre demnach nur nicht erforderlich wenn der Anruf vom Verbraucher ausgeht oder dem Unternehmen eine Einwilligung des Verbrauchers zu Werbeanrufen in Textform vorliegt. Den Unternehmer trifft im Streitfall hier jedoch die Darlegungs- und Beweislast. Das Risiko würde also alleinig der Unternehmer tragen, der eine Dienstleistung erbringt, ohne sicher sein zu können, ob er hierfür auch eine Vergütung erhält. In der praktischen Umsetzung würde eine solche Regelung also bedeuten, dass – um für



Schwebende Unwirksamkeit: echter Verbraucherschutz?

Unternehmen wie Verbraucher gleichermaßen Rechtssicherheit herzustellen – jeder telefonisch geschlossene Vertrag schriftlich durch den Verbraucher bestätigt werden müsste.

Der Verband lehnt die Einführung einer schwebenden Unwirksamkeit von allen am Telefon geschlossenen Verträgen grundsätzlich ab – eine Überregulierung würde zu Nachteilen sowohl für Verbraucher als auch für die Unternehmer führen. Laut Evaluationsbericht haben lediglich die Verbraucherbeschwerden in den Bereichen Gewinnspiele, Lotterien und Wettten zugenommen. Der CCV könnte sich vor diesem Hintergrund allenfalls eine auf diese Branche beschränkte gesetzliche Regelung vorstellen - entweder eine Bestätigungslösung oder alternativ die Gesprächsaufzeichnung für telefonisch vereinbarte Wett- und Lotteriedienstleistungen.

Der Call Center Verband Deutschland wirbt mit den proaktiv vorgebrachten Vorschlägen für eine verhältnismäßige

Lösung. Und findet Gehör: Am 6. Juli hat das Bundeskabinett die Stellungnahme der Bundesregierung zum Gesetzentwurf verabschiedet. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie signalisierte dem CCV, dass die Bundesregierung die „...vorgeschlagenen Einzelmaßnahmen überwiegend aus rechts- und wirtschaftspolitischen Gründen ablehne“. Sie unterstütze zwar das Anliegen, Rechtsverstöße im Zusammenhang mit Telefonwerbung zu unterbinden, lege jedoch Wert darauf, „...dass für bestehende Probleme passgenaue Lösungen entwickelt werden, damit der Regelungs- und Vollzugsaufwand für alle Marktbeteiligten in einem angemessenen Verhältnis zu rechtspolitischen Zielsetzung steht.“ Es bleibt also zu hoffen, dass die schwebende Unwirksamkeit nun endgültig „vom Tisch“ ist – der CCV wird weiterhin im Kontakt mit den politischen Entscheidungsträgern bleiben und unverhältnismäßige Regelungen zulasten unserer Branche und der Verbraucher zu verhindern suchen.



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Bestätigungslösung und ihre Motivation



**Dirk Egelseer,
Leiter aok teleservice defacto GmbH,
Syndikusanwalt:**

„Mit meiner Mitarbeit im AK Recht möchte ich meinen Teil dazu beitragen, die Positionierung des CCV in der politischen Wahrnehmung zu schärfen. Wichtig sind mir hierbei klare, aktive Positionierungen, anstatt nur dagegen zu sein. Wie die aktuellen Positionspapiere zeigen sind wir auf einem guten Weg.“



**Claudia Kalenberg,
Leiterin Regulierung, Recht und
Öffentlichkeitsarbeit,
IN-telegence GmbH:**

„Wir lehnen die Einführung einer schwebenden Unwirksamkeit für alle am Telefon geschlossenen Verträge grundsätzlich ab, weil die Evaluation eindeutig gezeigt hat, dass die gesetzlichen Änderungen zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung greifen und kein grundsätzlicher Regelungsbedarf hinsichtlich einer schwebenden Unwirksamkeit von am Telefon geschlossenen Verträgen besteht. Es ist deshalb selbstverständlich, dass wir uns auch im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens entsprechend engagieren.“



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Bestätigungslösung und ihre Motivation



**Sven Körting,
Justiziar,
Haspa-DIREKT:**

„Ich engagiere mich im Arbeitskreis Recht & Regulierung, da ich es als wichtig erachte die rechtlichen Interessen der Branche in einem schwieriger werdenden Umfeld zielgerichtet zu bündeln, um so die Branche weiterzuentwickeln und einer unreflektierten Überregulierung entgegenzuwirken.“



**Sören Schaaf,
Datenschutzbeauftragter &
IT-Security-Manager,
TAS AG:**

„Zum Teil wird bei gesetzlichen Regularien mehr geregelt, als ursprünglich gewollt war. Dies zeigt sich insbesondere an der geplanten Bestätigungslösung, welche geeignet ist, die komplette Tätigkeit der Callcenter Branche massivst zu verhindern. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, dass hier Branchenvertreter die Interessen der Branche positionieren und dadurch sinnvollen und konstruktiven Einfluss auf gesetzliche Regularien nehmen können.“



Bestätigungslösung? Nein, danke!

Von Sören Schaaf

Warum die Bestätigungslösung wieder den Weg in den aktuellen Gesetzentwurf zur „Fortentwicklung des Verbraucherschutzes bei unerlaubter Telefonwerbung“ fand und welche Konsequenzen der Callcenter Branche drohen: Rückblick und Ausblick.

Bis Mitte 2009 wurde das Opt-In zur telefonischen Kontaktaufnahme regelmäßig in Verbindung mit den AGB eingeholt. Demnach war quasi jede Kontaktaufnahme legitim, die den Kunden über interessante Angebote informierte. In der Konsequenz daraus wurde das Callcenter Geschäft zu extensiv betrieben. Dass dies nicht ohne Folgen für die Branche blieb, zeigt die umfassende Änderung der Gesetzeslage im Jahr 2009.

Ab diesem Zeitpunkt galten nur noch ausdrückliche Einwilligungen, welche gesondert von anderen Erklärungen freiwillig abzugeben waren, tatsächlich als rechtmäßig erhoben. Callcenter und Auftraggeber vermerkten nun die Einwilligung des Kunden entweder in einer Datenbank oder ließen sie sich vom Kunden nach vorheriger Einwilligung auf Band sprechen. Besonders das Opt-In-Voicefile gilt

bis heute als die beruhigende Kopfkissenmethode für sauberes und zukunftsweisendes Telefonmarketing.

Eine Folge der Gesetzesänderungen: Die Adresslieferantenbranche bewegte sich und generierte wild augenscheinlich saubere Opt-Ins über Gewinnspielseiten und andere Aktionen, was zu einer merklichen Verstimmung und immer lauter werdenden Rufen nach einer neuen gesetzlichen Regelung führte.

Im Ergebnis findet sich heute die Bestätigungslösung im Gesetzgebungsverfahren, die den nunmehr wieder extensiven Outboundaktionen ein für alle Mal den Riegel verschieben soll.

Wie sieht die vorgesehene Regelung nun aus?

Wenn dem Unternehmen keine Einwilligung des Verbrauchers in Textform vorliegt bzw. der Anruf nicht vom Verbraucher ausgegangen ist, soll ein am Telefon geschlossener Vertrag schwebend unwirksam sein. Der Verbraucher muss demnach nach dem telefonischen Kontakt dem Unternehmen seine Einwilligung in den Vertrag zusenden, damit dieser überhaupt wirksam wird.



Bestätigungslösung? Nein, danke!

Und welche Auswirkungen hat das?

Die angestrebte Lösung regelt unbestritten die Problematik aus der Wett- oder Lotteriedienstleistungsbranche, doch erfasst sie leider auch das gewöhnliche Outboundgeschäft. Mit Inkrafttreten der Bestätigungslösung wären nunmehr alle telefonisch geschlossenen Verträge schwebend unwirksam. Sollte das das Ziel sein?

Welcher Handwerksmeister ist in der Lage, nachzuweisen, dass ein Kundenauftrag aufgrund eines bei ihm eingegangenen Anrufes generiert wurde?

Welcher Kunde möchte vor dem Einstieg ins Taxi den telefonisch erstellten Transportauftrag schriftlich bestätigen?

Aber bleiben wir bei der von der geplanten Bestätigungslösung am stärksten betroffenen Callcenter Branche und deren Auftraggebern: Haben diese nach heutiger Gesetzeslage wasserdichte und beanstandungsfreie Opt-Ins des Kunden als Voicefile vorliegen, wäre dieses Potential nach Inkrafttreten der Bestätigungslösung quasi über Nacht nutzlos, da es eben nicht in Textform vorliegt und demnach nicht mehr zulässig wäre.

Die Folge: viele Auftraggeber müssen über Nacht ihre Outboundaktivitäten

einstellen. Dass sie diese Option heute schon mit bedenken, zeigt sich bislang in vielen Verträgen mit der Callcenter Branche, in denen ein sofortiger Ausstiegszeitpunkt vertraglich fixiert wird, sollte die Bestätigungslösung wirklich kommen. Die Auftraggeber wollen und können sich nicht mehr längerfristig an Contactcenter binden, wenn die Gefahr einer Bestätigungslösung immanent ist.

Was ist nun zu tun?

Wege, dies zu umgehen, gibt es einige, doch scheitert dies meist an Marketingmitteln. Man müsste nun seine Kunden postalisch kontaktieren und bitten, eine Einwilligung zur späteren Kontaktaufnahme in Textform abzugeben. Die Responsequote auf solche Vorhaben dürfte allerdings äußerst gering sein, von den Kosten ganz zu schweigen. Auch könnte auf anderen Wegen das Opt-In in Textform eingeholt werden (übers Internet, Fax, eMail, SMS), doch scheitert dies bislang oft an nicht vorhandenen technischen Lösungen.

Der drohende Verlust für den Dienstleistungssektor geht mit Sicherheit in die Milliarden. Für Contactcenter, welche ausschließlich oder überwiegend outboundlastig sind, bricht über Nacht ein Geschäftszweig weg, der im hart um-



Bestätigungslösung? Nein, danke!

kämpften Markt nicht ad hoc mit Aufträgen aus dem B2B-Sektor aufgefangen werden kann. Eine Schließung verschiedener Contactcenter wäre unausweichlich.

Daraus folgen geringere Steuereinnahmen durch geschmälerte Umsätze von Callcentern und ihren Auftraggebern, schlussendlich kommt es zum Arbeitsplatzabbau und damit verbunden zu Mehrausgaben im Arbeitsmarktsektor. Den Preis für die Bestätigungslösung zahlt letztendlich der Verbraucher selbst, entweder durch kompensierende Abgabenglast oder durch Verteuerung von Produkten proportional zu sinkender Servicequalität.

Fazit:

Die Bestätigungslösung ist nicht die ultima ratio, um die Interessen der Verbraucher nachhaltig zu schützen. Kommt die Bestätigungslösung, endet für viele Contactcenter das Betätigungsfeld im

Endverbraucherbereich von jetzt auf gleich. Unternehmen, die erheblichen Umsatz mit telefonisch geschlossenen Verträgen erwirtschaften, müssen entweder besser heute als morgen vorsorgen und sicherstellen, dass die Einwilligungen ihrer Kunden in Textform vorliegen oder Konzepte entwickeln, solche rechtssicher einzuholen. Geschieht dies nicht, ereilt sie der Wegfall eines Geschäftszweiges, was im Ergebnis zu Umsatzrückgang, Stellenabbau und Schließungen führt.

Sören Schaaf



Sören Schaaf ist Datenschutzbeauftragter und IT-Security-Manager bei der TAS AG, einem deutschen Dialogmanagement Dienstleister mit Sitz in Leipzig.

info@tasag.de
www.tasag.de



Kostenfreie Warteschleife

Konsequenzen und die Forderungen des CCV zu Nachbesserungen im Gesetzentwurf

Der aktuelle Gesetzentwurf der Bundesregierung, welcher am 12. Mai 2011 an den Ausschuss für Wirtschaft und Technologie des Deutschen Bundestages überwiesen wurde, sieht eine Reihe von Regulierungen vor, die die Wirtschaftlichkeit der Callcenter Branche in starkem Maße beeinflussen werden. Zudem wurden hier scheinbar verbraucherfreundliche Gesetzesänderungen entworfen, welche jedoch bei näherer Betrachtung keineswegs deutliche Verbesserungen für den Verbraucher bringen werden. In Abwägung von Wirtschafts- und Verbraucherinteressen fordert der CCV Nachbesserungen im Gesetzentwurf.

1. Gesetzliche Grundlage für Kostenlose Warteschleifen für Anrufe aus dem Mobilfunknetz

Die Politik hat sich sehr schnell für die Kostenfreiheit von Warteschleifen ausgesprochen, ohne die technische Machbarkeit in den Telekommunikationsnetzen (einschließlich der Mobilfunknetze) ausreichend zu prüfen. Aufgabe der Politik ist es nun, die Bundesnetzagentur zu ermächtigen und zu verpflichten, eine Lösung durch die Netzbetreiber anzuordnen, welche kostenlose Warteschleifen

auch aus dem Mobilfunknetz ermöglicht.

2. Berücksichtigung von Verbindungsaufbauzeiten bei kostenpflichtiger Fortführung der Wartezeit

Derzeit ist eine Übergangsregelung vorgesehen, nach der Warteschleifen zunächst nur in den ersten 120 Sekunden für den Anrufer kostenfrei sein müssen. Derzeit bereiten sich die Callcenter darauf vor, die technischen Voraussetzungen zu schaffen, die Verbindung erst nach den ersten zwei Minuten endgültig aufzubauen. Bei diesen Vorbereitungen ergibt sich ein Timing-Problem, welches dazu führen würde, dass Anrufer, die bereits seit zwei Minuten auf eine Anrufbearbeitung warten, unverrichteter Dinge mit einem Besetzt-Signal abgewiesen würden. Um dies zu vermeiden, sollten Diensteanbieter eine rechtssichere Möglichkeit bekommen, den Anruf etwas eher annehmen zu dürfen, als mit der Trennung der Verbindung durch den Netzbetreiber zu rechnen ist. Der CCV fordert aus diesem Grund die Reduzierung der verpflichtenden kostenfreien Wartezeit auf maximal 100 Sekunden.



Kostenfreie Warteschleife

Zusätzlich ist eine Regelung für eine verpflichtende Länge des Verbindungsaufbaus notwendig. Derzeit trennen einzelne Netzbetreiber den Verbindungsaufbau schon 90 Sekunden nach Signalisierung des Anrufwunsches. Dies würde dazu führen, dass Verbraucher mit einem Besetzt-Signal getrennt werden, obwohl der Diensteanbieter laut der gesetzlichen Formulierung noch Zeit zur vollständigen Übernahme des Calls hat.

3. Erlaubnis zur Registrierung von Rückrufwünschen

Nach dem heutigen Zeitplan des Gesetzes bleibt ein Risiko, dass mit Inkrafttreten der neuen Regelungen noch keine Möglichkeit des kostenfreien Wartens für Anrufer jenseits der Nutzung des verzögerten Connects existiert. Das würde bedeuten, dass die Verbindung nach ca. 100 Sekunden und bei nachgelagerten Warteschleifen bereits nach 30 Sekunden aktiv durch das Callcenter getrennt werden müsste, ohne dass das Anliegen des Anrufers behandelt werden konnte. Callcenter sollten im Sinne der Verbraucher die Erlaubnis haben, einen Rückrufwunsch des Anrufers entgegennehmen zu dürfen, auch wenn dieser Teil der Verbindung für den Anrufer kostenpflichtig ist.

4. Keine Beschränkung der so genannten Bagatellregelung

Von ganz besonderer Bedeutung für die Callcenter Branche ist, dass die vorgesehene so genannte Bagatellregelung, wonach Warteschleifen anlässlich einer Weitervermittlung weiterhin kostenpflichtig sein dürfen, wenn sie nicht länger als 30 Sekunden dauern, beibehalten und nicht auf eine einmalige Anwendung pro Verbindung beschränkt wird. Die Prozessabläufe im Callcenter sind so gestaltet, dass Kundenanliegen möglichst beim ersten Anruf abschließend bearbeitet werden können und sehen insofern bei komplexen Sachverhalten Weiterleitungen von einer Abteilung in die andere vor. Auch in Fällen, in denen der Verbraucher beispielsweise die falsche Hotline wählt, kann der erste Agent das Anliegen nicht bearbeiten. Er wird den Verbraucher daher in die richtige Kampagne weiterleiten, in der der Verbraucher neben weiteren Anrufern auf einen freien Agenten wartet. Die Weiterleitung während des Anrufs dient damit ausschließlich dem Interesse des Verbrauchers.

5. Streichung der Ansageverpflichtungen

Die Verpflichtung zur Ansage der voraussichtlichen Dauer der Wartezeit und der Hinweis, warum die Wartezeit für den An-



Kostenfreie Warteschleife

rufer kostenfrei ist, führen im Ergebnis zu einer Verlängerung der Wartezeit für den Anrufer. Die Ansage führt zudem zur Verunsicherung des Verbrauchers, sollte er nach dieser irrtümlicherweise davon ausgehen, dass nicht nur die Warteschleife sondern der gesamte Anruf kostenfrei ist. Eine Unterbrechung der Ansage führt zu Verunsicherung und zwangsläufig in ein verlängertes kostenpflichtiges Kundengespräch. Der CCV fordert deshalb die Streichung der Ansageverpflichtungen.

Zusammenfassung

Der Call Center Verband Deutschland e.V. unterstützt im Sinne der Verbraucher und der Callcenter Wirtschaft eine einfache und transparente Regelung zur Einführung kostenloser Warteschleifen. Der Verband fordert den Gesetzgeber nachdrücklich auf, die Grundlagen für eine einheitliche Lösung für alle Netze zu schaffen, einen verbindlichen Fahrplan für die technische Umsetzung vorzulegen und für den Verbraucher nachteilige Lö-

sungen aus dem Gesetzentwurf zu streichen. Derzeit arbeitet eine Arbeitsgruppe des Arbeitskreises Recht & Regulierung an der weiteren Ausformulierung alternativer Gesetzestexte, welche den politisch und gesetzgeberisch Verantwortlichen zeitnah zugesandt werden.

Die Forderungen:

- Kostenfreie Warteschleife auch für Anrufe aus dem Mobilfunknetz
- Kein Anrufabbruch nach 110 sek
- Kein Abbruch des Verbindungsaufbaus vor Ablauf der 120 sek
- Erlaubnis zur Registrierung von Rückrufwünschen
- First Contact Fix durch berechtigte Weiterleitungen
- Keine Verlängerung der Wartezeit durch Ansageverpflichtung

Das vollständige Positionspapier zur kostenlosen Warteschleife erhalten Sie hier.



Advertorial

Kostenfreie Warteschleifen bei Servicenummern

Nach aktuellem Stand ist es ab Januar kommenden Jahres soweit: Wenn Anrufer von kostenpflichtigen Servicenummern nicht sofort bedient werden können und zunächst in einer Warteschleife landen, dürfen die ersten 120 Sekunden dieser Wartezeit gem. TKG nicht mehr tarifiert werden. Soweit die Anforderungen in Phase I dieser Gesetzesänderung. In Phase II werden diese nochmals verschärft und es sollen keine Wartezeiten für Servicenummern mehr in Rechnung gestellt werden dürfen, auch nicht für Wartefelder bei der Weiterleitung zwischen zwei Agenten, wenn diese länger als 30 Sekunden sind.

Alle Contact-Center-Betreiber, die flexibel bleiben wollen und Ihre ACD und IVR selbst verwalten, sind auf die Angebote ihres Telefonie-Providers angewiesen. Doch mittlerweile gibt es eine Reihe von Providern, die bereits proaktiv über Lösungsmöglichkeiten zu diesem Thema informieren (z.B. DTMS).

Doch nicht nur Contact-Center-Betreiber und Telefonie-Provider müssen sich abstimmen: bei Outsourcern müssen auch die Auftraggeber mit an Bord; vor allem, wenn das Gesamtanrufvolumen (z.B. in Überlaufszszenarien) auf mehrere Vertragsunternehmen verteilt wird. So hält eine kleine, an sich überschaubare Gesetzesänderung eine ganze Branche „auf Trab“.

Hier stellt sich natürlich die Frage: Macht meine TK-Technik das auch alles mit?

Für die Phase I unterstützen einige wenige ACD-Anbieter bereits die Lösungen der Telefonie-

Provider. Schwieriger sieht es für die später geplante Phase II aus. Hier wird aus technischer Sicht nur eine Branchenlösung wirklich zum Erfolg führen. Unabhängig davon, wie die Lösung im konkreten Fall aussehen wird, sie verlangt der TK-Technik schon heute ein großes Maß an Flexibilität und Anpassungsfähigkeit ab. Besondere Herausforderungen ergeben sich, wenn mehrere Komponenten verschiedener Hersteller zusammenspielen und die implementierten Lösungen gemeinsam unterstützen müssen bis hin zum konsolidierten Reporting, das die geänderten Bedingungen reflektieren soll.

Interactive Intelligence hat hier bereits frühzeitig seine Aufgabe erkannt und das Customer Interaction Center (CIC) beginnend mit der Version 3.0 und auch in der neuen Release FOUR.0 (ab Sept. 2011) für die neue Gesetzeslage fit gemacht. Bereits heute werden Techniken wie „Deferred Answer“ und „Colored Ringback“ unterstützt.

Auch für die zukünftige Kommunikation mit dem IN Ihres Telefonie-Providers ist CIC dank Web Service Integration mittels SOAP und anderer Kommunikationsschnittstellen bereits heute gerüstet! Nicht zuletzt durch ein hohes Maß an Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bietet Ihnen das Customer Interaction Center von Interactive Intelligence die größtmögliche Investitionssicherheit! Darüber hinaus bietet Ihnen das CIC als All-In-One-Plattform-Lösung auch den entscheidenden Vorteil, dass alle Komponenten problemlos zusammenspielen: die mühsame Abstimmung mehrerer Systeme gehört der Vergangenheit an. Das alles bietet Ihnen CIC natürlich auch als CaaS-Lösung aus der Cloud. Selbstverständlich hochverfügbar, sicher und in Deutschland gehostet.



INTERACTIVE INTELLIGENCE
Deliberately Innovative

Interactive Intelligence
Germany GmbH
Gustav-Stresemann-
Ring 1
65189 Wiesbaden

Tel.: (0611) 609373-0
info.de@inin.com
www.inin.com





Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Warteschleife und ihre Motivation



**Katrin Albrecht,
Legal & Regulatory Affairs,
Datenschutzbeauftragte,
Competence Call Center Leipzig
GmbH:**

„Das Thema kostenfreie Warteschleifen und die damit einhergehenden Änderungen und Anforderungen im Callcenter Bereich haben in meinem Arbeitsbereich als Mitarbeiterin im Legal & Regulatory Affairs Team der Competence Call Center Gruppe eine wichtige Stellung. Daher engagiere ich mich zu diesem Thema im CCV.“



**Axel Gibmeier,
Business Development &
Partner Sales Manager,
dtms GmbH**

„Schon seit Sommer 2010 habe ich als Lösungsarchitekt bei dtms die Auswirkungen kostenfreier Warteschleifen für die eigenen Kunden analysiert – auf dieser Basis haben wir sehr unterschiedliche Handlungsalternativen erarbeitet und schon viele Kunden bei ihrer eigenen Positionierung kompetent beraten. Um die Erkenntnisse aus diesen Projekten in das Gesetzgebungsverfahren einzubringen und die Interessen der Callcenter zu vertreten, engagiere ich mich in diesem Arbeitskreis.“



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Warteschleife und ihre Motivation



**Ulrike Gramlich,
Bereichsleiterin Operations
Management,
Invoco Group:**

„Ich halte es für wichtig und notwendig, dass die Callcenter Branche sich an den Diskussionen zu rechtlichen Rahmenbedingungen beteiligt, die sie betreffen. Sich nur zu beschweren, anstatt mitzuwirken, ist nicht sinnvoll. Um aktiv mitgestalten zu können, engagiere ich mich daher im Rechtskreis.“

(Ulrike Gramlich ist auch Mitglied der Arbeitsgruppe Monitoring)



**Claudia Kalenberg,
Leiterin Regulierung, Recht und
Öffentlichkeitsarbeit,
IN-telegence GmbH:**

„Als auf individuelle Geschäftskundenlösungen spezialisierter Telekommunikationsnetzbetreiber ist es für uns selbstverständlich, dass wir uns im Interesse unserer Kunden für wirtschaftlich akzeptable und praktikable Regelungen engagieren. Speziell bei Warteschleifen kommt hinzu, dass wir diese für unsere Kunden später unter bestmöglichen Voraussetzungen realisieren möchten.“



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Warteschleife und ihre Motivation



**Alexander Ditscheid,
Leiter Recht & Regulierung,
NEXT ID GmbH**

„Die rechtlichen Themen im Bereich der Callcenter werden zunehmend komplexer. So beschäftigt z.B. das Thema Warteschleifen die gesamte Wertschöpfungskette der Callcenter Branche bis hin zu den Telekommunikationsunternehmen. Das Engagement des Arbeitskreises Recht und Regulierung des CCV hilft die Situation für die Mitgliedsunternehmen positiv zu beeinflussen und marktgerecht für alle Seiten zu gestalten. Hierzu möchte ich gerne einen Beitrag leisten.“



Kostenfreie Warteschleife

Mögliche technische Lösungsansätze zu den Anforderungen des Gesetzes

Von Axel Gibmeier

Die im Gesetzentwurf vorgesehenen Regelungen zu kostenfreien Warteschleifen stellen die Diensteanbieter im Wesentlichen vor drei Herausforderungen, für die es praktikable Lösungsansätze gibt, wie erste Erfahrungen zeigen: Erstens die Realisierung der Kostenfreiheit vor der ersten Bearbeitung durch eine verzögerte Rufannahme, zweitens die Umsetzung der Anforderungen an Warteschleifen bei der Weiterleitung und drittens die Umsetzung der Informationspflichten für den Anrufer in Warteschleifen.

1. Kostenfreies Warten durch verzögerte Rufannahme

Zur Realisierung des kostenfreien Wartefeldes vor der ersten inhaltlichen Bearbeitung des Anruferanliegens bietet sich bis auf Weiteres nur das sogenannte „Verzögerte Connect“ an: Hierbei werden die eigene TK-Anlage bzw. ACD so konfiguriert, dass sie den Anrufer quasi noch im Klingelmodus vor der Anlage warten lassen und erst bei Verfügbarkeit eines Agenten den Anruf endgültig annehmen. Wichtig ist, dass die Suche nach freien Ressourcen (Skill-Based Routing etc.) schon mit dem Klingelmodus startet, noch

bevor die Verbindung endgültig aufgebaut ist. Die TK- und ACD-Hersteller arbeiten seit einigen Monaten daran, dies zu unterstützen – und in den allermeisten Fällen sind heute die Lösungen bereits verfügbar. Während des Wartens auf einen freien Agenten soll der Anrufer natürlich Audiofiles oder Wartemusik hören. Dies ist in der Tat in vielen Fällen eine neue Anforderung an die TK- und ACD-Systeme.

Wartemusik aus der eigenen Anlage

Damit diese Wartemusik aus dem eigenen TK-System gespielt werden kann gibt es zwei Voraussetzungen: Erstens muss das eigene TK-System überhaupt so konfiguriert werden können, dass es noch vor dem endgültigen Rufaufbau das Audio einspielen kann. Dies ist in den ISDN- und SIP-Protokollen sowie auf den in TK-Systemen häufig eingesetzten CAPI-Schnittstellen zur systeminternen Programmierung grundsätzlich vorgesehen und möglich, doch muss es von einigen Herstellern noch implementiert werden. Darüber hinaus muss zweitens der Telefonanschluss des lokalen Teilnehmernetzbetreibers in dieser Rufaufbauphase die Musik vom TK-System auch zum Anrufer durchlassen. Die schlechte Nachricht: Es gibt bereits Erkenntnisse, dass min-



Kostenfreie Warteschleife

destens ein marktführender Teilnehmer-netzbetreiber dies nicht unterstützen wird. Die gute Nachricht: Es gibt schon positive Erfahrungen mit anderen Teilnehmer-netzbetreibern, bei denen die Anschlüsse entsprechend konfiguriert werden können. Um das Zusammenspiel der Konfiguration des eigenen TK-Systems mit dem eigenen Teilnehmeranschluss einmal testen zu können, bietet der Mainzer Servicenummern-Spezialist dtms allen Mitgliedern des Call Center Verbands kostenfrei und unverbindlich die Einrichtung von Testrufnummern an, Kontaktdaten finden Sie am Ende des Beitrags.

Wartemusik aus dem Netz

Gelingt es nicht, die Wartemusik aus der eigenen Anlage so zu spielen, dass der Anrufer sie auch hören kann, gibt es die Möglichkeit, die Wartemusik aus dem Netz des IN-Anbieters (Intelligentes Netz) spielen zu lassen, bei dem die Service-Rufnummer eingerichtet ist. In diesem Fall signalisiert die eigene Anlage ein einfaches Freizeichen, während sie im Hintergrund schon einen freien Agenten sucht. Ähnlich den aus Mobilfunknetzen bekannten Ring Back Tones ersetzt der IN-Betreiber das Freizeichen dann durch die vom Callcenter vorgegebenen Audiofiles.

2. Kostenfreie Warteschleifen bei Weiterleitungen

In Phase 2 des Gesetzes, die möglicherweise zum Jahreswechsel 2012/13 in Kraft tritt, müssen Warteschleifen nicht nur vor der ersten inhaltlichen Bearbeitung sondern dann auch bei jeder Weiterleitung für den Anrufer kostenfrei sein. Hierzu müssen insbesondere bei den bestehenden 0180-Gassen und grundsätzlich in den Mobilfunknetzen überhaupt erst einmal die Voraussetzungen geschaffen werden. Konkret müssen die entsprechenden Standards für erforderliche neue Abrechnungsverfahren technisch neu definiert und anschließend von allen TK-Anbietern in den lokalen TK-Systemen und von Netzbetreibern in allen Netzelementen und Billingssystemen implementiert werden. Marktbeobachter sind sich aufgrund der Komplexität der technischen Rahmenbedingungen – und nicht zuletzt auch aufgrund verschiedener Geschäftsinteressen der Marktteilnehmer – einig, dass entsprechende Verfahren nicht rechtzeitig zum Inkrafttreten von Phase 2 des Gesetzes zur Verfügung stehen werden. Während die Umsetzung der Kostenfreiheit also von den Diensteanbietern eigentlich tatsächlich präferiert wird (und werden sollte), bleibt allen Beteiligten erst einmal wohl nur, sich mit Plan B zu beschäftigen:



Kostenfreie Warteschleife

Die Option, dass bei einer Weiterleitung die Wartezeit bepreist sein darf, sofern sie kürzer als 30 Sekunden ist, ist im neuesten Gesetzentwurf weiterhin enthalten – allerdings nur noch einmal pro Anruf erlaubt. Immerhin – somit kann die Weiterleitung vom First in den Second Level noch sinnvoll organisiert werden.

Bei IVR faktisches Verbot von Wartezeiten im Second Level

Viel gravierender ist aber, dass diese 30 sekündige Weiterleitung nur noch einmal pro Anruf erlaubt sein soll: Setzt nämlich das Callcenter eine IVR zur Vorqualifizierung des Anrufs ein, fällt schon die Wartezeit auf den First Level unter diese Regelung. Damit wird defacto eine Weiterleitung von einem First Level in den Second Level in diesen Fällen mit IVR unmöglich, solange der Markt keine Branchenlösung zur tatsächlichen Realisierung der vom Gesetzgeber eigentlich gewünschten Kostenfreiheit im Wartefeld implementiert hat. Noch einmal ganz deutlich: Der Second Level dürfte dann nur noch ohne jede Wartezeit oder über Rückrufe organisiert werden!

Aus diesem Grund versucht der Call Center Verband mit Nachdruck, im Bundeswirtschaftsministerium und bei den politischen Entscheidungsträgern diese

Regelung zu entschärfen, so dass hoffentlich wenigstens im Fall des Einsatzes einer Vorqualifizierungs-IVR auch bei Weiterleitung vom First in den Second Level das Wartefeld bepreist sein darf, wenn es kürzer als 30 Sekunden ist.

3. Ansage der voraussichtlichen Wartezeit

Die Verpflichtung, den Anrufer zu Beginn der Warteschleife über die Kostenfreiheit und die voraussichtliche Wartezeit zu informieren, ist auch auf Wunsch des Call Center Verbands im aktuellen Gesetzentwurf gelockert worden: Diese Vorschrift trifft nun nur noch für die erste Warteschleife in einem Anruf zu. Dies vereinfacht die Realisierung von Weiterleitungen zum Second Level oder zu anderen Experten im Unternehmen sehr. Doch weiterhin muss sich der Diensteanbieter Gedanken machen, wie er die Ansage der voraussichtlichen Wartezeit im ersten Wartefeld realisieren möchte. Offen lässt das Gesetz, mit welcher Genauigkeit die Vorhersage zutreffen muss. Ob es allerdings im Sinne des Diensteanbieters ist, stets nur anzusagen „die voraussichtliche Wartezeit beträgt weniger als zwei Minuten“, muss jeder für sich entscheiden. Moderne TK-Systeme berechnen bereits die voraussichtliche Wartezeit.



Kostenfreie Warteschleife

Erfahrungen aus ersten Projekten

dtms steht bereits seit Anfang des Jahres im engen Kontakt mit zahlreichen Kunden und Marktteilnehmern und diskutiert die verschiedenen Reaktionen und Handlungsoptionen basierend auf den Gesetzesentwürfen. Die Erfahrungen zeigen, dass die allermeisten Diensteanbieter die Komplexität der Entscheidungsfindung, wie konkret die oben genannten Anforderungen des Gesetzes zu realisieren sind, deutlich unterschätzen, am Ende aber dann doch schnell zu praktikablen Lösungen kommen.

Erst in intensiven Workshops, die wir mit zahlreichen Diensteanbietern – oft im Beisein der jeweiligen Callcenter Dienstleister und TK-Ausrüster – durchgeführt haben, hat sich den Teilnehmern die wirkliche Komplexität der Anforderungen bezogen auf das eigene Projekt offenbart: Spätestens wenn mehrere Dienstleister oder Standorte in einem Projekt arbeiten, sind die jeweiligen technischen Möglichkeiten oft sehr unterschiedlich – und oft sind es die intelligenten Funktionen aus dem Netz, die dann die Orchestrierung der verschiedenen Anlagen gewährleisten müssen, damit trotz eingeschränkter Handlungsfreiheit in der Technik eines Standortes der Dienst für den Anrufer homogen erbracht werden kann. Auch

die verschiedenen Möglichkeiten, die Einhaltung der 30-sek-Regel bei der Weiterleitung technisch sicherzustellen, bietet viel mehr Freiheitsgrade als viele Workshopteilnehmer das vorab gedacht hätten. Doch die Erfahrungen sind dennoch sehr positiv: Bisher ist es in allen Fällen gelungen, die Komplexität durch Streichung zahlreicher für den Kunden nicht praktikabler Lösungsansätze schnell zu reduzieren, so dass bisher für jeden Kunden innerhalb eines eintägigen Workshops praktikable Lösungen und Handlungsempfehlungen herausgearbeitet werden konnten.

dtms bietet solche Workshops für CCV Mitglieder bis zum 15.10.2011 zu reduzierten Kosten an und verlost einen Workshop unter allen Interessenten, die sich bis zum 20.09.2011 beim CCV gemeldet haben.

Axel Gibmeier



Axel Gibmeier ist Business Development und Partner Sales Manager bei der dtms GmbH, einem Dienstleister für Mehrwertdienste mit Sitz in Mainz.

axel.gibmeier@dtms.de
www.dtms.de

Advertorial

IN-telegence-ACD zur Realisierung kostenloser Warteschleifen

Die zu erwartenden gesetzlichen Vorschriften zur Realisierung kostenloser Warteschleifen werden viele Callcenter veranlassen, ihr Kommunikations- und Rufnummernkonzept insgesamt zu überdenken. Der Zeitrahmen zur Umsetzung der Vorschriften ist kurz und weitere Neueregungen anlässlich bereits verabschiedeter aber noch nicht in nationales Recht umgesetzter EU-Vorschriften sind zu erwarten.

Die Unternehmen stehen damit vor der großen Herausforderung, Warteschleifen kostenfrei zu realisieren und hierfür möglichst zukunftsorientierte Investitionen zu tätigen. Aufgrund bereits vor einigen Jahren konsequent in den Ausbau einer modernen Infrastruktur, das Next Generation Networks, getä-

tigter Investitionen, kann IN-telegence seinen Kunden heute umfassende und innovative Lösungen zur Optimierung ihrer telefonischen Geschäftsprozesse aus einer Hand anbieten. Diese reichen von Lösungen zur Realisierung kostenloser Warteschleifen über netzbasierte ACD-Leistungen, bei denen eingehende Telefongespräche intelligent geroutet und zu Callcenteragenten vermittelt werden, bis hin zur virtuellen Telefonanlage im Netz. „Wir sind davon überzeugt, dass unsere innovativen Netzprodukte IN-acd und IN-virTel unseren Kunden die für die Zukunft benötigten Leistungsreserven geben. Über die IN-acd sind nicht nur die Leistungsmerkmale lokaler ACD-Systeme auf Mietbasis zu nutzen, sondern auch kostenlose Warteschleifen realisierbar“, so Axel Schmitz-Tewes, Produktleiter IN-virTel.



IN-telegence GmbH
Oskar-Jäger-Straße 125
50825 Köln

Tel.: (0221) 2601500
vertrieb@in-telegence.net
www.in-telegence.net



Advertorial

„ECCCO Contact Centre:Certification“:

Wettbewerbsvorsprung durch Zertifizierung

Das Contact Center ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens – hier treten Ihre Kunden mit Ihnen in Kontakt und umgekehrt. Anhand eines anerkannten Zertifikates lässt sich ein hochwertiger Service von Dienstleistungen nachweisen und verschafft so auch einen Marktvorteil. Details unter: www.cc-certification.org.

Um den Qualitätsstandards der Branche gerecht zu werden, gibt es seit 2009 eine Europäische Norm, die EN 15838, welche den Benchmark für die Contact Centre Branche vorgibt. Verschaffen Sie sich einen Überblick zur **ECCCO EN 15838:Certification** - ein Joint-Venture von ECCCO (European Confederation of Contact Centre Organisations) und Austrian Standards.

Kommen Sie mit uns persönlich ins Gespräch
Besuchen Sie uns auf der Fachmesse **contact**



center trends am 28. und 29. September 2011 in Frankfurt. Vereinbaren Sie jetzt gleich einen kostenlosen Beratungstermin in unserer Beratungs-Loge (2. OG, Nr. 2.31) und sichern Sie sich einen **Gutschein** für Ihren kostenfreien Besuch der Fachmesse inklusive Keynote Arena. Wenden Sie sich dazu an Frau Gabrijela Grujin (Foto).



Austrian Standards plus GmbH
Heinestraße 38
A-1020 Wien

Gabrijela Grujin
Tel.: +43 1 213 00-814
gabrijela.grujin@as-plus.at
www.cc-certification.org





Qualität ohne Quality Monitoring?

Der CCV begrüßt das Anliegen der Bundesregierung, im Rahmen des aktuellen Gesetzentwurfes den wichtigen Bereich des Arbeitnehmerdatenschutzes klarzustellen. Der Gesetzentwurf beachtet jedoch nicht die Anforderungen, die Wirtschaft und Verbraucher an die Callcenter Branche stellen, und bedarf daher einiger Korrekturen.

Der Gesetzentwurf hat richtig erkannt, dass Qualitätsmaßnahmen für alle Callcenter wichtig sind und sieht daher eine anlass- und leistungsbezogene Datenerhebung, -aufzeichnung und -verarbeitung vor. Diese soll jedoch auf wenige Stichproben beschränkt werden. Betroffen von dieser Einschränkung wären das sogenannte Side-by-Side-Coaching sowie alle anderen Qualitätssicherungsmaßnahmen, die auf der Auswertung von Gesprächsaufzeichnungen beruhen. Dies würde gezielte Schulungsmaßnahmen unmöglich machen.

Eine lückenlose Dokumentation zu Beweis Zwecken würde durch dieses Gesetz ebenfalls verhindert werden. Dabei hat der Gesetzgeber der Wirtschaft erst unlängst hohe Auflagen zur Beweissicherung verordnet. Diese verbraucherfreund-

lichen Regelungen würden nun ins Leere laufen.

Auch die Regulierung zum Einsatz der Telekommunikationsanlage sollte präzisiert werden. Für einen wirtschaftlichen Betrieb, insbesondere wenn die Telekommunikationsanlage das wesentliche Betriebsmittel darstellt, ist die Aufzeichnung und Auswertung von Verbindungsdaten und die darauf basierende Steuerung unerlässlich.

Weiterhin fordert der CCV die Streichung von § 32I Absatz 1 und 5 aus dem Gesetzentwurf. Die individuelle Einwilligung des Arbeitnehmers in eine Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung wäre nach § 32I Absatz 1 nicht mehr möglich. Besonders unersetzlich ist die persönliche Einwilligung des Arbeitnehmers für Datenerhebungen, die auf freiwilligen Leistungen des Arbeitgebers beruhen. Nach § 32I Absatz 5 im aktuellen Gesetzentwurf wären Rechtsvorschriften wie Betriebs- und Dienstvereinbarungen, in denen die Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung ausgestaltet werden, nicht mehr möglich. Der CCV wendet sich deutlich gegen diese Verhinderung eines praxisnahen Arbeitnehmerdatenschutzes.



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Monitoring und ihre Motivation



**Katrin Albrecht,
Legal & Regulatory Affairs,
Datenschutzbeauftragte,
Competence Call Center Leipzig
GmbH:**

„Das Thema Arbeitnehmerdatenschutz und die damit einhergehenden Änderungen des Monitorings hat in meinem Arbeitsbereich als Datenschutzbeauftragte und Mitarbeiterin im Legal & Regulatory Affairs Team der Competence Call Center Gruppe eine wichtige Stellung. Daher engagiere ich mich zu diesem Thema im CCV.“



**Markus Eckhoff,
Prokurist,
almato GmbH:**

„Schutz vor Überwachung und berechnete Arbeitgeberinteressen dürfen nicht zu einem unvereinbaren Gegensatz werden. Es bedarf gesetzlicher Regelungen, welche die Interessen beider Gruppen berücksichtigt und deren konkrete Ausgestaltung in der Verantwortung aller Beteiligten verbleibt.“



Der Arbeitskreis Recht & Regulierung im CCV: Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Monitoring und ihre Motivation



**Terry Johnson,
Datenschutzbeauftragter Konzern,
defacto call center GmbH**

„Datenschutz sehe ich als Grundrecht, die Vorschriften des Datenschutzes hinken der technischen Entwicklung jedoch massiv hinterher. Andererseits werden Änderungen diskutiert, die oftmals völlig an der Realität vorbei gehen und von akademischem Niveau sind. Das hat mich bewogen mich für einen praxisgerechten Datenschutz einzusetzen.“



**Karlheinz Vernet Kosik,
Kommunikationsgewerkschaft DPV
(DPVKOM) Bundesgeschäftsstelle,
Stellv. Bundesvorsitzender**

„Als Gewerkschaftsvertreter geht es mir grundsätzlich darum, die Beschäftigten vor übermäßiger Überwachung zu schützen und sinnvolle Lösungen für ein Schulungs- und Qualifizierungskonzept bereitzustellen. Meiner Meinung nach ist es wichtig, dass bei dem Gesetzgebungsverfahren bereits im Vorfeld eine möglichst einheitliche Vorgehensweise zwischen Arbeitnehmervertretern und Arbeitgebern erzielt wird.“

Advertorial

Qualität braucht Raum!

HCD hat gefragt und über 80 Call Center Verantwortliche haben geantwortet: 71 Prozent sehen eine Wechselwirkung zwischen Qualität und Raum – bei den Inhouse Call Centern ohne Drittgeschäft sind es sogar fast 93 Prozent. Das ist eine überragende Bestätigung des HCD-Grundsatzes „Qualität braucht Raum!“

Faktoren mit weitreichendem Einfluss auf die Qualität im Kundenkontakt sind aus Sicht der Befragten unter anderem die Akustik, das Raumklima und eine motivierende Gestaltung. Damit guter Service überhaupt möglich ist, müssen diese Bereiche in den Augen der Call Center Manager optimal gestaltet sein,

Mit dem jeweiligen Status quo sind dabei die wenigsten zufrieden: Zwei Drittel der Befragten gaben an, dass ihr derzeitiges Raumkonzept die Qualitätssicherungsmaßnahmen im Center nicht unterstützt. Es fehlt an Rückzugsmöglichkeiten und Besprechungsräumen, die Lautstärke ist ein Problem. Auch die Flächennutzung und Möblierung werden bemängelt. Das Raumklima wird als unangenehm empfunden, es fehlen Pflanzen und die Privatsphäre kommt zu kurz. Um all das zu berücksichtigen, braucht es ein ganzheitliches Konzept. Ein solches fehlt bis dato in den allermeisten Centern.

HCD zeigt Qualität:

**Besuchen Sie uns auf den Herbstmessen!
contact center trends**

28. und 29. September, Frankfurt am Main

be.connected

25. und 26. Oktober, Frankfurt am Main



Raum für Konzentration



Raum für Trainings



Raum für Pausen



HCD Human CallCenter
Design Planungsges. mbH
Julius-Hart-Straße 12
48147 Münster

Tel.: (02 51) 41 41 40
info@hcd-gmbh.de
www.hcd-gmbh.de



Wir sind
Mitglied im
CALL CENTER
VERBAND
DEUTSCHLAND

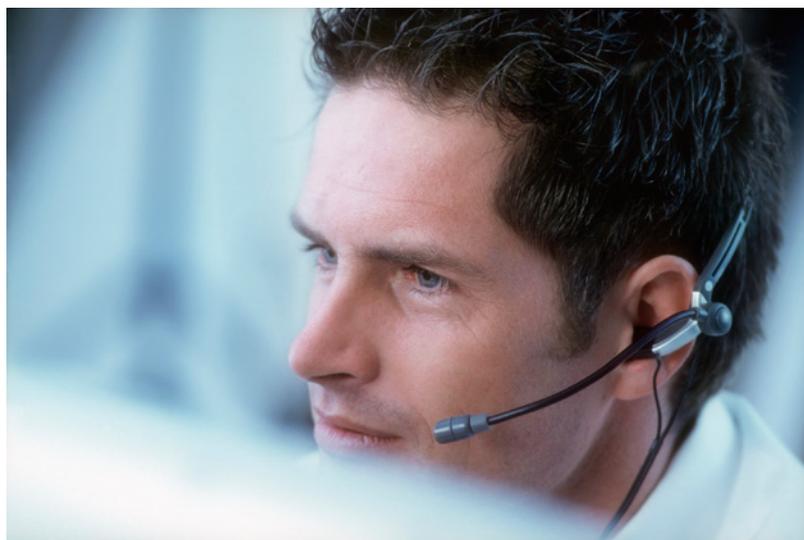
Zu kurz gedacht

Ein Plädoyer für das Quality Monitoring im Callcenter und gegen einen Mitarbeiterdatenschutz, der Mitarbeiter nicht schützt

Von Sabina Mustica

Was innerhalb der Branche schon lange diskutiert wird, ist mittlerweile auch ins Bewusstsein einer größeren Öffentlichkeit gelangt. Erst kürzlich befasste sich zum Beispiel das „Handelsblatt“ mit den möglichen Folgen einer Verabschiedung des Beschäftigtendatenschutzgesetzes in der jetzt vorliegenden Fassung. Tenor des Artikels, in dem auch der Call Center Verband zu Wort kam: Die Callcenter in Deutschland sind in Gefahr, weil systematisches Quality Monitoring dann kaum noch möglich wäre. Was aber in allen Diskussionen zu kurz kommt, ist der Blick auf die, die hier geschützt werden sollen: die Mitarbeiter. Ein Plädoyer für noch mehr Druck auf den Gesetzgeber – mit guten Argumenten.

Der größte Vorbehalt gegen softwaregestütztes Quality Monitoring seitens der Mitarbeiter – denen sich der Gesetzgeber in dieser Sache ganz offensichtlich verpflichtet fühlt – ist die Angst vor der totalen Überwachung. Monitoring klingt in vielen Ohren nach automatisierter Kontrolle, vor der es kein Entrinnen gibt. Das



Schützen geht anders: Der Entwurf des Beschäftigtendatenschutzgesetzes ist nur vermeintlich im Sinne des Mitarbeiters

stimmt aber nicht: Moderne Lösungen signalisieren dem Agent, dass sein Gespräch gerade aufgezeichnet wird. Er weiß also Bescheid und kann, wenn er gerade aus welchem Grund auch immer nicht aufgezeichnet werden möchte, dank Opt-out-Funktion die Aufzeichnung ablehnen bzw. beenden. Selektives Aufzeichnen ermöglicht zudem, genau festzulegen, wann welcher Agent aufgezeichnet wird. So lassen sich besonders schutzwürdige Mitarbeiter – etwa nach längerer krankheitsbedingter Pause – von der Aufzeichnung ausschließen.



Zu kurz gedacht

Ähnliches gilt für das Mitschneiden von Bildschirmhalten. Auch hier ist es heute möglich, sehr selektiv aufzuzeichnen und so bestimmte Anwendungen von vornherein auszuschließen. In der Praxis bedeutet das dann zum Beispiel, dass die Navigation des Mitarbeiters im CRM-System mitgeschnitten wird, die Mail-Client-Nutzung dagegen nicht. So bleibt etwa die Mail an den Betriebsrat geheim.

Nicht nur bei der Betrachtung der Vorbehalte zeigt sich, dass der Entwurf des Beschäftigtendatenschutzgesetzes zu kurz gedacht ist oder gar denjenigen schadet, die er schützen will. Denn auch aus Mitarbeiter-Sicht gibt es viele gute Gründe für Quality Monitoring.

Quality Monitoring ist permanente Fortbildung für alle Mitarbeiter

Quality Monitoring macht permanente Fortbildung für alle Mitarbeiter möglich – und zwar während der Arbeitszeit. Auf Basis der Aufzeichnungen kann jeder Einzelne in seinen persönlichen Fähigkeiten geschult und Fortschritte dokumentiert werden. So werden Stärken ausgebaut und Schwächen minimiert. Und das ist eben mitnichten nur ein Vorteil für den Arbeitgeber. Die interne Weiterbildung führt vielmehr dazu, dass auch der „einfache Agent“ sich sukzessive verbes-

sert und sich damit für höhere Aufgaben im Unternehmen empfiehlt oder gar bei einem Jobwechsel bessere Chancen hat.

Literatur

Quality Monitoring – rechtliche Grundlagen

[hier herunterladen](#)

Quality Monitoring Studie 2011

[hier herunterladen](#)

Veranstaltungen

Webinar am 8. September

Quality Monitoring und Performance Management

[hier anmelden](#)

Business Seminar

am 27. September in Frankfurt/Main

Quality Monitoring, Sprachanalyse und Performance Management live.

[hier anmelden](#)

Und dass Quality Monitoring kein Etikettenschwindel ist, sondern tatsächlich zur Qualitätsverbesserung genutzt wird, zeigt eine Studie von NICE Systems deutlich: Die aufgezeichneten Daten haben bei fast allen Unternehmen Auswirkungen auf das Coaching (88,5 Prozent).



Zu kurz gedacht

Quality Monitoring sorgt für Gerechtigkeit

Von nahezu allen Beteiligten unbestritten ist die Tatsache, dass gelegentliches Mithören unerlässlich ist – wie sonst sollte man die Qualität der seitens des Agents geschuldeten Arbeit seriös beurteilen können? (Keiner würde etwa auf die Idee kommen, einem Chefredakteur zu verbieten, die Texte seines freien Mitarbeiters vor Drucklegung zu lesen). Die allermeisten Callcenter Mitarbeiter würden dieses Mithören aber nur allzu gern auf das Side-by-Side-Coaching beschränkt wissen. Side-by-Side-Coaching kann systematisches Quality Monitoring aber nicht ersetzen – und ist zudem weniger gerecht. Beim Side-by-Side-Coaching bleibt die zu beurteilende Leistung flüchtig, weil keine Aufzeichnung stattfindet. Die Konsequenz ist, dass nur der jeweilige Coach ein Feedback geben kann – und das auch nur so lange, wie die Erinnerungen noch frisch sind. Quality Monitoring hat demgegenüber einen entscheidende Vorteil für den Agent: Weil das Gespräch aufge-

zeichnet wird, kann es von verschiedenen Trainern angehört und beurteilt werden. Bei State-of-the-Art-Lösungen ist eine Bewertung erst dann final gültig, wenn der Agent sie akzeptiert hat. Wer also mit seiner Beurteilung nicht zufrieden ist oder sich ungerecht behandelt fühlt, kann sich noch eine zweite oder gar dritte Meinung einholen.

Man sieht: Es gibt Gründe genug. Quality Monitoring muss möglich bleiben – auch im Sinne der Mitarbeiter.

Sabina Mustica

Sabina Mustica ist Sales Director für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei NICE Systems, einem weltweit führenden Hersteller für Callcenter IT.



sabina.mustica@nice.com
www.nice-deutschland.de



Advertorial

Beim Datenschutz auf der sicheren Seite:

Spezialisten der DATEV kümmern sich um Einhaltung der Richtlinien

Das Thema **Datenschutz und Datensicherheit** spielt bei **Call-Center-Dienstleistungen** sowohl für Auftraggeber wie für Auftragnehmer eine sehr wichtige Rolle, insbesondere auch weil es dabei oft um **personengebundene Daten** von Dritten geht. Unter anderem die **regelmäßigen Schlagzeilen über Hackerangriffe auf Behörden, Institutionen und Unternehmen** machen deutlich, vor welchen **Herausforderungen die Datenschutzbeauftragten** auch in der **Call-Center-Branche** stehen. Unterstützung finden sie über den **Steuerberater bei der DATEV eG, dem IT-Dienstleister der steuerberatenden Berufe und deren Mandanten. Die Genossenschaft bietet unter anderem Beratung rund um Datenschutz und Datensicherheit an sowie die Übernahme der Tätigkeit eines Datenschutzbeauftragten.**

DATEV-Experten als externe Datenschutzbeauftragte einsetzen

Den Aufgabenbereich des **Datenschutzbeauftragten** an externe Spezialisten auszulagern, ist ein probater Weg, den Vorgaben des **Bundesdatenschutzgesetzes** fachlich richtig nachzukommen. Laut **BDSG** dürfen nur Personen als **Datenschutzbeauftragte** bestellt werden, die die „erforderliche **Fachkunde und Zuverlässigkeit**“ nachweisen können. Die **DATEV-Mitarbeiter**, die Unternehmen als **Datenschutzbeauftragte** zur Verfügung stehen, dokumentieren ihre **Qualifikation** durch eine entsprechende externe **Zertifizierung**. Zudem unterziehen sie sich **regelmäßigen Weiterbildungsmaßnahmen**.

Der **Datenschutzbeauftragte** von **DATEV** unterstützt bei allen Fragen rund um den **Datenschutz**, etwa bei der **Dokumentation, Mitarbeiterschulung** und **Einhaltung der Anforderungen** an die **Informationstechnologie (IT)**. Darüber hinaus hilft er auch bei den **Aufgaben rund um die Sicherheit** – von der **Datensicherung** über **Notfallvorsorge** und **Vorkehrungen** gegen eine **Datenentwendung** bis hin zur **Netzwerk-, Gebäude- und Büroraumsicherheit**. Für seine Tätigkeit kann er jederzeit **unmittelbar auf das bereits vorhandene Spezial-Know-how der DATEV** zurückgreifen.

Umfassende Bestandsaufnahme vor Ort

Im Rahmen der **Dienstleistung** nimmt der **Datenschutzbeauftragte** von **DATEV** zunächst eine **Bestandsaufnahme vor Ort** vor, um festzustellen, inwieweit die **Ordnungsmäßigkeit** des **Datenschutzes** bereits gewährleistet ist. Ein eventueller **Handlungsbedarf** wird dokumentiert und die **Datenschutzziele** des Unternehmens werden festgelegt. Ein **Bericht** fasst die **Ergebnisse** zusammen und nennt ggf. auch **Verbesserungsvorschläge** für die **relevanten Bereiche**. Bei der anschließenden **laufenden Betreuung** übernimmt er die **standardmäßigen Aufgaben** eines **Datenschutzbeauftragten** und **informiert** und **berät** die **Geschäftsführung**. Über den **Standardumfang** hinaus bietet **DATEV** weitere **Datenschutz-Leistungen** an, die **optional** gewählt werden können. Dazu gehören die **Entwicklung von datenschutzbezogenen Richtlinien** und **Arbeitsanweisungen** oder die **Erstellung und Pflege** der nach dem **BDSG** vorgeschriebenen **Verfahrensübersichten**.

Weitere Informationen finden Interessierte unter www.datev.de/consulting.



DATEV eG
90329 Nürnberg

Tel.: (0911) 319-7051
consulting@datev.de
www.datev.de





Normen als wirkungsvolle Entlastung staatlicher Regulierung: Starten Sie noch heute Ihr Zertifizierungsvorhaben!

Von Manfred Stockmann

Freiwillige Selbstverpflichtungen von Branchen, die in formulierten Standards oder gar Normen niedergelegt sind, können spezifische gesetzliche Regelungen bisweilen überflüssig machen.

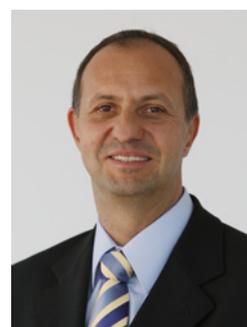
Für den Fall, dass Branchen nicht von sich aus eigene Normen formulieren, sind die sogenannten mandatierten Normungsverfahren vorgesehen, die z.Bsp. auch von der Europäischen Kommission beauftragt werden können. So war es bei der EN 15838 der Fall. Zur Intention der Europäischen Kommission dafür im Vorwort der Norm: „Kundenkontaktzentren entsprechen nicht immer den Erwartungen der Kunden. Sie variieren hinsichtlich des Qualitätsniveaus ihrer Dienstleistungen und des Verbraucherschutzes, und werden mit unterschiedlichen Standards und Effizienzniveaus betrieben.“

Die seit November 2009 für unsere Branche vorliegende „DIN EN 15838 – Kundenkontaktzentren“ zielt darauf ab, die Entwicklung von Dienstleistungen zu fördern, die effektiv, qualitativ hochwertig und kosteneffizient sind und die Erwartungen der Kunden erfüllen. Und

sie spricht bewusst Inhouse-Einheiten wie auch Dienstleister an!

Jetzt starten!

Viele Callcenter Manager kritisieren, die europäische Callcenter Norm EN 15838 sei nicht anspruchsvoll genug, und sparen sich die Zertifizierung. Die Qualifikation zur Qualitätsmeisterschaft bekommt man aber erst, wenn man den Sprung über die Mindesthöhe auch selbst geschafft hat, anstatt bequem darunter durchzulaufen. Callcenter kämpfen mit ihrem Image, die Politik verschärft Gesetze und hat mit der Beauftragung zur Schaffung dieser Norm einen weiteren Warnschuss abgegeben. Ignorieren und Abwarten ist sicherlich nicht zielführend, wenn man in politischen und gesetzgeberischen Verfahren ernst genommen werden will. Also bekennen Sie sich zu den formulierten Normen Ihrer Branche – starten Sie noch heute Ihr Zertifizierungsvorhaben und informieren Sie sich bei unseren Partnern.



**Manfred Stockmann,
Präsident
Call Center
Verband
Deutschland e.V.**

Aktuelle Zertifizierungspartner zur DIN EN 15838:

- Hanseatische Zertifizierungsagentur
- TÜV Süd Management Service GmbH
- Austrian Standards plus



Advertorial

Hanseatische ZertifizierungsAgentur: Ihr erfahrener Partner für Call Center Zertifizierungen nach DIN EN 15838

Die HZA Hanseatische Zertifizierungsagentur ist zurzeit der einzige akkreditierte Zertifizierer (Stand: Juli 2011) für Managementsysteme in Kundenkontaktzentren und verfügt über umfassende Erfahrungen in der akkreditierten Personalzertifizierung von Call Center Mitarbeitern sowie Team- und Generalmanagern von Call und Contact Centern.

Die HZA zertifiziert mit erfahrenen und speziell geschulten Auditoren und Fachexperten Ihr Call Center nach der europäischen Norm DIN EN 15838. Auf Wunsch auch in einer Kombination aus ISO 9001:2008 und der DIN EN 15838.

Werden Sie jetzt Vorreiter und sichern Sie sich einen signifikanten Wettbewerbsvorteil! So kann Ihr Unternehmen bzw. Call Center durch die Zertifizierung eines branchenspezifischen Qualitätsmanagements durch branchenerfahrene Auditoren profitieren:

- Imagegewinn durch Qualitätsnachweis und Abgrenzung zum Wettbewerb
- Bessere und zeitsparendere Einarbeitung neuer Mitarbeiter aller Ebenen
- Erhaltung und Steigerung der Zufriedenheit der Auftraggeber
- Motivation der Angestellten – Erhöhung der Arbeitszufriedenheit
- Mehr Wirtschaftlichkeit durch Standardisierung bestimmter Handlungs- und Arbeitsprozesse in allen Bereichen
- Dokumentation Ihrer Leistungsfähigkeit
- Gewinnsteigerung

Positionieren Sie sich klar und deutlich als qualitativ hochwertiges, verantwortungsbewusstes Unternehmen. Mit einer Zertifizierung setzen Sie ein deutliches Signal für Auftraggeber und zukünftige Mitarbeiter. Verbindliche Standards bezüglich Qualität und Leistungsfähigkeit schaffen Vertrauen.

Auch der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter im Call Center kommt immer mehr Bedeutung zu, um sich im Markt zu behaupten und gegenüber dem Wettbewerb differenzieren zu können. **Personenzertifikate** sind ein innovativer Weg, mit dem Mitarbeiter unter Beweis stellen können, dass sie einem „Anforderungsprofil“ entsprechen und dieses erfüllen. Die Anforderungsprofile für Agenten, Teamleiter und Manager wurden jeweils in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband CCV definiert. Wissen, Kenntnisse und Handlungskompetenzen werden in praxisnahen Verfahren geprüft und die erfolgreiche Absolvierung mit einem entsprechenden Zertifikat bescheinigt.

Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Internetseite www.hansezertag.de in den Bereichen Zertifizierung von Kundenkontaktzentren nach DIN EN 15838 und Personalzertifizierung.



HZA Hanseatische Zertifizierungsagentur GmbH
Schellerdamm 18
21079 Hamburg

Stefanie Scheibe
Tel.: (040) 76 79 429 0
info@hansezertag.de
www.hansezertag.de



Advertorial

Ranga Yogeshwar Special Guest auf dem KVD Service Congress

Mit der „Produktivität von Dienstleistungen“ setzt sich die Neuauflage des KVD Service Congresses in München auseinander. In diesem Jahr präsentiert der KVD eine besondere Attraktion: Als Special Guest begrüßt der Verband am zweiten Congresstag den Wissenschaftsjournalisten und Autor Ranga Yogeshwar. Er wird über Innovationssprünge und ihre Bedeutung für die Gesellschaft sprechen.



Ranga Yogeshwar

Foto: ARD/Dirk Rosenzweig, aus: „ARD Wissen vor 8“

„Mit dem Special Guest haben wir dem Service Congress eine weitere Attraktion hinzugefügt. Mit Ranga Yogeshwar haben wir zudem für die Premiere einen erstklassigen Redner gewonnen, der ja nicht zuletzt aufgrund der Diskussionen zur Energiewende ein gefragter Experte ist“, erklärt Dr. Rainer Vanck, KVD-Vorstandssprecher und verantwortlich für das Ressort „Congress & Relation“. Ranga Yogeshwar wird der Abschlussredner am zweiten Congresstag sein. „Damit setzen wir zum Schluss nochmal ein Highlight“, erklärt Dr. Rainer Vanck.

Der Luxemburger Ranga Yogeshwar gehört zu den bekanntesten Wissenschaftsjournalisten in Deutschland. Er moderiert für die ARD verschiedene Wissenschaftssendungen wie „Wissen vor 8“ und „Die große Show der Naturwunder“. Er ist mit zahlreichen Preisen und Ehrungen ausgezeichnet worden, darunter der Helmut-Schmidt-Journalistenpreis, der Georg von Holtzbrinck Preis für Wissenschaftsjournalismus, die Medaille für Naturwissenschaftliche Publizistik, der Preis für Wissenschaftspublizistik der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, das Verdienstkreuz der Bundesrepublik Deutschland und die Ehrendoktorwürde (Dr.-Ing. E.h.) des Fachbereichs

Elektrotechnik, Informationstechnik, Medientechnik der Bergischen Universität Wuppertal.

Ranga Yogeshwar bereichert damit die ohnehin schon namhafte Riege von Keyspeakern, die der KVD für die beiden Congresstage engagiert hat. Am 10. und 11. November werden sich die Teilnehmer zudem über herausragende Keynotes und praxisorientierte Fachsequenzen mit dem Thema „Produktivität von Dienstleistungen“ auseinandersetzen. Eröffnungs-Keyspeaker ist Arnold Schroven, CEO der DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG. Außerdem hat Dr. Lutz Engel, Technischer Leiter der Seidel GmbH + Co., zugesagt. In einer weiteren Keynote wird die neue Ausgabe der KVD-Trendstudie „Fakten und Trends im Service 2011“ durch Prof. Dr.-Ing. Volker Stich, Geschäftsführer des FIR e.V., vorgestellt. Matthias Saier von IBM wird über Trends und Entwicklungen in der IT sprechen.

Weitere Informationen und Anmeldung auf www.service-congress.de



Advertorial

Verbesserung der Kundenbindung durch individuellen Umgang mit jedem Kunden

Ihr lokaler Gemüsehändler, Friseur und Kassierer haben eines gemeinsam: Sie kennen jeden ihrer Kunden persönlich und kennen auch ihre jeweiligen Vorlieben. Die persönliche Bindung zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden ist entscheidend. Und dennoch achten viele Unternehmen in der heutigen Zeit, in der alles im Internet durchgeführt werden kann, immer weniger auf persönliche Beziehungen. Um jedoch loyale Kunden zu binden, sind personalisierte Maßnahmen zur Interaktion mit dem Kunden erforderlich. Wenn Kunden von Ihnen außerordentliche Dienstleistungen erwarten können, sind viele unter ihnen bereit, mehr ihrer Zeit oder ihres Geldes in Ihr Unternehmen zu investieren und Ihnen treu zu bleiben.

Mit der Dynamic Decisioning-Lösung von Convergys, können Sie den Umgang mit jedem Ihrer Kunden einzigartig gestalten. Sie können dazu die von Ihrem Kunden bevorzugte Art der Kommunikation einsetzen: in einem persönlichen Gespräch, per Telefon oder online. Unsere selbstlernende Lösung besticht durch eine proaktive Kommunikation mit den angestrebten Kunden in Echtzeit am jeweiligen Interaktionspunkt.

Convergys kann Ihre Kundeninteraktionen für sämtliche Kommunikationswege fördern und op-

timieren, wodurch sowohl die Kundenloyalität sowie Ihre Markenpräsenz gestärkt werden. Warum sollen Dienstleistungen im Stile eines großen Unternehmens und gleichzeitig personalisierte Beziehungen wie die Ihres lokalen Gemüsehändlers nicht möglich sein?

Erfahren Sie mehr über die Dynamic Decisioning-Lösung von Convergys im Internet unter www.convergys.com oder informieren Sie sich per Telefon unter +49 151 4017 1128.

Fallstudien

- In den USA hat ein großer Mobilfunkanbieter die Dynamic Decisioning-Lösung von Convergys erfolgreich zum Aufbau von Kundenloyalität und -bindung eingesetzt. Gleichzeitig konnte er seine Betriebskosten senken und seinen Umsatz steigern. Der Anbieter erzielt heute jedes Jahr mehr als 1 Mrd. \$ an zusätzlichem Umsatz durch Upgrades und Vertragsverlängerungen.
- Ein großes Finanzdienstleistungsunternehmen verwendet unsere Lösung um proaktive Antworten auf die Fragen von Kunden zu liefern. Dafür werden personalisierte, dynamische Menüs eingesetzt, durch die über 90 % Call-Containment über IVR erreicht wird.



Convergys Corporation
Hagenauer Str. 55
65203 Wiesbaden

Tel.: (0611) 184 440
marketing@convergys.com
www.convergys.com



Liam Carabini,
Verkaufsleiter



Advertorial

Internationalisierung im Customer Care Umfeld

Die Globalisierung macht auch vor dem Dialog mit dem Kunden nicht halt. Vielen Unternehmen fehlt es dabei an einer klaren Strategie für ein internationales Erreichbarkeitskonzept. NEXT ID hat als Spezialist für interaktive Kommunikationslösungen das Marktpotential eines zentralisierten Call Managements erkannt.

Egal ob Unternehmen im Dialog mit ihren Kunden auf Freephone, Shared Cost oder Premium Rate Lösungen bauen, NEXT ID stellt in nahezu jedem europäischen Land und darüber hinaus adäquate Lösungen bereit.

Neben der Auswahl der richtigen Service-Rufnummer stehen vor allem zwei Aspekte im Fokus der Unternehmen:

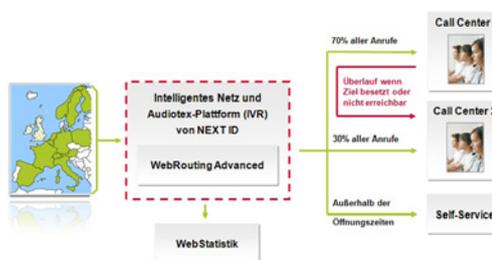
Zentrales Anruf-Management

Wie effektiv eine zentrale Steuerung ist zeigt das Beispiel von Ryanair. Alle Anrufe werden hier auf die Audiotex Plattform der NEXT ID geroutet und dort zentral verwaltet. Call Flows, Ansagen und Routings werden über ein Webtool administriert.

So steuert Ryanair die Kundenkommunikation in 14 Ländern mit einem Partner und über eine Plattform.

Die Routing Konzepte, Self-Service Elemente und Ansagen, die je nach Bedarf administriert und in Echtzeit aktualisiert werden können, sorgen für eine optimale Erreichbarkeit. Änderungen werden je Land oder über alle Rufnummern vor-

genommen, dabei werden z.B. Ansagen automatisch in der richtigen Sprache aktiviert.



Ein weiterer Vorteil der zentralen Anrufsteuerung ist eine optimale Auslastung der Call Center, z.B. durch prozentuale Anrufverteilung, automatisierte Überlaufprozesse oder Self-Service Elemente außerhalb der Öffnungszeiten oder bei hohen Anrufvolumina.

Auswertungs- und Analysetools

Auch die Analyse der eingehenden Anrufe und die Kontrolle der Call Center sind mit nur einem Dienstleister deutlich einfacher als mit einer Vielzahl von Firmen. NEXT ID stellt mit der Webstatistik einen zentralen online Service zur Verfügung über den sowohl quantitative (z.B. Anrufe und Minuten) als auch qualitative (z.B. Verkehrsgüte und Erreichbarkeit) Daten abgerufen werden können.

Alle NEXT ID Webtools stehen für internationale Kunden natürlich auch in englischer Sprache zur Verfügung. Weitere Features wie der automatisierte Versand von Statistiken per E-Mail sind zusätzliche Arbeitserleichterungen die vor allem von Kunden mit internationalem Fokus geschätzt werden.

NEXTID
The Quality Benchmark.

NEXT ID
Mildred-Scheel-Straße 1
53175 Bonn

Tel.: (0800) 444 54 54
info@next-id.de
www.next-id.de



Markus Stephan
Senior Produktmanager
Voice Services





Advertorial

Richtlinienkonforme Dialertechnologie sichert Effizienz und Akzeptanz im Outbound Contact Center

Die Forderung der Bundesnetzagentur nach einem Verbot von Dialern hat den CCV zu einer freiwilligen Selbstverpflichtung zum Umgang mit Dialern veranlasst. Dies soll sowohl den Verbraucher schützen als auch eine verantwortungsvolle Arbeit mit dieser unverzichtbaren Technik weiter ermöglichen. Auf der Frühjahrstagung 2010 des CCV wurde deshalb der Ehrenkodex Telefonmarketing um Regeln für den Betrieb von Dialern erweitert. Diese sind ab dem 1.1.2011 für die Mitglieder des CCV verpflichtend.

Die Münchener authensis AG stellt mit Version 9 ihres authensis ACHAT Dialers die einfache Zuordnung einer Richtlinie zu einer Kampagne

bereit. So kann sichergestellt werden, dass die Kampagne die in der Richtlinie festgelegten Wertebereiche nicht verletzt. Außer dem CCV Ehrenkodex sind standardmäßig auch die Richtlinien des ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute), des DDV (Deutscher Dialogmarketing Verband) und der Ofcom (Office of Communications, UK) hinterlegt.

Zudem kann der Benutzer sich weitere (z.B. kundenindividuelle) Richtlinien definieren und diese mit einem Mausklick einer Kampagne zuordnen – eine wesentliche Erleichterung für alle outbound Verantwortliche. Nicht von ungefähr ist der authensis ACHAT Dialer unbestrittener Marktführer in der deutschen Marktforschung.



authensis AG
Lindwurmstr. 80
80337 München

Klaus-J. Zschaage
Stefan Schran
Tel.: (089) 720157-0
marketing@authensis.de
www.authensis.de

Advertorial

Allround-Dienstleister zur Entlastung Ihrer Mitarbeiter

Arbeitsausfälle wegen Urlaubszeit oder Überforderung Ihrer Mitarbeiter wirft den Betriebsablauf Ihres Unternehmens künftig nicht mehr aus der Bahn. Denn die Profis von IhreTelefonzentrale.de sind immer dann für Sie da, wenn Not am Mann ist.

Wir gehen für Sie ans Telefon! Immer dann, wenn Sie gerade keine Zeit dazu haben – auch außerhalb der normalen Bürozeiten, werktags von 6.30-20 Uhr, Sa.-So. 8-18 Uhr, optional auch nachts. „Burn-out ist derzeit ein ernstes Thema bei den Unternehmen“, so Gerd Bornwasser, Inhaber von IhreTelefonzentrale.de. Eine aktuelle Studie der AOK bestätigt: Vor allem in unteren und mittleren Führungsebenen leiden die Mitarbeiter unter starkem

Zeitdruck und hoher Arbeitsdichte. Gleichzeitig stieg die Zahl der Arbeitsunfähigkeitstage aufgrund psychischer Erkrankungen signifikant. „Unsere Dienstleistung knüpft genau an diesem Punkt an. Um Fehltag aufgrund akuter Überlastung vorzubeugen, übernehmen wir die eingehenden Anrufe. So können sich Mitarbeiter ungestört auf ihre Tätigkeit konzentrieren, effizienter arbeiten und in Ruhe den Rückruf tätigen“, so Bornwasser. Das gilt selbst für kleinste Unternehmen, die von großen Call Centern oftmals nicht mandantenfähig betreut werden können. Sie werden bei uns mit einer hohen Qualität sowie einem umfassenden und persönlichen Service beliefert, wie Sie das als Kunde kaum erwarten würden. Technischen Support bei der Rufumleitung dabei nicht ausgeschlossen.



IhreTelefonzentrale.de
Am Bahndamm 9
63674 Altenstadt

Gerd Bornwasser
Telefon: (06047) 99990-0
info@ihretelefonzentrale.de
www.ihretelefonzentrale.de



Wir stellen Ihnen die neuen Mitglieder des CCV vor:
Durch ihre Mitgliedschaft stärken sie die Basis und den Einfluss
unseres Interessenverbandes für eine erfolgreiche Vertretung
der Callcenter Wirtschaft nach außen.

Die neuen Mitglieder des CCV: Herzlich willkommen!

„alivello“ GmbH, Weinheim,
www.alivello.de
Daniel van Lierop



job-konzept KG, Berlin,
www.job-konzept.com
Heike Seibt-Lübbe



ANTAVENT UG, Dresden,
www.antavent.com
Dr. Reinhard Wetzel



Just Intelligence GmbH,
Hamburg,
www.just-intelligence.de
Nils Lorenz

B+S Card Service GmbH,
Frankfurt am Main,
www.bs-card-service.com
Andreas Kollnitz



Perry & Knorr Communications
GmbH, Flensburg,
www.perry-knorr.com
Ole Wegner



BUSINESS INTELLIGENCE Group
GmbH (B.I.G.), Berlin,
www.intelligence-group.com
Dr. Peter Gentsch



Rheinland Versicherungs AG,
Neuss,
www.rheinald-versicherungen.de
Carsten Dückers

DBS Deutsche Business Service
GmbH, Berlin, www.dbs-gmbh.de
Roland Becker



Jäger + Schmitter DiaLog GmbH,
Köln, www.jsdialog.com
Michael Werkle



Wer liefert was? GmbH,
Hamburg, www.wlw.de
Stefan Jaks



Termine

CCV VERANSTALTUNGEN

Regionaltreffen Süd

am 22. September 2011 in Nürnberg

Regionaltreffen West (Nord)

am 16. Oktober 2011 in Bochum

CCV Herbsttagung & CC Science

vom 15. bis 16. November 2011 in Berlin

www.callcenter-verband.de

NATIONALE VERANSTALTUNGEN

Teamleiterforum 2011

vom 22. bis 23. September 2011 in Homburg

www.teamleiterforum.de

NICE Deutschland Business Seminar

am 27. September 2011 in Frankfurt

www.nice-deutschland.de/businessseminar2011

contact center trends

vom 28. bis 29. September 2011 in Frankfurt

www.usu.de/microsites/praxis-workshop

Aspect Roadshow: Social Media

drei Termine im Oktober 2011

www.aspect-roadshow.de

Be connected

vom 25. bis 26. Oktober 2011 in Frankfurt

www.beconnected.messefrankfurt.com

Erfolgreiches Callcenter 2011

am 8. November 2011 in Hanau

www.erfolgreiches-callcenter.de

INTERNATIONALE VERANSTALTUNGEN

swiss contact day

am 15. September 2011 in Bern

www.swisscontactday.ch

Call Center Convention

am 13. Oktober 2011 in Wien

www.yourccc.com/de/convention.html

CALLCENTERWORLD AKADEMIE

Der Call Center Teamleiter – mit Fachzertifikat

vom 19. bis 21. September 2011 in Köln

www.ccw-akademie.de

Advertorial

Facebook für die Callcenter Branche

Seit diesem Frühjahr wächst unter www.call-center-community.com ein Businessnetzwerk für die Kundendialog Branche heran. Eine weitere Plattform unter vielen? Ganz und gar nicht, denn es lohnt sich trotz Xing und facebook, kostenfrei Mitglied zu werden:

Die CallCenterCommunity bietet im Vergleich zu bestehenden Netzwerken vor allem verbesserte Möglichkeiten Wissen auszutauschen. Multimediale Fachgruppen, ein Blog für Sichtbarkeiten

auch außerhalb der Community, ein Wissensarchiv und eine Fachmediathek sind nur einige der Alleinstellungsmerkmale.

Zudem haben Sie als Mitglied freien Zugriff auf ein stetig wachsendes Portfolio einstündiger Experten-Webinare zu Callcenter-Themen.

Jetzt kostenfrei Mitglied werden:

www.call-center-community.com



www.call-center-community.com



Diesen Termin
sollten Sie
vormerken!

CC Science 2011 & "CCV Herbsttagung



Kundendialog der Zukunft

15. und 16. November 2011 – Hotel Scandic – Berlin

Die digitale Gesellschaft und die Spielregeln der Zukunft

Das Kongress-Symposium
CC Science wird von folgenden
Partnern und Sponsoren
veranstaltet und unterstützt:

TeleTalk

**” CALL CENTER
VERBAND
DEUTSCHLAND**



NICE®

Strukturwandel in Lebens-, Arbeits- und Konsumwelten,
neue Wertschöpfungsmuster, Machtverschiebungen und
eine Neudefinition der Beziehung zum Kunden:

**Wer Zukunft erfolgreich gestalten will,
muss die Spielregeln kennen!**

**Verändern Sie Ihren Blick auf die Dinge – besuchen Sie die
CC Science 2011 / CCV Herbsttagung.**