

CCVNews

AUSGABE 2 | OKTOBER 2015



Sprachanalyse

Qualitätsmanagement

Produktivität

Inbound

Outbound Service

**SMARTER,
INTERAKTIVER,
CALLCENTER**

Servicesteigerung

Phasellus feugiat
congue malesuad
et dui eget elem
pendisse conv
pulvinar. Quisque
turpis a, pretium d
tempor portitor n
dictum vitae. Duis
suscipibus pretium
magna, nec oman
uma. Praesent no

Arbeitsschutz

Ausgabe zur 1. Jahrestagung der Contactcenter-Wirtschaft:
„Smarter, Interaktiver, Callcenter“

VERBOT SONNTAGSARBEIT

Steht die Branche
fest zusammen?

**PROGRAMM
JAHRESTAGUNG**

Alle Themen auf einen Blick.

CCV QUALITY AWARD

Mehr Bewerber
als jemals zuvor.

ENCOREPRO® 510 & 520

Gut für einen brillanten Eindruck



EncorePro 510



EncorePro 520

Die Kundenanforderungen in Contact Centern steigen und Telefonate werden immer komplexer. Höchste Zeit für Headsets, mit denen sich Ihre Mitarbeiter maximal aufs Gespräch konzentrieren können.

So wie beim neuen EncorePro.

Zeigen Sie Ihren Kunden, wie Sie deren Erwartungen in jeder Beziehung übertreffen: dank speziellem Design für ganztägigen Tragekomfort, erstklassiger Noise-Cancelling-Technologie und langlebiger Zuverlässigkeit.

Jetzt testen!

Mehr Infos unter
www.plantronics.com oder
unter 0800 -93 23 400



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

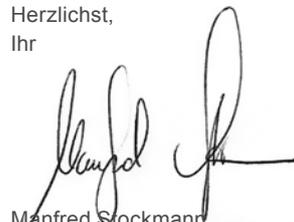
„Smarter, Interaktiver, Callcenter“ lautet das Motto der 1. Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft und auch dieser CCVNews. „Wie, Callcenter?“ höre ich da schon den einen oder anderen sagen. Für die einen sind sie schon seit Jahren tot, weil der moderne Mensch ja scheinbar nicht mehr telefonieren will. Für andere gibt es nur noch Kunden Service Abteilungen, Customer Care Units oder Customer Experience Center. Doch die täglichen Grundfragen und Herausforderungen sind für alle gleich: Erreichbarkeit, Mitarbeiterverfügbarkeit und -qualifikation sowie die Erfüllung der verschiedensten Kundenerwartungen, egal auf welchem auch immer gewählten Medium – und das Alles natürlich in wirtschaftlich vertretbarem Rahmen.

Und genau darum geht es in dieser Ausgabe und unserer 1. Jahrestagung. Der Blick nach vorne: auf Beispiele mit unterschiedlichen Herangehensweisen, wissenschaftliche Erkenntnisse und sich ändernde gesetzliche Rahmenbedingungen. Gerade zu letztem Punkt zählen die umfangreichen Aktivitäten des CCV mit seinem Aufruf zum „Bündnis für Kundenservice an Sonn- und Feiertagen“.

Im Herbst steht beim CCV auch die Mitgliederversammlung an, diesmal wieder verbunden mit der Wahl des Vorstandes. Daher finden Sie in dieser Ausgabe einen Sonderteil mit einem Rückblick auf die wichtigsten Themen und Arbeiten der vergangenen zwei Jahre. Doch auch dem wichtigeren Blick nach vorne, zu laufenden und geplanten Vorhaben der Verbandsarbeit widmen wir einige Seiten.

Und natürlich lade ich Sie herzlich ein zum Wissens-Austausch und Netzwerken auf der Jahrestagung sowie zur feierlichen Verleihung des CCV Quality Awards, dessen Nominierte wir Ihnen in dieser Ausgabe der CCVNews für alle drei Kategorien vorstellen.

Herzlichst,
Ihr



Manfred Stockmann
Präsident



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

INHALT



Seite 8–9

Bündnis für Sonntagsarbeit
Call- und Contactcenter-Betreiber
vereinigt Euch!

Seite 10–11

Alles Whitepaper
oder was?!
Nachwuchs
in der CCV-
Whitepaper-Reihe



Seite 12

Agenda
Themen der
CCV-Mitgliederversammlung 2015



Seite 16–17

Manfred Stockmann
Präsident



Seite 23–26

CCV Quality
Award 2015
Die besten Projekte
unserer Branche



Seite 27–35

1. Jahrestagung der Contactcenter-Wirtschaft:
„Smarter, Interaktiver, Callcenter“



- 4–7** Sonntagsarbeit
Gerichtsentcheidung kappt sonntags die Telefonleitung –
Deutscher Kundenservice vor dem AUS?
- 8–9** Bündnis für Sonntagsarbeit
Call- und Contactcenter-Betreiber vereinigt Euch!
- 10–11** Alles Whitepaper oder was?!
Nachwuchs in der CCV-Whitepaper-Reihe
- 12** Agenda
Themen der CCV-Mitgliederversammlung 2015
Vorstand
- 13–22** Kandidatur & Rechenschaftsberichte
- 23–26** CCV Quality Award 2015
Die besten Projekte unserer Branche
- 27–35** 1. Jahrestagung der Contactcenter-Wirtschaft:
„Smarter, Interaktiver, Callcenter“
- 36–37** Wachstum – eine Herausforderung bei veränderten
Märkten und Rahmenbedingungen.
- 38** Fluch oder Fortschritt?
Neid in Unternehmen: Von Fragen zur Zukunft der Arbeit
und der Notwendigkeit, Führung anders zu denken.
- 39** Mitgliederwerbung
Sechs Gründe für eine CCV-Mitgliedschaft
- 42–43** Branchentermine
Ihre Kontaktpunkte zur Branche
- 56** CCVNews-Bestellung
- 57** „Die Stimme der Branche“ trifft auf die Sprachampel
„VoiceCoach“ von ProCom-Bestmann
- 57** Impressum



Seite 36–37

Wachstum – eine Herausforderung bei veränderten
Märkten und Rahmenbedingungen.

SONNTAGSARBEIT

Gerichtsentscheidung kappt sonntags die Telefonleitung –
Deutscher Kundenservice vor dem AUS?

VON ENRICO RENNEBARTH



Der Call Center Verband Deutschland e.V. (CCV) befasst sich zwischenzeitlich fast ein Jahr mit der Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zur Beschäftigung von Arbeitnehmern an Sonn- und Feiertagen. Das letztinstanzliche Urteil vom November 2014 hatte nicht nur Konsequenzen für unsere Mitgliedsunternehmen in Hessen, die Kundenservices an diesen Tagen anbieten, sondern für alle deutschen Call- und Contactcenter.

Worum geht es genau?

Die Gewerkschaft Ver.di und zwei Dekanate der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau stellten Normenkontrollanträge zur Überprüfung der hessischen Bedarfsgewerbeverordnung. Die ergangene Entscheidung betrifft vor allem die Beschäftigung von Personal in Call- und Contactcentern, zum Beispiel im Versandhandel, beim Online-Banking oder im Reisegewerbe (Callcenter sind in § 1 Abs. 1 Nr. 9 Bedarfsgewerbeverordnung geregelt). Ebenfalls vom Urteil betroffen sind Videotheken und Bibliotheken in kommunaler oder kirchlicher Trägerschaft sowie Lotto- und Totogesellschaften mit elektronischer Geschäftsabwicklung. Der Hessische Verwaltungsgerichtshof hatte zum erstinstanzlichen Urteil eine Presseerklärung herausgegeben. Ebenfalls hat das Bundesverwaltungsgericht nach seiner finalen Entscheidung eine Presseerklärung publiziert. Der Volltext des Urteils war bei Redaktionsschluss noch nicht verfügbar.

Verfassungsrechtlicher Hintergrund und Urteilsgründe

Der Schutz der Sonn- und Feiertagsruhe geht auf Art. 139 Weimarer Reichsverfassung (WRV) zurück. Für bestimmte Branchen beinhaltet die hessische Bedarfsgewerbeverordnung die Zulässigkeit der Beschäftigung von Arbeitnehmern an Sonn- und Feiertagen ganzjährig für jeweils bis zu acht Stunden. In allen anderen Bundesländern bestehen ähnliche Regelungen, daher ergibt sich eine bundesweite Problematik. Die jeweiligen landesrechtlichen Regelungen heißen ebenfalls Bedarfsgewerbeordnung oder Bedürfnisgewerbeordnung.

Die Ungültigkeit der Bedarfsgewerbeverordnung beruht nach der mündlichen Urteilsbegründung des Verwaltungsgerichtshof (Aktenzeichen: 8 C 1776/12.N) auf dem Fehlen einer ausreichenden Verordnungsermächtigung des Landes Hessen durch den zuständigen Bundesgesetzgeber im Arbeitszeitgesetz vom 6. Juni 1994. Zwar enthalte das seitdem mehrfach geänderte Gesetz eine gestaffelte Verordnungsermächtigung für Ausnahmeregelungen, jedoch müssen nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts und des Bundesverwaltungsgerichts bei Eingriffen in Grundrechte der Gesetzgeber alle wesentlichen Grundentscheidungen selbst treffen und dürfe diese nicht der Exekutive überlassen. Deshalb lasse die Verordnungsermächtigung im Arbeitszeitgesetz so tief greifende Ausnahmen vom Gebot der Sonn- und Feiertagsruhe nicht zu (Quelle: VGH Pressemitteilung Nr. 28/2013 vom 12. September 2013).

Im Urteil des Bundesverwaltungsgerichts (Aktenzeichen: 6 C CN1.13) heißt es, dass die bisher bestehende Regelung aufgehoben wurde, weil sie eine Beschäftigung in allen gegenwärtig und künftig vorhandenen Call- und Contactcentern zulässt, unabhängig von Branche und Tätigkeitsbereich des Servicecenters. Dass der Betrieb von Callcentern in diesem Umfang erforderlich ist, um tägliche oder an Sonn- und Feiertagen besonders hervortretende Bedürfnisse der Bevölkerung zu befriedigen, lässt sich demnach nicht feststellen (Quelle: BVerwG Pressemitteilung Nr. 69/2014 vom 26. November 2014).



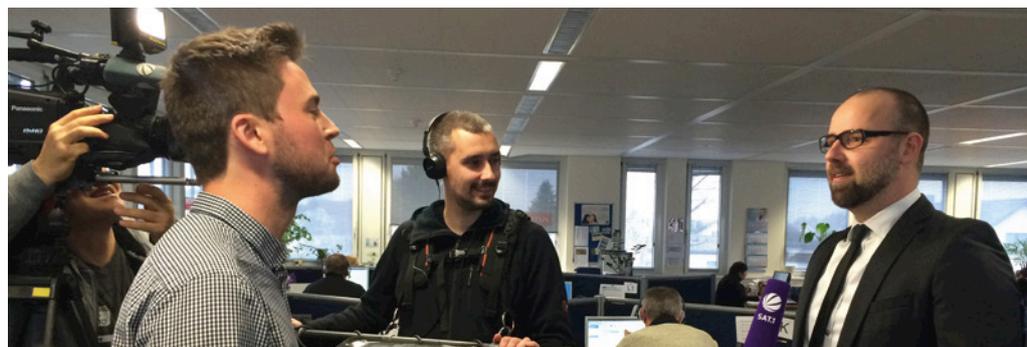
CCV-Broschüre fasst alle Fakten verständlich zusammen

Der Verband hat die Broschüre „8 Fakten für Sonntagsarbeit“ veröffentlicht, die alle Fakten für den Erhalt der Sonntagsarbeit darstellt und die Probleme von betroffenen Mitgliedsunternehmen und Marktteilnehmern aufzeigt. Die Broschüre soll die Interessen der Branche gegenüber Politik, Medien und Öffentlichkeit bündeln und die wichtigsten Argumente verständlich erklären.

„Im Vordergrund stand einerseits die Information und Aufklärung unserer Verbandsmitglieder“, so Enrico Rennebarth, CCV-Leiter Recht & Regulierung und Verbandsjustiziar Leiter Recht & Regulierung, „Neben der verbandssinternen Aufklärungsarbeit hat der CCV-Vorstand sein Engagement darauf ausgerichtet, die zuständigen Ansprechpartner in Politik und Öffentlichkeit über die Notwendigkeit der Beibehaltung der Sonntagsarbeit zu informieren“.

Termine mit Politik und Öffentlichkeit

Dirk Egelseer, CCV-Vorstandsmitglied, Ressort Recht & Regulierung, und auch andere Vorstandsmitglieder nahmen in den vergan-



Interview von CCV-Vorstandsmitglied Roy Reinelt zur Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zur Sonn- und Feiertagsarbeit

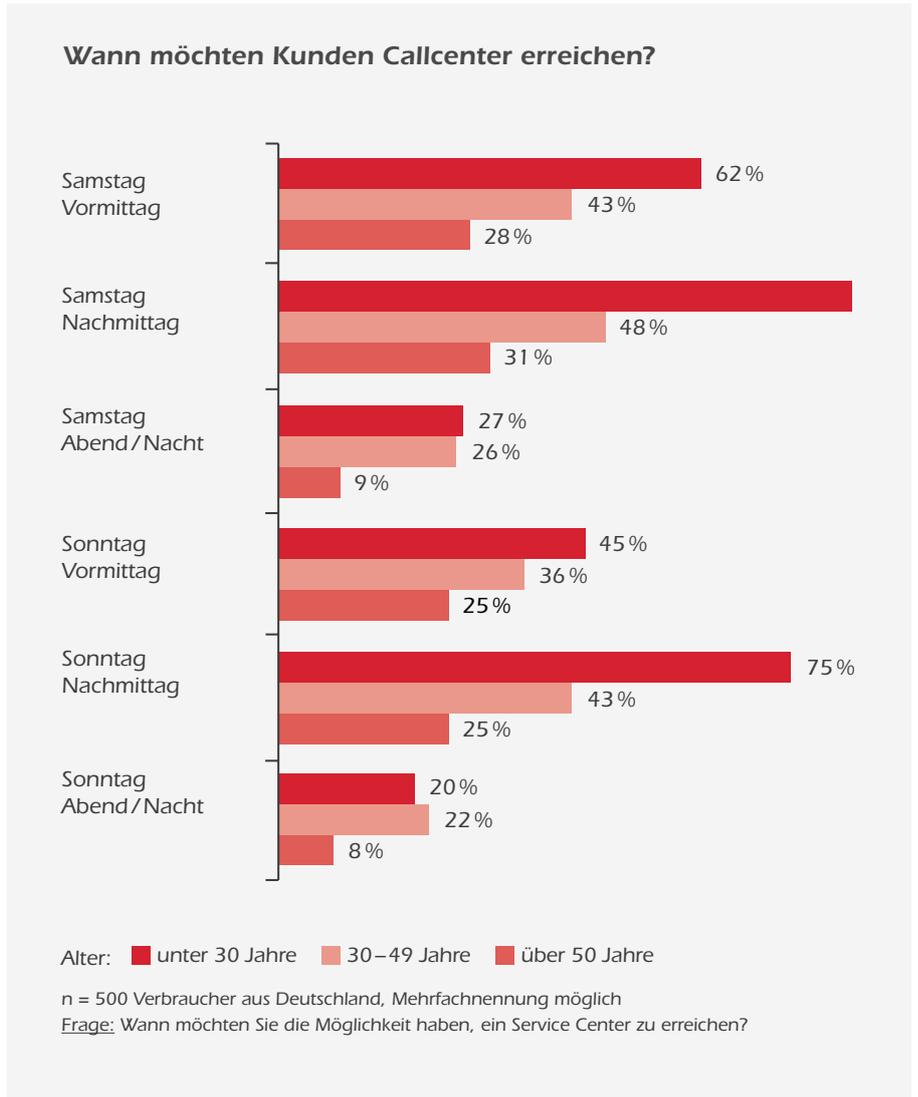
genen Monaten zahlreiche Termine in ganz Deutschland wahr. Zur CCW 2015 und bei den zahlreichen CCV-Regionaltreffen hörten Mitglieder und interessierte Marktteilnehmer Vorträge über die zahlreichen Gründe für die Beibehaltung der Sonntagsarbeit. Zeitgleich luden aber auch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), das Ministerium für Soziales, Gesundheit, Wissenschaft und Gleichstellung des Landes Schleswig-Holstein oder das Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen zu Anhörungen und Besprechungen ein. Zentraler Ansprechpartner auf Ebene der Bundesländer ist die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz der Freien Hansestadt Hamburg, die die federführende Leitung einer Projektgruppe des Länderausschusses für Arbeitsschutz und Sicherheitstechnik (LASI) innehat. Natürlich stand der CCV auch mit anderen Verbänden, deren Mitglieder von einem Verbot der Sonntagsarbeit bedroht sind, in engem Kontakt, um künftige Bündnisse zu schmieden.

Studienergebnisse sprechen für Sonntagsarbeit

Grundlage aller Gespräche war eine solide Daten- und Zahlenbasis. Der CCV führte dazu mit CCV-Mitglied Verint Systems GmbH zwei Studien zum „Service am Wochenende“ durch. Dabei wurde deutlich, dass Verbrauchern die Erreichbarkeit von Unternehmen am Samstag und Sonntag extrem wichtig ist. Zudem wurden die Auswirkungen einer möglichen Regelschärfung in ganz Deutschland offensichtlich. So zeigt sich, dass die seit dem Urteil entstandene Rechtsunsicherheit vielen Unternehmen große Sorge bereitet. Zwar waren nur 16 Prozent der Teilnehmer zum Zeitpunkt der Umfrage direkt vom Beschäftigungsverbot an Sonn- und Feiertagen betroffen, dennoch stimmten 80 Prozent der Forderung des CCV und einer bundeseinheitliche Neuregelung der Sonn- und Feiertagsarbeit zu.

Verbraucher wünschen Erreichbarkeit an Sonntagen

„Unsere Erfahrung zeigt eindeutig, dass Verbraucher gerade an Sonn- und Feiertagen effiziente Beratung wünschen. Service darf



keine Öffnungszeiten haben.“, kommentiert Otto E. Vogel, Geschäftsführer der CommuniGate Kommunikationsservice GmbH, die Interessensverletzung von Verbrauchern, denen letztlich der Kundenservice am Wochenende nicht zur Verfügung steht. Überraschend war für den CCV, dass in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Nutzen der Call- und Contactcenter-Branche erstmals deutlich herausgestellt wurde. Verbraucher fürchten um fehlenden Kundenservice am Wochenende!

Kunden sehen Erreichbarkeit als wichtiges Kaufkriterium

Nach den Ergebnissen der Studie ist für viele Verbraucher der Service entscheidender als der Preis. Das gilt vor allem für Banken, Versicherungen und TV- und Kabelnetzanbieter. Eine größere Rolle spielen Kosten in der Energiebranche, der Telekommunikation und bei Autovermietungen. Darüber hinaus zählt aber auch, wie gut ein Anbieter die Anforderungen und Wünsche seiner Kunden kennt. Das heißt: Die persönliche Erreichbarkeit ist

Quelle: Verint/CCV (2015): Kundenservice am Wochenende – Ergebnisse der Verbrauchbefragung Teil 1, Seite 2.

Quelle: Verint/CCV (2015), „Kundenservice am Wochenende – Ergebnisse einer Verbraucherbefragung Teil 1“, Seite 9.

Was ist für Sie bei der Auswahl eines Service Providers unverzichtbar?

1	Persönliche Erreichbarkeit des Anbieter (des Produktes / der Dienstleistung) außerhalb der üblichen Geschäftszeiten	62 %
2	Gute Beratung	59 %
3	Erreichbarkeit über verschiedene Medien (z. B. Telefon, E-Mail, Soziale Medien etc.)	58 %
4	Niedrige Preise	54 %
5	Kenntnis meiner Anforderungen und Wünsche	42 %
6	Persönlicher Ansprechpartner	40 %
7	Das Image der Marke	33 %

Callcenter erwirtschaften meisten Umsatz am Wochenende

Rund 1/4 des Jahresumsatzes erwirtschaften Call- und Contactcenter an Sonntagen. Mehr als ein Drittel der Unternehmer rechnet aufgrund des Arbeitsverbots mit Umsatzeinbußen zwischen 0,5 und 5 Mio. Euro jährlich. Bei mehr als 7 Prozent wird der Umsatzverlust sogar deutlich über 5 Mio. Euro jährlich liegen. Das heißt: Call- und Contactcenter und nachgelagerte Branchen müssen mit enormen Umsatzeinbußen rechnen.

Ein Arbeitsverbot wird nicht dazu führen, dass sämtliche Dienstleistungen, die bislang an Sonn- und Feiertagen erbracht wurden, auf Werktage verschoben werden. Auftraggeber werden ihre Leistungen ins Ausland verlagern. Dabei wird es dem einen oder anderen sinnvoll erscheinen, die Leistung nicht nur an bestimmten Tagen im Ausland erbringen zu lassen, sondern vielmehr den gesamten Auftrag auszulagern. Das heißt: Durch das Arbeitsverbot werden Auftraggeber überlegen,

ob sie den deutschen Callcentermarkt verlassen und ihre Aufträge ins deutschsprachige Ausland abgeben.

Unterstützen Sie den CCV!

Der CCV-Vorstand hat im Interesse der betroffenen Verbandsmitglieder und der gesamten Branchenunternehmen der Beibehaltung der Sonntagsarbeit in Deutschland höchste Priorität eingeräumt. ■



Dirk Egelseer
Ressort Recht & Regulierung
CCV



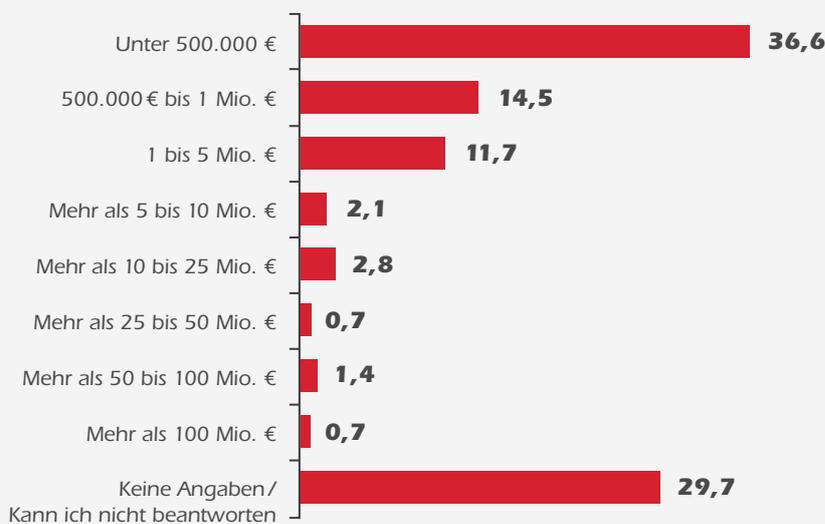
Otto E. Vogel
Geschäftsführer
CommuniGate

für Verbraucher das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Service Providers. Unternehmen, die diese nicht gewährleisten können, haben einen Wettbewerbsnachteil.

Derzeitige Situation schafft Chaos

Derzeit prüfen fast alle Landesregierungen ihre gesetzlichen Bestimmungen. In Hessen dürfen Callcenter nur betrieben werden, die sich auf das Privileg der Rundfunk- oder Pressefreiheit beziehen können. Das heißt: Die unsicheren, bürokratischen Vorgaben bremsen Neueinstellungen und Investitionen. Sie führen zu einem verzerrten Wettbewerb zwischen den Bundesländern und erschweren die Planungssicherheit für Betreiber und Kunden. Eine Projektgruppe des Länderausschusses für Arbeitsschutz und Sicherheitstechnik (LASI) soll die Möglichkeiten einer Neugestaltung der Sonn- und Feiertagsbeschäftigung ausloten. Nach ersten Informationen ist eine Neuregelung in Form einer bundeseinheitlichen Verordnung geplant. Eine denkbare Alternative ist die Änderung des Bundesarbeitszeitgesetzes.

Welche Umsatzeinbußen befürchten Sie?



n = 145, Angaben in %

Quelle: Verint/CCV (2015), „Kundenservice am Wochenende – B2B-Befragung (Chartband – Onlinebefragung) Teil 2“, Folie 21.

BÜNDNIS FÜR SONNTAGSARBEIT

Call- und Contactcenter-Betreiber vereinigt Euch!



Aufruf zum „Bündnis für Kundenservice an Sonn- und Feiertagen“: Das Urteil des Bundesverwaltungsgericht zur Sonn- und Feiertagsarbeit ist wie ein Ungeheuer, das durch die Call- und Contactcenter-Branche schleicht und im Bundesland Hessen dafür gesorgt hat, dass seit fast einem Jahr an Sonn- und Feiertagen die Telefone still und die Arbeitsplätze leer bleiben. Es hat auch dafür gesorgt, dass viele Unternehmer in den anderen Bundesländern unsicher sind, weil sich das Urteil ebenso auf diese auswirken kann. Hintergrund ist, dass Gesetzgeber und Behörden aufgrund des Rechtsstaatsprinzips in Artikel 20 Abs. 3 Grundgesetz an Urteile der obersten deutschen Gerichte gebunden sind. Sie müssen rechtswidrige Gesetze und Verordnungen aufheben.

CCV startete Branchenaufruf

Fraglich ist an dieser Stelle, wann dies passiert und ob es eine Neuregelung geben wird, die künftig eine rechtssichere Beschäftigung an Sonn- und Feiertagen in Deutschland erlaubt. Ein bundesweites Verbot der Sonntagsarbeit ist durchaus möglich. Deswegen bedarf es einer gemeinsamen Initiative, die nicht nur CCV-Mitgliedsunternehmen, sondern die gesamte Branche mit einbezieht und die Kraft aller möglicherweise Betroffenen bündelt. Der CCV, der bereits seit November 2014 aktiv die Interessen der Branche zu diesem Thema vertritt und zahlreiche Gespräche mit Politik und Öffentlichkeit führte, hat im August

2015 zur Teilnahme am „Bündnis für Kundenservice an Sonn- und Feiertagen“ aufgerufen. Ziel ist es, Kräfte zu bündeln und sich gemeinsam für den Erhalt der Sonn- und Feiertagsarbeit in Deutschland stark zu machen. Konkurrenzlagen zwischen Unternehmen und anderen Marktteilnehmern sollten im Sinne dieses gemeinsamen Ziels für den deutschen Call- und Contactcenter-Markt in den Hintergrund treten. Es gilt, die Auslagerung von Aufträgen ins Ausland und eine Schwächung des Call- und Contactcenter-Standortes Deutschland zu verhindern.

„ALS „STIMME DER BRANCHE“ HAT DER CCV BEREITS VIEL ERREICHT.“

Gewerkschaften strikt gegen Sonntagsarbeit

Die Fürsprecher des Verbots der Sonntagsarbeit bezogen ebenfalls Position. Auf ihrer Bundesfachbereichskonferenz am 27. und 28. März 2015 in Berlin hatten die Delegierten des ver.di-Fachbereichs „Besondere Dienstleistungen“ eine weitere Einschränkung der Sonntagsarbeit in Callcentern gefordert. Hintergrund ist die von Delegierten aus der Callcenter-Branche vorgetragene „massive Ausweitung“ der Sonntagsarbeit in den letz-

ten Jahren. Weitere offizielle Gewerkschaftsstellungnahmen zum Thema existieren nicht. Der für Callcenter zuständige Gewerkschaftsvertreter Ulrich Beiderwieden stellte fest, dass zunehmend Tätigkeiten von Callcentern aus Hessen abgezogen und in andere Bundesländer verlagert werden, wo dies aufgrund der dort geltenden Genehmigungen noch möglich ist. Bedarf und Nachfrage würden nach der Gewerkschaftsmeinung auch an sechs Tagen genügen. Die Bedürfnisse von Kunden und die geschäftlichen Aktivitäten der Anbieter würden durch das Verbot in guten Einklang miteinander gebracht werden. Ver.di steht mit dieser Ansicht konträr zur Argumentation des CCV, der eine Beibehaltung von Sonntagsarbeit in Call- und Contactcenter erreichen möchte.

CCV kritisiert Gewerkschaftsposition

Mit dem Versuch, ihre Position zum Thema zu stärken, startete ver.di eine bundesweite Unterschriftenaktion. Diese Herangehensweise ist auch deshalb interessant, da die Gewerkschaft Unterstützung bei den Personen sucht, die von einem Verbot besonders betroffen sind: den Verbrauchern. Zur Kampagne von ver.di erklärte Dirk Egelseer, Vorstandsmitglied des Call Center Verband Deutschland e.V., Ressort Recht & Regulierung: „Das Arbeitsverbot in Callcentern an Sonn- und Feiertagen schadet den Verbrauchern und Arbeitnehmern gleichermaßen. Studien belegen, dass viele Kunden Callcenter-Dienste am Wochenende als unverzichtbar ansehen. Wir brauchen hier nicht mehr Restriktion, sondern



eine Regelung, die einer modernen Dienstleistungsgesellschaft Rechnung trägt und Wettbewerbsfähigkeit gewährleistet. Deutschland wäre mit einem Verbot umringt von Staaten, die sich durch legale Sonntagsarbeit in Callcentern einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen. Dadurch werden Arbeitsplätze in Deutschland vernichtet. Viele Beschäftigte fühlen sich zudem durch das Verbot von Sonntagsarbeit bevormundet und um den – häufig mit attraktiven Zuschlägen versehenen – Verdienst gebracht.“

Gemeinsam stark: Verbände und Unternehmen

Bisher sind dem Aufruf des CCV als Initiator des Bündnisses mehr als 20 Unternehmen und Verbände gefolgt, die durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts betroffen sind oder das Engagement für richtig und sinnvoll halten. Die Liste der Unterstützer zeigt, dass Vertreter fast aller Bereiche der vielschichtigen Branche im „Bündnis für Kundenservice an Sonn- und Feiertagen“ vertreten sind. Zusätzlich zu den offenen Unterstützern des Bündnisses reißen sich weitere Unternehmen ein, die jedoch nicht in der ersten Reihe stehen wollen. Die Unterstützungsformen für das Ziel einer Legalisierung der Sonntagsarbeit in Callcentern sind also breit gefächert und vielfältig.

- 3C DIALOG GmbH
- BNP Paribas Deutschland / Consors Bank
- Sykes Enterprises Bochum GmbH & Co. KG

- Capita (Germany) GmbH
- Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)
- DKB Service GmbH
- erf24 touristic services GmbH
- getaline GmbH
- Hanseatisches Wein- und Sekt- Kontor GmbH
- Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland e.V. (IVD)
- Invitel Unternehmensgruppe
- KiKxxl GmbH
- mobilcom-debitel GmbH
- TAS Mülheim GmbH
- Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)
- Xact the voice company GmbH

Rechtssichere Neuregelung schaffen!

Der CCV stand seit der Urteilsverkündung mit verschiedenen Ansprechpartnern auf Bundes- und Landesebene über die Beibehaltung der Sonn- und Feiertagsbeschäftigung in Kontakt und hat erreicht, dass der Gesetzgeber grundsätzlich gewillt ist, sich mit einer Neufassung der Sonn- und Feiertagsbeschäftigung in Deutschland zu befassen.

Als „Stimme der Branche“ hat der CCV bereits viel erreicht. Eine Projektgruppe des Länderausschuss für Arbeitsschutz und Sicherheitstechnik (LASI) soll dazu die Möglichkeiten einer Neugestaltung ausloten. Nach ersten Informationen ist eine Neuregelung in Form einer bundeseinheitlichen Rechtsverordnung geplant. Die Arbeits- und Sozialministerkonferenz (ASMK) soll Ende November 2015 einen entsprechenden Prüfauftrag beschließen.

Das Urteil ist aber viel weitreichender und betrifft verschiedene Teilbranchen. Insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Versandhandel, Banken, Versicherungen, Videotheken, Telekommunikation und Tourismus sind stark von einem Verbot betroffen. Unter dem Motto: „Gemeinsam stärker – Kräfte bündeln“ hatte der CCV das Bündnis initiiert, dass in Form eines Rechtsgutachtens von einem namhaften Universitätsprofessors mit Forschungs- und Arbeitsschwerpunkt im Staats- und Verwaltungsrecht eine unabhängige Expertise erarbeiten soll, um der Politik und Öffentlichkeit einen praxistauglichen und branchengerechten Lösungsvorschlag vorzulegen.

Unterstützen auch Sie das Bündnis!

Mitmachen kann jeder, der sich für den Erhalt der Sonntag- und Feiertagsarbeit in Deutschland einsetzen möchte. Mehr Informationen unter: <http://bit.ly/Sonntagsarbeit> ■



Dirk Egelseer
Ressort Recht & Regulierung
CCV



Enrico Rennebath
Verbandsjurist
Leiter Recht & Regulierung
CCV

ALLES WHITEPAPER ODER WAS?!

Nachwuchs in der CCV-Whitepaper-Reihe

VON ENRICO RENNEBARTH, LEITER RECHT & REGULIERUNG, VERBANDSJUSTITIAR DES CCV

Auf den ersten Blick haben ein Wegeunfall und ein Heimarbeitsplatz rein gar nichts gemeinsam. Im Bezug zu einer Tätigkeit in einem Call- oder Contactcenter wird aber schnell klar, dass Kundenservice nicht nur im klassischen Großraumbüro, sondern in gleicher Weise auch vom heimischen Wohnzimmer aus geleistet werden kann.

Das Gefährdungsrisiko für einen Wegeunfall in den eigenen vier Wänden ist wahrlich gering einzuschätzen. Auf dem täglichen Weg zur Arbeitsstätte zu den zahlreichen Call- und Contactcenter-Standorten in Deutschland kann aber schon mal der ein oder andere Verkehrs-

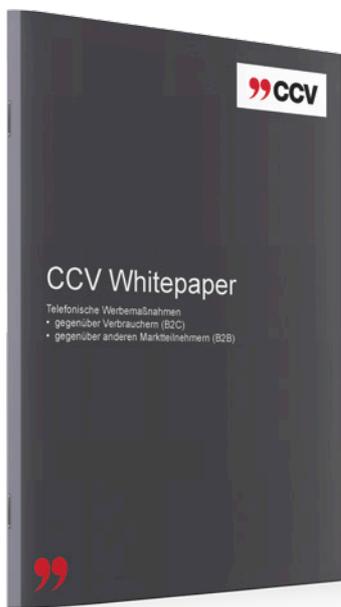
unfall erfolgen. Doch was muss der Arbeitgeber bei der Unfallmeldung beachten? Was ist eigentlich bei Arbeitsunfällen zu tun? Und bei Brandschutz und Notfall gab es doch auch einzuhaltende gesetzliche Vorgaben ...

Brandschutz, Wegeunfall und Sicherheitsunterweisung

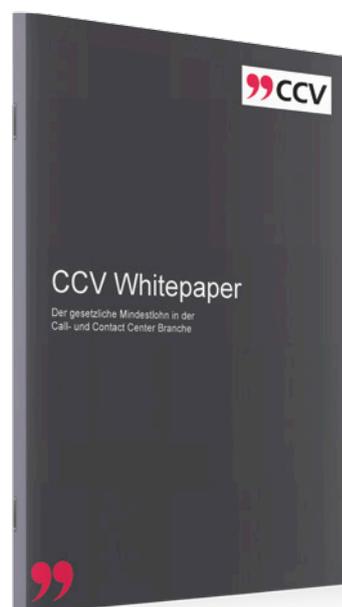
An diesem Punkt setzt erstmals das CCV-Whitepaper „Arbeitsschutz im Call- und Contactcenter“ an. Gemeinsam mit CCV-Neumitglied planen + steuern GmbH stellt der Verband seinen Mitgliedern wertvolle Hinweise rund um das Thema Arbeitsschutz zur Verfügung. Grundlagen und Übersichten zu Brandschutz- und Notfallmaßnahmen werden genauso be-

handelt wie die Anforderungen an Erste-Hilfe-Maßnahmen oder bei Arbeits- und Wegeunfällen. Interessant wird – gerade für Start-ups – das Thema Versicherungspflichten. Das neue Whitepaper ist voraussichtlich ab Mitte November verfügbar.

Die Träger der Gemeinsamen Deutschen Arbeitsschutzstrategie (GDA) und die Sozialpartner unterzeichneten ein „Leitlinienpapier zur Neuordnung des Vorschriften- und Regelwerkes im Arbeitsschutz“, in dem sich Bund, Länder und Unfallversicherungsträger auf ein einheitliches und konsistentes Regelungssystem aus staatlichen Vorschriften und autonomer Rechtsetzung verständigten.



Whitepaper: Telefonische Werbemaßnahmen



Whitepaper: Gesetzlicher Mindestlohn

Branchenregeln sollen dabei im Kombinationsmodell staatliche Regeln ergänzen, ohne Rechtsverbindlichkeit zu entfalten; aber Maßnahmen und Pflichten im Arbeits- und Gesundheitsschutz empfehlen. Die neue DGUV „Branchenregel Callcenter“ wird derzeit im Dialog mit der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV), der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) und dem CCV entwickelt, um konkrete Präventionsmaßnahmen bis Ende 2015 zu erarbeiten. Diese wird sich mit folgenden Grundthemen befassen:

- Erfüllung der Rechtspflichten zur Verhütung von Arbeitsunfällen,

Berufskrankheiten und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren,

- branchenspezifische Arbeitsverfahren, Tätigkeiten und Arbeitsplätze,
- Gesundheitsförderung, Arbeitshygiene, Ergonomie und Barrierefreiheit.

Das neue Whitepaper gibt einen Einblick in die wichtigsten Anforderungen an Sicherheitsunterweisungen in Call- und Contactcentern.

Telearbeit, Homeoffice & Co.

Mit der immer beliebter werdenden Arbeitswelt in den heimischen vier Wänden befasst sich das jüngste CCV-Whitepaper „work@home“, das gemeinsam mit CCV Neumitglied GEFTA

– Gesellschaft für Telearbeit durch den Dschungel der unterschiedlichen Begrifflichkeiten und Formen für Teleheimarbeit und den damit verbundenen rechtlichen Bestimmungen führen soll.

Wie hat ein work@home-Arbeitsvertrag auszusehen? Darf auch am Sonntag gearbeitet werden? Was ist beim Datenschutz und der Datensicherheit zu beachten? Aber auch auf Arbeitnehmerseite werden Fragen beantwortet: Kann ich Werbungskosten für ein häusliches Arbeitszimmer geltend machen? Wie sehen meine Mitbestimmungsrechte aus? Muss ich meine Hausratsversicherung über meinen Teleheimarbeitsplatz informieren? ■



Whitepaper: Multichannel im LiveCallCenter



Whitepaper: Work@home

Die gesamte **CCV-Whitepaper-Reihe** ist auf www.callcenter-verband.de erhältlich.



AGENDA

Themen der Mitgliederversammlung 2015

Mach mit, mach's nach, mach's besser! Es ist wieder so weit! Die CCV-Mitgliederversammlung 2015 steht im Zeichen von Vorstandswahlen für die „Stimme“ der deutschen Call- und Contactcenter-Branche sowie ihrer Dienstleister.

Rückblicke auf die letzten zwei Jahre

Auf der Tagesordnung stehen aber auch die Berichte der einzelnen Vorstandsmitglieder, die im November 2013 in Rennen gegangen sind, und auch die Beschlussfassung über mögliche Anträge, die die Mitgliedsunternehmen oder die Vorstandsmitglieder bis zum Beginn der Mitgliederversammlung noch einreichen können.

Rechenschaft / Bewerbung

Für die „alten“ Vorstandsmitglieder heißt es Rechenschaft gegenüber den Mitgliedern ablegen!

Was ist in den vergangenen zwei Jahren des Mandats passiert? Einen ersten Einblick über die Herausforderungen, denen sich das Team um CCV-Präsident Manfred Stockmann gestellt hat, erhalten Sie bereits vorab auf den CCV-News-Seiten 16 bis 22. Weitaus interessanter werden für Sie und alle Mitglieder sicherlich die Kandidaten für den neuen Vorstand sein. Oder stellen Sie sich vielleicht sogar selbst zur Wahl?

Von der Wiege bis zur Bahre ...

...Formulare, Formulare! Die an dieser Stelle abgedruckte Tagesordnung der CCV-Mitgliederversammlung 2015 ist gekürzt. Die vollständige Fassung, die dem deutschen Vereinsrecht genügen muss, enthält noch weitere Unterpunkte wie die Berichte der Rechnungsprüfer oder die Regelungen zur Eröffnung der Wahlgänge, Verteilen der Stimmzettel etc.

Ihr Team der CCV-Geschäftsstelle

Beate Mietzner (Assistentin des Vorstandes und Referentin Finanzen & Controlling), Jödis Harenkamp (Managerin Public Relations & Inklusion), Sandra Fiedler (Managerin Public Relations, Marketing & Events), Enrico Rennebarth (Leiter Recht & Regulierung, Verbandsjustitiar) ■

Die Tagesordnung

1. Begrüßung und Eröffnung
2. Vorstandsberichte
3. Vorstandswahlen
4. Abstimmung über Anträge
5. Schlussworte



VORSTAND

Kandidatur & Rechenschaftsberichte



WER WIRD NEUER VORSTAND?

Drei Fragen an die bisher Kandidierenden



Manfred Stockmann,
CCV-Präsident



Walter Benedikt,
CCV-Vizepräsident



Dirk Egelseer,
CCV-Vorstand Ressort Recht & Regulierung

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Es wird weiterhin darum gehen, den bisher sehr positiv verlaufenen Ausbau der politischen Vernetzung und Positionierung weiter zu stärken und zu festigen. Zusätzlich gilt es, unsere Stärken als Netzwerk- und Wissensplattform für aktuelle Entwicklungen attraktiv zu halten und zu erweitern.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Der CCV soll seine Bedeutung als verlässliche Institution für alle Branchenteilnehmer zu Medien, Politik und sonstigen Interessensvereinigungen weiterentwickeln. Im Zentrum steht das Image seiner Mitglieder, erst an zweiter Stelle kommt das allgemeine Branchenimage, das häufig von den vielen unorganisierten CC-Einheiten beeinflusst wird. Eine Mitgliedschaft im CCV steht damit für ein verantwortungsvolles Handeln nach innen und außen.

Wie wollen Sie das erreichen? Je breiter die Basis, desto deutlicher finden wir Gehör. Also geht es auch darum noch mehr Unternehmen in unser Netzwerk zu holen. Die Erkenntnis, dass wir gute Arbeit für die Branche leisten hat sich ja schon verbreitet. Weiterhin gilt es, bestehende Kontakte zu pflegen und weiter auszubauen.

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Neben Themen wie Image, Qualität und Digitalisierung werden uns vor allem die Rekrutierung von qualifiziertem Personal und der Umgang mit Regulierungen unserer Branche beschäftigen. Auch das Thema Multichannel wird in den nächsten Jahren weiterhin eine Rolle spielen und in der Umsetzung erst an Fahrt gewinnen.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Wir sind aktuell auf einem sehr guten Weg, was die Zusammenarbeit mit der Politik betrifft. Diesen Weg möchte ich weiterverfolgen. Denn wenn wir rechtzeitig mitgestalten, können wir im Sinne unserer Mitglieder und der Branche noch einiges mehr bewirken.

Wie wollen Sie das erreichen? Das Ehrenamt beim CCV hat für mich einen wichtigen Stellenwert und ich nehme meine Aufgabe sehr ernst. Dabei gilt es, die Balance zwischen öffentlichem Agieren und alltäglichen Verwaltungsarbeiten zu finden. Wir sind mit unserer Geschäftsstelle in Berlin sehr gut aufgestellt. Wenn wir alle weiterhin an einer effizienten Verbandsstruktur arbeiten und unsere Interessen nach außen effektiv vertreten, haben unsere Mitglieder davon den größten Nutzen.

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Der CCV steht immer wieder im Zentrum von Regulierung und Verbraucherschutz. Die aktuellen Themen wie das Verbot der Sonn- und Feiertagsarbeit sowie die anstehende Evaluierung des Gesetzes zur Bekämpfung unlauterer Geschäftspraktiken sind hierfür nur die prominentesten Beispiele.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Wir haben es in den letzten Monaten geschafft, erster Ansprechpartner der Politik für diese Themen zu werden. Es gilt nun, diese Position auszubauen und dafür zu nutzen, anstehende Gesetzgebungs- und Regulierungsvorhaben konstruktiv aber kritisch, mit Sachverstand und Durchsetzungskraft zu begleiten um für die Branche die jeweils bestmöglichen Positionen durchzusetzen.

Wie wollen Sie das erreichen? Für die anstehenden Aufgaben bedarf es eines hohen Maßes an persönlichem und organisatorischem Einsatz aller Beteiligten, denn die Politik lebt von Kontakten und Kontakte leben von ihrer Pflege. Ich bin davon überzeugt, dass wir so viel gemeinsam bewegen können und schon bewegt haben. Dafür maßgeblich mitzuwirken biete ich mit meiner Kandidatur als Vorstand Recht & Regulierung an.

CCV-MITGLIED WERDEN:**DIE RAHMENBEDINGUNGEN GESTALTEN UND DIREKT PROFITIEREN!**Nutzen Sie gleich den Mitgliedsantrag auf **Seite 40**.

Leo Staub-Marx,
CCV-Vorstand Ressort Finanzen & Inklusion



Roy Reinelt,
CCV-Vorstand Ressort Marketing



Anja Bonelli,
CCV-Vorstand Ressort Mitglieder

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Der Verband muss solide intern wirtschaften. Es wurden wichtige Weichen gestellt, insbesondere die Geschäftsstelle wurde gestärkt. Mit vier Mitarbeiter/innen sind wir gut aufgestellt. Lobbyarbeit ist für unsere Branche extrem wichtig. Mit einem Federstrich können wir weiter reglementiert werden, Stichwort Sonntagsarbeit. Diese Arbeit sichtbar zu machen ist wichtig und gelingt gerade auch über nicht selbstverständliche Dinge, wie durch den Einsatz für Menschen mit Handicap und das Ermöglichen von Chancen für Menschen unterschiedlichster Herkunft.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Ich möchte erreichen, dass die Branche als seriöse Branche wahrgenommen wird, für die es sich lohnt, sich einzusetzen.

Wie wollen Sie das erreichen? Indem ich Nicht-Mitglieder von der Wichtigkeit der Verbandsarbeit überzeuge. Ich möchte Projekte forcieren, die die Interessen unserer Mitglieder, unserer Branche und den Verband stärken. Ich werde die Gelder der Mitglieder auf einer soliden Basis weiter verwalten und mich gleichzeitig dafür einsetzen, dass wichtige Themen weiter durchgeführt werden können.

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Aus meiner Sicht sind das Zukunftsfähigkeit, Imagearbeit, das Mitwirken bei Recht und Regulierung und echte Mehrwerte für unsere Mitglieder schaffen.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Ich möchte wieder für den Posten Vorstand Marketing kandidieren, weil der Job noch nicht erledigt ist. Wie man meinem Rechenschaftsbericht entnehmen kann, haben wir einige Projekte ins Rollen gebracht, aber einige sind erst in den Startlöchern und andere noch in der Planung, aber schon fertig konzipiert und warten nur noch auf die Umsetzung.

Wie wollen Sie das erreichen? Diese Projekte beinhalten zum Beispiel den Relaunch der CCV-Website, die nicht nur als Visitenkarte im Netz und Informationsquelle dient, sondern auch einen hochkomplexen Mitgliederbereich enthält. Außerdem werden neben allen Veranstaltungen und CCV-Whitepaper, die dort verwaltet werden, auch für den CCV wertvolle Leads generiert, aus denen Mitglieder gewonnen werden. Außerdem existieren Konzepte, wie das Potential der Ausschreibungsplattform in Hinsicht auf Monetarisierung und Mitgliedergewinnung besser genutzt werden kann.

Was sind die wichtigsten Themen für den CCV in den kommenden zwei Jahren? Der Regulierungswahn wird auch weiterhin das wichtigste Aufgabengebiet für den CCV bleiben. Doch auch die fortschreitende Digitalisierung trifft unsere Branche stark, verändert sie und fordert neue Modelle. Hier kann der CCV insbesondere mit seinen variantenreichen Netzwerkmöglichkeiten eine sinnvolle Plattform bieten. Damit bin ich beim wichtigsten Punkt: Echtes und funktionierendes Netzwerken. Neben der Lobbyarbeit – die letztendlich auch nichts anderes als Kommunikation bedeutet – eindeutig das stärkste Argument für den CCV.

Was wollen Sie in dieser Zeit für den CCV und seine Mitgliedsunternehmen erreichen? Dass die genannten wichtigsten Themen professionell weiterverfolgt werden und unser größtes Asset – unsere Mitglieder – sich gut aufgehoben fühlen. Und im CCV einen echten und messbaren Mehrwert sehen und vor allem erleben.

Wie wollen Sie das erreichen? Mit Pragmatismus, Spaß an Innovation, sowie einem starken Netzwerk. Und meiner Liebe zu wertgebenden Events, Leadgenerationsprozessen sowie KPI und ROI-Betrachtungen von Mitgliedsentwicklungen. Ach, fast hätte ich meinen (fast immanenten) Humor vergessen.

MANFRED STOCKMANN

Präsident



Eine anstehende Vorstandswahl ist auch immer eine gute Gelegenheit für eine Standortbestimmung: Was haben wir erreicht? Was steht noch an? Welche Aufgaben stehen auch in der Zukunft auf der Agenda derjenigen, die die Geschicke des Verbandes leiten? Die wesentlichen Arbeitsinhalte und -ergebnisse sind daher im Folgenden nach den einzelnen Vorstandsressorts gegliedert. Aber trotzdem gilt ganz wie in allen Mannschaftssportarten: Nur Teamwork führt zum Erfolg!

Lassen Sie mich den Bogen zum Gesamtverständnis etwas weiter spannen. Als ich vor zwölf Jahren, im November 2003, nach vier Jahren im Vorstand, das Amt des Präsidenten antrat, war der CCV (damals Call Center Forum) noch ein reines Fachkräftenetzwerk. Zwar hatten wir schon eine Medien- und PR-Agentur beauftragt, aktive Öffentlichkeitsarbeit für eine doch schnell wachsende, aller-

dings überwiegend noch unbekannte Branche zu machen, die Kampagne „Faire Chance mit Handicap“ (heute Inklusion) lief im zweiten Jahr und auch der Quality Award ging schon in die vierte Runde.

Politikarbeit jedoch war für die Mehrheit der Mitglieder noch weit weg. Und doch begannen dann vor 10 Jahren erste zaghafte Schritte, bestehende Verbindungen zu nutzen. Erst 2007 mit Günter Wallraff kam Bewegung in das Thema. Die Öffentlichkeit hatte schlagartig eine klare Vorstellung was Callcenter sind und wie sie agieren. Die Politik trat auf den Plan, der Verbraucherschutz bekam Rückenwind und die UWG Novelle mit bis dahin unvorstellbaren Einschränkungen für das Geschäftsmodell Callcenter trat alsbald in Kraft. Die Branche traf das weitestgehend unvorberichtet, denn in entsprechende professionelle Lobby-Strukturen zur Interessensvertretung hatte man nicht investiert. Doch wir haben uns als Verband schnell dieser Herausforde-

rung gestellt und unsere Strukturen neu ausgerichtet.

Warum ich diesen Bogen spanne? Nun, acht Jahre später stehen wir wieder vor einer möglicherweise einschneidenden Veränderung. Das drohende Aus für die Sonn- und Feiertagsarbeit. Heute sind wir als Verband zwar personell, vom Know-How und unserer Vernetzung besser aufgestellt, das Engagement einiger Unternehmen über den Mitgliederkreis hinaus ist sehr beachtlich. Doch angesichts der Anzahl betroffener Unternehmen duckt sich die große Masse schon wieder weg, wenn es darauf ankommt, eine klare Position zu beziehen und ein Gesicht zu zeigen.

Ich finde es schade, dass ein Zusammenstehen in den zentralen Branchenfragen immer noch nicht selbstverständlich ist und viele sich verleugnen oder irgendwelche Alleingänge unternehmen. Stärke demonstriert man als selbstbewusste Branche in meiner Vorstellung anders.

Doch kommen wir zu meinem eigentlichen Bericht über die vergangenen zwei Jahre. Im Laufe der Jahre haben sich trotz zusätzlicher Ressorts und einer personell gewachsenen Geschäftsstelle auch im Ressort des Präsidenten die Aufgaben stetig erweitert. So gehören heute zu den Hauptaufgaben die Repräsentation des Verbandes nach außen, die Verantwortung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Vertretung des Verbandes innerhalb der europäischen Dachvereinigung ECCCO sowie in anderen nationalen und internationalen Gremien. Des Weiteren gehört dazu die Führung der Geschäftsstelle in Berlin, der Kontakt zu Hochschulen, oftmals der Erstkontakt zu Kooperationspartnern sowie zu anderen Verbänden.

Gerade in den vergangenen sieben Jahren entwickelte sich, wie oben schon angeschnitten, immer intensiver die politische Arbeit, die Entwicklung hin zum Interessensverband einer schnellwachsenden, umsatz- und mitarbeiterstarken Branche.

Dem begegnen wir mit professioneller Medienarbeit und stellen uns dem Gespräch mit den Gewerkschaften, auch wenn wir nicht als Arbeitgebervertretung fungieren. So sind wir heute deren erster Ansprechpartner für die Call- und Contactcenter-Branche und uns bietet sich die Chance so manches Thema im Vorfeld zu deeskalieren oder für uns besser einschätzen zu können.

Dass der CCV als Vertreter für verantwortungsvolle und qualitätsbewusste Mitgliedsunternehmen steht, ist bei der Politik angekommen. Nicht zuletzt da wir schon bei der Entwicklung der Customer Contact Center Norm DIN EN 15838:2009 in den Jahren 2006 bis 2009 die Federführung in Deutschland übernahmen. So koordinierte der CCV die Partner im deutschen Spiegelkomitee beim DIN und ich übernahm die Funktion des Obmanns für die Delegation auf europäischer Ebene im CEN. Woraus sich auch ein ständiger Sitz beim DIN im Fachgremium für Dienstleistungsnormen allgemein ergab. Die Funktion eines Obmanns habe ich seit zwei Jahren wieder aktiv inne, nun allerdings bei der (Wei-

ter-)Entwicklung der Norm für Customer Contact Center auf internationaler (ISO) Ebene. Bei den Medien genießt der CCV ein hohes Ansehen als kompetenter Vertreter der Branche. Jede Woche erreichen uns mehrere Anfragen zu den unterschiedlichsten Themen. Ob es zu aktuellen Entwicklungen, technischen Herausforderungen, Off-Shoring, Entlohnung, Arbeitsbedingungen, Karrierechancen, Standortfragen, Rechtsverstößen usw. geht, die Liste ließe sich fast unbegrenzt fortsetzen. Für diese Anfragen im Jahr haben

„DIE POLITIK SCHÄTZT DEN CCV ALS VERLÄSSLICHEN UND KONSTRUKTIVEN PARTNER.

wir in der Regel eine Antwort oder können auf Experten in unserem weiten Netzwerk zurückgreifen. Sehr hilfreich sind dabei natürlich die in vielen Jahren gewachsenen persönlichen Kontakte weit über die Kernbranche hinaus. Zu den Fachmedien setzen wir seit vielen Jahren auf gute Partnerschaften. Der Tele-Talk ist von Beginn des ersten Quality Awards im Jahr 1999 Medienpartner und Mitglied in der Jury und auf unserer monatlichen Seite berichten wir von aktuellen Themen. Im Call Center Profi findet sich unsere Rechtskolumne mit wertvollen Tipps für den CC-Alltag, die Call Center for Finance z.B. bildet eine unserer Brücken zu den Themen der vielen branchenspezifischen Inhouse Center, und in der Acquisa erscheint regelmäßige auf einer Doppelseite ein Best-Practice-Beitrag von unseren Mitgliedern.

Doch auch die Politik schätzt den CCV mittlerweile als verlässlichen und konstruktiven Partner. Unsere Kritik kommt bestimmt, doch immer wertschätzend und mit konkreten Vorschlägen. Unsere Begründungen sind nachvollziehbar und oftmals für die politische Seite mit neuen Sichtweisen und Informationen versehen.

Das wir 2015 nach vielen Jahren guter Zusammenarbeit und starker Entwicklung dennoch

unsere PR- und Medienagentur gewechselt haben, ist ein weiterer konsequenter Schritt näher an die Berliner Politik und die hier ansässigen anderen Wirtschaftsverbände zu rücken.

Unser Engagement im europäischen Dachverband zahlt sich ebenso auf vielfältige Weise aus. So erlauben u.a. die direkten Kontakte zu den mittlerweile über 20 nationalen Organisationen oftmals einen schnellen Austausch von spezifischen Länder-Informationen, die von Medien aber auch von unseren Mitgliedern nachgefragt werden. Auch über unverhoffte Geschäftsanbahnungen konnte sich so manches Mitglied in den letzten Jahren schon freuen, das die Gelegenheit zum persönlichen Austausch wahrgenommen hat. In Brüssel haben wir den Kontakt zu einigen Kommissionen und seit drei Jahren schlüsselt die European Contact Center Benchmark Study die Entwicklungen im geografischen Europa auf. Auf der CCW unterstützen wir über ECCCO seit zwei Jahren die „International Plaza“ mit interessanten Foren zur Kontaktherstellung und zum Informationsaustausch.

Für mich hat sich seit gut einem Jahr nach unerwarteten personellen Wechseln im Vorstand nun ein Team gebildet, bei dem jeder Einzelne seine Ressortaufgabe wieder sehr engagiert wahrnimmt, neue Impulse einbringt und mit Spaß und Freude an der Verbandsentwicklung arbeitet. Und die sich auch auf der menschlichen Ebene sehr gut verstehen. Das Team der Geschäftsstelle ist mittlerweile auf vier Mitarbeitende angewachsen. Vier sehr unterschiedliche und eigenständige Persönlichkeiten, die sich gut ergänzen, aufeinander achten und auf Augenhöhe mit dem Vorstand die Themen angehen und auch selbständig vorantreiben. Ein unschätzbare Vorteil, da ich selbst nur alle zwei oder drei Wochen auch persönlich vor Ort sein kann, um nicht nur Arbeitsthemen im persönlichen Kontakt zu besprechen.

Alles in Allem kann ich auf viele Fortschritte in den einzelnen Themen blicken, die in der Folge auch schon viele weitere Aktivitäten in den kommenden Jahren absehbar machen ■

WALTER BENEDIKT

Vizepräsident – kommissarisch, Ressort Neue Medien & Neue Technologien

Im Dezember 2013 wurde ich zum CCV-Vorstand für das neue Ressort „Neue Medien & Neue Technologien“ gewählt. Es war und ist mir ein Anliegen, mich mit diesem Ehrenamt aktiv in die Arbeit des CCV e.V. einzubringen. Die zwei vergangenen Jahre in diesem Amt haben mir gezeigt, dass es noch eine Menge an Möglichkeiten gibt, unserer Branche moderner und positiver darzustellen.

Als neuer Vorstand galt es zunächst, eine Ist-Analyse durchzuführen und auf dieser Grundlage eine zukunftsorientierte Strategie für den mir anvertrauten Bereich zu entwickeln. Das daraus resultierende Strategiepapier beinhaltet vor allem die Themen CCV-Onlinepräsenzen, sowie ein neues Veranstaltungsformat (Barcamp). Eine für alle verbindliche Social-Media-Guideline als E-Book schafft durch seine Vorgaben die Grundlage für eine einheitliche Außendarstellung auch in sozialen Netzwerken, bietet rechtliche Orientierungshilfe und wertvolle Tipps.

Ganz besonders wichtig ist mir die Stimme/Meinung unserer Mitglieder, daher habe ich die CCW 2014 genutzt, um eine kurze Online-Umfrage mit dem Titel „Auswirkungen und Anforderungen neuer Medien und Technologien in der Callcenter Branche“ anzustoßen. Mit Unterstützung unseres Schwesterunter-

nehmens result gmbh (u.a. Marktforschung) konnten wir kostenfrei einen professionellen Online-Fragebogen erstellen und die Ergebnisse entsprechend auswerten lassen. Die Aufbereitung der Daten in Form eines E-Books wurde allen Mitgliedern und Interessenten zur Verfügung gestellt.

„ MIT DEM CALLCENTER
BARCAMP HABEN WIR
EIN MODERNES UND
ZUKUNFTSWEISENDES
VERANSTALTUNGSFORMAT
INS LEBEN GERUFEN.

Mein Aufgabenbereich hat sich durch die Erweiterung des Vorstandressorts um die Aufgabe des Vizepräsidenten noch vergrößert, sodass nicht nur die neuen Medien im Mittelpunkt meiner Tätigkeit stehen. Daher habe ich mich sehr gerne auch „administrativen“ Aufgaben zugewendet.

Ganz nach dem Motto „unverhofft kommt oft“ galt es nach der Kündigung unseres Mietvertrags für die Geschäftsstelle passende Räumlichkeiten zu finden. Oberste Priorität hatte dabei die Lage sowie eine kostenneutrale Abwicklung. Mit etwas Einsatz und auch Glück konnte das Projekt erfolgreich und zügig ab-

geschlossen werden, die Geschäftsstelle ist seit 2014 in der Zimmerstraße ansässig. Als Repräsentant des CCV habe ich einige Termine wahrgenommen, hier sei eine gemeinsame Pressekonferenz mit dem DDV zum Thema „Branchenkodex“ genannt. Zu meinen Tätigkeiten gehörten selbstverständlich weitere offizielle Termine.

Einige von Ihnen werden den Wechsel unserer PR-Agentur bereits mitbekommen haben, wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit der Agentur ADVERB. Die Organisation und Auswertung einer öffentlichen Ausschreibung lag federführend bei mir.

Auch bei den internen Abläufen und der technischen Ausstattung gab es reichlich zu tun. Als Beispiel seien hier die Einführung eines CRM-Systems und der konsequenterer Umgang mit offenen Posten. Speziell die Arbeit mit der Geschäftsstelle hat sich als besonders professionell und effizient herausgestellt.

Zurück zum Thema „Neue Medien“: In Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle konnte der Twitter-Account (@ccvev) und eine CCV-Xing-Gruppe ins Leben gerufen werden und dies mit großem Erfolg. In Vorbereitung auf die CCW 2015 haben wir dazu passend ein Whitepaper mit dem Titel „Multichannel im Live-Callcenter“ organisiert und die entsprechenden Werbepartner dafür gewinnen können.

Last but not least: Mit dem Callcenter Barcamp haben wir ein modernes und zukunftsweisendes Veranstaltungsformat ins Leben gerufen, welches sein Kick-off Ende 2014 in Köln feiern durfte. Mit Berlin, Kassel und München haben wir die Reihe in 2015 mit Erfolg fortgesetzt. Selbstverständlich hat das Callcenter Barcamp eine eigene Homepage, einen Blog und ist auf den Kanälen Facebook und Twitter mit eigenem Profil aktiv. Die Organisation sowie die Präsenz auf den digitalen Kanälen macht noch immer viel Arbeit, aber auch Spaß. Durch die Suche geeigneter Sponsoren konnte ich zudem das Callcenter Barcamp als kostenneutrale Veranstaltungsreihe für den Verband ausrichten.

www.callcenter-barcamp.de ■



ROY REINELT

Ressort Marketing

Zwei Jahre sind vergangen seit das Ressort „Marketing“ ins Leben gerufen wurde. Damals habe ich mich dafür stark gemacht, dass dieses Ressort gegründet wird, denn die Defizite und der Optimierungsbedarf lagen klar auf der Hand.

Ich habe mir viel auf die Fahne geschrieben, denn 2 Jahre sind eigentlich eine lange Zeit, aber Verbandsarbeit mit einem Job in einem Unternehmen nicht zu vergleichen. Viele Dinge waren nur schwer in die Bahnen zu bringen, vieles wurde umgesetzt und einiges wurde aus diversen Gründen (noch) nicht umgesetzt.

In den letzten beiden Jahren im Amt des Vorstandes Marketing wurden folgende Themen von mir verantwortet, bearbeitet und zusammen und mit viel Unterstützung der Geschäftsstelle umgesetzt:

Einführung eines neuen Corporate Design

- inklusive Kurz-Logo „CCV“
- Claim „Die Stimme der Branche“
- Überarbeitung und Produktion aller CCV-Werbemittel
- Relaunch der Testimonial-Kampagne

Es gab bei Amtsantritt kein Corporate Design, keine klare Linie in den Werbemitteln, keinen Style Guide für die Agenturen des CCV. Ebenso war die Abkürzung und Nutzung des „CCV“ an Stelle von „Call Center Verband“ notwendig, um auch die Unternehmen zu erreichen, die zwar ein CC sind, sich aber nicht als solches sehen, welches die potenzielle Zielgruppe für den CCV deutlich erhöht. Der Claim „Die Stimme der Branche.“ soll verdeutlichen, dass der CCV der wichtigste Vertreter einer Branche ist und „die Stimme“ soll den Bezug auf CC-Agenten, deren Stimme man ja am Telefon hört, herstellen und aufzeigen, dass der CCV auch deren Vertreter ist.

Erarbeitung einer Positionierung, Wettbewerbsanalyse, USPs des Verbandes & Vermarktungsstrategie

Es war extrem wichtig und auch an der Zeit, sich für den CCV klar zu positionieren. Nicht



nur gegenüber den Mitgliedern, sondern auch dem Wettbewerb, der lange nicht gesehen wurde, aber auf einmal präsent war. Ebenso auf die Frage: „Was sind denn die Vorteile und Alleinstellungsmerkmale des CCV?“ waren die Antworten unterschiedlich, sogar auf Vorstandsebene. Diese wurden herausgearbeitet, Zielgruppen bestimmt, der Wettbewerb analysiert und daraus eine Vermarktungsstrategie erarbeitet, die jedem Ehrenamt im Verband hilft, neue Mitglieder zu gewinnen und einheitlich nach außen den CCV und seine USPs beschreiben zu können.

Des Weiteren sind folgende Punkte optimiert worden, allerdings sind diese ongoing und stehen immer wieder auf dem Plan und müssen beobachtet werden:

Verschlanung des Bewerberprozesses des Quality Awards

- Ergebnis: 24 Anmeldungen in 2015 – so viele wie noch nie und doppelt so viele wie beim CAf-Award über drei Länder

CCV News als Produkt überarbeitet

- Änderung der Auflage
- neues Pricing für Anzeigen mit dem Ergebnis, dass das Heft viel profitabler ist



Roy Reinelt führt das neue Corporate Design des CCV ein.

	CCV	CCClub	DDV	CCN	Kingstoner
Bruch/Regulierung	X				
Content/Software	X	X	X	X	X
Network	X	X	X	X	
Intercompany Image	X				

Nur der CCV deckt alle wichtigen Bereiche ab.

ANJA BONELLI

Ressort Mitglieder



Seit letzten Dezember bin ich als **Vorständin für unsere Mitglieder und die Mitgliedergewinnung aktiv. Durch meine Tätigkeit als Produktverantwortliche im internationalen Contactcenter-Umfeld bei der brightOne Consulting GmbH sowie meine früheren Position als DACH-Marketingleiterin bin ich mit der Klaviatur der Kundengewinnung und -haltung vertraut. Dank Studium der Marketingkommunikation wird all dies durch genügend Theorie gestützt. Und dank meines früheren Arbeitgebers – der Süddeutsche Zeitung – bei der ich als Pressesprecherin tätig war, kenne ich mich gut mit hierfür passenden Inhalten und Vermittlungstechniken in stark divergierenden Zielgruppen aus.**

Mein Wunschbild: Eine bedürfnisorientierte und zielgerichtete Ansprache

Mein Wunschbild ist eine persönliche und auf die Bedürfnisse unserer Interessenten und Mitglieder zugeschnittene zielgerichtete Ansprache. Zur besseren Verdeutlichung möchte ich ein Beispiel nennen: Ein Justiziar eines Unternehmens interessiert sich für ein Positi-

onspapier zum Mindestlohn. Er lädt es auf der CCV-Webseite herunter und hinterlässt dabei seinen Namen, der im CRM zu einem bestehenden Mitglied zugeordnet werden kann. Sonst gab es von ihm keine weiteren Aktivitäten und auch die Einladung zum Regionaltreffen sowie zum Webinar mit dem Thema Aus- und Weiterbildung wurden abgelehnt. Sinnvoll wäre nun, dass das Mitglied Informationen zur neuen

” DER CCV BIETET SEINEN MITGLIEDERN EINE BETRÄCHTLICHE ANZAHL VON MÖGLICHKEITEN UND KANÄLEN.

Studie zur Sonntagsarbeit erhält, nicht jedoch eine weitere Einladung zu den Themen Aus- und Weiterbildung. Dass hierfür der passende Kollege gefunden wird, der in der Personalentwicklung des Mitgliedsunternehmens beschäftigt ist und Interesse zeigen könnte. Dieses Beispiel lässt sich recht verzweigt fortsetzen. Ja, natürlich ist die Grundlage hierfür nichts

anderes als ein klassisches Leadmanagement. Doch was sehr leicht und verständlich klingt, ist eine vielschichtige Aufgabe.

Die Herausforderungen der letzten Monate

Die Daten unserer Interessenten und Mitglieder waren bei meinem Start in drei verschiedenen Systemen abgelegt, in den es wiederum historisch und softwarespezifisch bedingte Einzelablagen gab. Zu guter Letzt waren innerhalb dieser sehr unterschiedlichen und teilweise leider stark proprietären Systeme viele Kundendaten nicht qualifiziert, d.h. Informationen wie Ansprechpartner, Interessen oder die Postadresse fehlten.

Hier fand in den letzten Monaten eine Konsolidierung statt, eine Fleißarbeit, die nur dank der großartigen Arbeit der CCV-Geschäftsstelle und kreativen Leistungen von Dienstleistern überaus schnell und in hoher Qualität vonstatten gehen konnte. Die Basis ist nun ein neu eruiertes System mit EINEM Datenbestand. Dieses CRM ist Grundlage aller Aktionen und wird nun auch von anderen Plattformen, wie z.B. der Website oder den Rückmeldungen aus Mailingaktionen mit klar strukturierten Daten befüllt. Zukünftig sollen z.B. selbst Interessenten auf Regionaltreffen via Webformular ohne Umweg ins CRM einfließen können.

Der CCV bietet seinen Mitgliedern eine beträchtliche Anzahl von Möglichkeiten und Kanälen. Ob Newsletter, Webinare, Regionaltreffen, Ausschreibungsportal, Kooperationsangebote, Whitepaper, Messen u.v.m. – zusammengekommen ergibt sich eine erstaunliche Menge, die manchmal für einen Verein in dieser Größe schwer zu stemmen ist. Wie schon vor meiner Zeit als Vorstand wird weiterhin jede einzelne Aktivität auf den Prüfstand gestellt: Wie ist die Akzeptanz? Ist dies zeitgemäß? Gibt es starke Überschneidungen zu anderen Aktivitäten? Kosten/Nutzen? Gibt es Alternativen oder Innovationen, die interessant sein könnten? Aufgrund unserer starken Heterogenität im Vorstand und der Geschäftsstelle können wir in unseren häufig stattfindenden Meetings zügig Arbeitspakete erstellen, in kleinen Teams erarbeiten und so Entscheidungen auf soliden Grundlagen treffen. Durch den Einsatz des

LEO STAUB-MARX

Ressort Finanzen, Schatzmeister

Leadmanagements werden diese Aktivitäten besser miteinander kombiniert, um Mitgliedern und Interessenten einen noch besseren Service zu ermöglichen. Dabei kommen uns all die neuen Themen des technologischen Fortschritts gerade recht. Schließlich wollen wir Sie auch überraschen.

Neue Mitglieder gesucht

Natürlich sind nicht nur die derzeitigen Mitglieder für mich interessant. Es dürften durchaus noch einige hinzukommen: Für eine starke Lobby, einen soliden Verband und ein starkes Netzwerk auf allen Ebenen sowie - last but not least - eine gesunde Vereinskasse. Bedingt durch die vorgestellten Maßnahmen (und einigen mehr, für die der Platz nicht ausreicht) plane ich durchaus mit mehr Zeit und Effektivität für anstehende Werbeaktionen sowie die hierfür notwendigen Inhalte. Dabei werden auch Randthemen wie Mitgliedskonzepte sowie Kooperationen auf den Prüfstand gestellt.

Die Zusammenarbeit mit anderen Ressorts

Allein genommen funktioniert das Ressort Mitglieder nicht. Erst durch die Kombination mit den anderen Aufgabengebieten wird ein wirkungsvoller Betrieb möglich. So werden zum Beispiel im Ressort Recht & Regulierung Inhalte generiert, die durch das Ressort Marketing die Form erhalten und im Ressort Neue Medien ihre Umsetzung finden. Die hierfür notwendigen Mittel werden letztendlich über den Vorstand Finanzen zur Verfügung gestellt. Die sinnhafte Erweiterung durch Hinweise und Nachfragen sowie Vorschläge des Beirats, selbstverständlich der Kollegen in der Geschäftsstelle und natürlich den Interessenten und Mitgliedern selbst ist absolut notwendig. Ohne diese wären unsere qualifizierten Inhalte eindeutig nicht ausreichend.

Auf dieser Basis können wir tun, was tagtäglich in einem Unternehmen passiert: Zusammen mit den Kollegen der Geschäftsstelle setzt sich der Vorstand mit den Themen auseinander und diskutiert die bestmögliche Umsetzung. Und danach verwirklichen wir sie. ■



Die Finanzen des Verbandes sind trotz zurückgehender Einnahmen solide. Wichtige Branchenthemen, wie „Verhinderung des Verbotes der Sonntagsarbeit“, Netzwerkarbeit, Teilnahme an der CCW, Tagungen, Themenimpulse wie Inklusion und viele andere mehr wurden mit viel Engagement und Leidenschaft durch den Verband und die Geschäftsstelle realisiert. Dies war möglich, da die Einnahmen und Ausgaben eng „gemonitort“ und der Grundsatz „es darf nur das ausgegeben werden, was an Geld vorhanden ist“, eingehalten wurden und gleichzeitig an der Umsetzung der o.g. wichtigen Themen stetig gearbeitet wird. So soll es auch in Zukunft sein!

Im Ressort Finanzen wurden folgende fünf Punkte behandelt:

1. Der CCV kämpft schon seit längerem mit zurückgehenden Mitgliederzahlen, dementsprechend auch mit zurückgehenden Einnahmen.
2. Es sind verschiedene Steuerthemen aus der Vergangenheit gelöst worden.
3. Trotz zurückgehender Einnahmen wurde der Spagat geschafft, die Geschäftsstelle zu stärken, vier Mitarbeiter/Innen leisten täglich viel für die Branche und die Mitglieder.
4. Die Maxime, es darf nicht mehr ausgegeben werden, als vorhanden ist, wurde eingehalten.
5. Einnahmen und Ausgaben werden streng gemonitort, es gibt ein Finanzreporting, Projekte werden budgetiert und operativ überwacht. ■

DIRK EGELSEER

Ressort Recht & Regulierung



Seit meiner außerordentlichen Wahl als Vorstand Recht & Regulierung durch den CCV-Beirat im März 2015 stand neben der Aufarbeitung „offener Baustellen“ aus der Vergangenheit das Thema „Sonn- und Feiertagsarbeit“ im Fokus meiner Vorstandstätigkeit, die ich in enger Zusammenarbeit mit unserem Verbandsjustitiar Enrico Rennebarth und in Abstimmung mit dem AK Recht & Regulierung sowie den anderen Vorstandskollegen wahrgenommen habe.

In diesem Zusammenhang haben wir allein seit März für den Verband insgesamt acht Termine bei Ministerien, anderen Verbänden und sonstigen Stellen wahrgenommen, verschiedene Positionspapiere auf den Weg gebracht und Kontakte zu diversen politischen Entscheidern, der Wissenschaft und anderen Lobbyinstitutionen herstellen bzw. ausbauen können. Nach meiner Wahrnehmung ist es dabei gelungen, den CCV als ersten Ansprechpartner der Politik zu den Themen um die Callcenter-Branche zu positionieren. Unsere Branchenexpertise konnten wir z.B. im Rahmen einer 29-seitigen Stellungnahme an den für die Sonn- und Feiertagsarbeit Feder führenden Bund-Länderausschuss (LASI) untermauern und so einen wesentlichen Beitrag dafür leisten, dass von Seiten der Politik das Bedürfnis gesehen wird, die Sonn- und Feiertagsarbeit für die Call- und Contactcenter-Branche – zumindest in Teilbranchen –

auch weiter und trotz entgegen sprechender Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts zu erhalten. Auch konnten wir als CCV in diesem Bereich gute Kooperationen mit anderen Verbänden herstellen, die uns insgesamt helfen, die Brancheninteressen gebündelter und damit besser gegenüber Politik und Verbraucherschützern, wie auch Gewerkschaften zu vertreten. Weiterhin haben wir bereits im Vorfeld zu anstehenden Gesetzgebungsverfahren Kontakte auf Staatssekretärebene im Bundesministerium für Verbraucherschutz und Justiz (BMVJ) hergestellt, um so bereits frühzeitig inhaltlich bei anstehenden Neuregelungen mitwirken zu können. Wichtig ist mir bei der Wahrnehmung meiner Vorstandstätigkeit, dass auch eine repräsentative Basis des CCV an der Meinungs- und Willensbildung mit beteiligt wird. So ist hierfür der AK Recht & Regulierung ein gutes Gremium, um allen interessierten und beteiligten Mitgliedern eine gemeinsame Plattform für den Gedankenaustausch und zur Mitwirkung zu geben. Der CCV hat sich als Branchenverband und insbesondere im Bereich Lobbying in den letzten Monaten deutlich positiv entwickelt. Herzlichen Dank an das gesamte Vorstandsteam, die Kollegen der CCV-Geschäftsstelle, die Arbeitskreisteilnehmer sowie den Beirat und die engagierten Mitglieder für die kooperative und äußerst produktive sowie Ergebnis orientierte Zusammenarbeit. Gemeinsam werden wir auch in Zukunft viel für den CCV und unsere Branche erreichen können. ■



Verbraucherbefragung
„Kundenservice am Wochenende“



CCV-Broschüre
„8 Fakten für Sonntagsarbeit“

CCV QUALITY AWARD 2015

Die besten Projekte unserer Branche



DIE LOCATION

Willkommen im BESL Meistersaal!

VON SANDRA FIEDLER



CV-Quality-Award-Verleihung 2015: Der diesjährige Preis geht mit den Kategorien Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterorientierung und IT-Innovation an den Start. Der Qualitätspreis der Call- und Contactcenter-Branche wird am Abend des 12. November 2015 verliehen!

Im Herzen Berlins gelegen, verkörpert der BESL Meistersaal wie kaum eine andere Premium-Location seit über 100 Jahren die besondere Spannung zwischen Tradition und Popkultur. Damals wie heute mach(t)en Superstars wie David Bowie, U2, und Depeche Mode den BESL Meistersaal zur Legende!

1910–1913: Prunkstück des Berliner Handwerkerstolzes

Das Verbandshaus der Baugeschäfte von Groß-Berlin wird als repräsentative Zentrale im Berliner Musikviertel errichtet: sein eindrucksvolles Kernstück bildet der Meistersaal. Er dient u. a. zur Verleihung der Meisterbriefe an Bauhandwerker. Die Presse

lobte anlässlich seiner Fertigstellung am 18. Oktober 1913: "Die Eröffnung des Meistersaales in der Köthener Straße erfüllte alle die Erwartungen, die man an diesen neuen und reizvollen Berliner Konzertsaal geknüpft hatte. Zu dem hübschen, von feinem Geschmack quitierten Interieur, gesellt sich eine äußerst günstige Akustik."

1920er: Bühne der „Roaring Twenties“

Das besondere Flair und Eignung des Saales für musikalische Angebote aller Art machten ihn in den wilden 20er Jahren zu einer Drehscheibe der bedeutendsten Künstler seiner Zeit. Namhafte Künstler wie John Heartfield oder George Grosz sorgten für großes Aufsehen, ebenso wie Kurt Tucholsky, der im Meistersaal aus seinen Schriften las.

1945–1964: Gezeichnet von Krieg und Teilung

Auch für den Meistersaal bildete der 2. Weltkrieg eine entscheidende Zäsur. Stark be-

schädigt, nur notdürftig wiederhergestellt, unmittelbar an der teilenden Mauer und damit weitab der Zentren des neuen West-Berlins gelegen, war er lange Jahre nur ein trauriger Abglanz seiner großen Vergangenheit, kaum mehr als ein weiteres Relikt dieser zerrissenen Stadt.

1965–1992: Let the music play ...

Einen neuen Beginn markierte in den 60er Jahren der Einzug der Schallplattenfirma Ariola, die die bereits in der Entstehungszeit des Meistersaals gerühmte Akustik zum Anlass nahm, ihn als Tonstudio für bedeutende Künstler wie Zarah Leander zu verwenden. Ab 1976 übernahmen die Meisel-Musik-Verlage das Gebäude und richteten dort ihre Hansa-Tonstudios ein. Der Meistersaal wurde zum „Studio 2“ umgetauft und von Künstlern wie David Bowie, Depeche Mode, Peter Maf-

fay, Udo Lindenberg, Udo Jürgens, Iggy Pop, Nina Hagen, Marianne Rosenberg, Nena und Die Toten Hosen für Aufnahmen genutzt. Musikgeschichte schrieb das Welterfolg-Album „Ach-

tung Baby“ von U2, aufgenommen als der Saal noch als „the big hall by the wall“ bekannt war.

Nach 1993: Alter Glanz im neuen Zentrum

Unter der Regie der Meisel-Familie erfolgte der Rückbau des Meistersaals in seine ursprüngliche Form. Mit großer Umsicht und Liebe zum Detail wurden die Spuren zahlreicher baulicher Veränderungen in den Jahrzehnten zuvor entfernt und dem Saal sein historischer Charakter zurückgegeben – der Dornröschenschlaf dieses traditionsreichen Juwels fand ein Ende und der Meistersaal erwachte zu neuem Leben.

Die spannende und wechselhafte Geschichte des Meistersaals wird Sie begeistern! Es erwartet Sie ein glanzvoller Abend mit musikalischen Überraschungsmomenten und bester Unterhaltung! Web: www.besl-eventagentur.de/repertoire/meistersaal

“ EINE DREHSCHIEBE DER BEDEUTENDSTEN KÜNSTLER SEINER ZEIT.

DIE NOMINIERTEN STEHEN FEST!

Die Besten der Branche

VON SANDRA FIEDLER



Jetzt sind sie vollzählig – die Nominierten für die höchste deutsche Auszeichnung für Call- und Contact-Center-Organisationen: In den Kategorien Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterorientierung und IT-Innovation sind in diesem Jahr so viele Bewerber angetreten, wie nie zuvor. Neun von ihnen haben die Chance auf den Qualitätspreis der deutschen Call-center-Wirtschaft. Der Quality Award wird am 12. November 2015 im Rahmen der 1. Jahrestagung des Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV) zusammen mit der Fachzeitschrift TeleTalk verliehen.

„In unseren drei Kategorien hatten wir dieses Jahr so viele Bewerbungen wie noch nie“, freut sich Manfred Stockmann, Präsident des CCV. „Das hat uns die Auswahl natürlich umso schwerer gemacht. Denn jeder einzelne Bewerber hat gezeigt, wie groß das Qualitätsbewusstsein der Branche ist.“

Begeisterung und Nutzenvermittlung auf hohem Niveau

Im Bereich der Kundenzufriedenheit geht es darum, welches Unternehmen seine Kunden oder Partner im Business-to-Business-Bereich mit innovativen Ideen besonders

begeistern und für sich gewinnen konnte. In diesem Jahr darf sich einer der folgenden Nominierten über den Preis und die Laudatio von CCV-Ehrenpräsidentin Ursula Steinmetz freuen: audibene GmbH, Bosch Service Solutions sowie ife Gesundheits-AG.

Der Mensch als wertvollste Unternehmensressource

Die zweite Kategorie nimmt ebenfalls einen besonderen Stellenwert ein. Die Mitarbeiterorientierung ist ein entscheidender Aspekt für die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens, quasi die innere Qualität der Organisation. Die Nominierten lauten Bosch Service Solutions, Gedikom GmbH und mobilcom-debitel GmbH. Der Nürnberger Volkswirt und Jury-Mitglied Prof. Karlheinz Ruckriegel wird die Laudatio in dieser Rubrik halten.

Reibungsloser Kundendialog durch zukunftsweisende Technologien

IT-Innovation lautet die dritte Rubrik, die auch für Manfred Stockmann eine besondere Bedeutung hat. „In dieser Kategorie fiel der Jury die Auswahl der Nominierten besonders schwer.“ Die Auserwählten sind Bosch Service Solutions, novomind AG in Kooperation mit der Deutschen Post sowie Pro-

Com-Bestmann e.K. Der Gewinner wird den Preis vom Geschäftsführer des TeleTalk, Kai-Werner Fajga, in Empfang nehmen. Bis zum 12. November 2015 weiß allerdings nur die Jury, für welches Unternehmen es letztendlich einen Platz auf dem Treppchen geben wird.

Sie dürfen sich also auf eine sehr spannende Verleihung freuen. Tickets für die Abendveranstaltung gibt es unter:

www.bit.ly/CCV-Jahrestagung2015

Der CCV Quality Award

Der CCV Quality Award ist die höchste deutsche Auszeichnung für Call- und Contactcenter-Organisationen. Er wird vom CCV und der Fachzeitschrift TeleTalk jährlich in mehreren Kategorien verliehen. Die feierliche Verleihung findet am 12. November im Rahmen der 1. Jahrestagung der Contactcenter-Wirtschaft: „Smarter, Interaktiver, Callcenter“ in Berlin statt. Den Qualitätspreis unterstützen in diesem Jahr exklusiv die Firmen Plantronics und Interactive Intelligence.

Website: www.quality-award.de

DIE JURY

Geballte Kompetenz für schwierige Entscheidungen



MANFRED STOCKMANN
CCV-Präsident

Gute Beispiele sind für Fachleute immer eine Inspiration über neue Wege und künftige

Entwicklungen im eigenen Umfeld nachzudenken. Gute Beispiele sind aber auch ein Transportmittel für positive Nachrichten. Und so übernimmt der CCV Quality Award gerade für eine Branche, über die medial gerne ein verzerrt negatives Bild gestreut wird, eine wirksame Funktion zur Darstellung starker positiver Beispiele nach innen und nach außen. Für mich ist der CCV Quality Award ein wichtiger und weithin etablierter Baustein im breiten Aufgabenspektrum eines Branchenverbandes.



ANJA BONELLI
CCV-Vorständin Mitglieder

Herausragende Ideen und deren erste Schritte brauchen häufig das Licht der Öffentlichkeit – als Bestätigung für die Initiatoren, deren Management sowie als Kaufanreiz für die zukünftigen Kunden. Der CCV Quality Award spricht weiterhin eine sehr spezifische Zielgruppe an: Die ideale Bühne für unsere Aspiranten.

Ich selbst war vor nicht allzu langer Zeit in dieser Lage: Ein neues Produkt mit noch fehlendem wirtschaftlichen Erfolg sorgt nicht gerade für umfassende Akzeptanz. Zähne zusammenbeißen gelingt bedeutend leichter mit schönen Auszeichnungen im Regal und Produktbeschreibung. Heute ist dieses Produkt in 42 Ländern tagtäglich im Einsatz.

Damit liefere ich auch gleich den Grund, warum ich Jurymitglied bin, denn: Wenn wir mit Innovation Erfolg haben wollen, müssen wir Ungewissheit nicht nur ertragen, sondern wir müssen sie gezielt suchen. (Tim Kastelle)



KAI-WERNER FAJGA
Geschäftsführer des Telepublic Verlags (TeleTalk)

Als ich im letzten Jahr die Preisverleihung der Quality

Awards für TeleTalk zusammenfasste, betitelte ich die Story ganz bewusst mit: „Von Leuchttürmen und Lichtgestalten“. Denn in den vielen Jahren, die ich als Chefredakteur der TeleTalk schon in der Quality Award-Jury tätig bin, erlebe ich immer wieder aufs Neue Menschen, die sich weit über das normale Maß hinaus in ihrem Job engagieren, die ihre Aufgabe als Berufung verstehen – sie mit Leben erfüllen.

Und ich lerne Projekte kennen, von denen viele als Vorbild für andere Branchen gelten können, die Trends setzen und sich mutig in neue Terrains wagen.

Das alles geschieht letztlich, um Kundenwünsche effizienter, zeitgemäßer und besser erfüllen zu können. Wir von TeleTalk sind stolz darauf, dass wir den Quality Award schon über eine so lange Zeit begleiten können, und freuen uns sehr darüber, dass er von Jahr zu Jahr mehr Akzeptanz und Beachtung findet. Solche Leuchttürme braucht die Branche, und es darf auch jeder wissen, dass hier eine Menge Lichtgestalten unterwegs sind!



ANNE M. SCHÜLLER
Management-Consultant und Bestseller-Autorin

Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterorientierung wirken zusammen: Das Erreichen einer hohen Kundenloyalität ist die größte unternehmerische Herausforderung der Zukunft. Doch nur wer begeisterte und loyale Mitarbeiter hat, hat auch begeisterte, loyale Immer-wieder-Kunden und aktive Empfehler – und genau das setzt der CCV Quality Award an.



URSULA STEINMETZ
CCV-Ehrenpräsidentin

Callcenter und Qualität, wie passt das zusammen?

Entgegen der landläufigen Meinung ist das kein Widerspruch. Callcenter sind für mich das Herz der Kundenbetreuung und stehen für qualitativ hochwertige Kontakte. Dabei spielt es keine Rolle, ob diese per Telefon, Mail, Chat, Blog oder Soziale Netzwerke erfolgen. Das belegen auch in diesem Jahr wieder eindrucksvolle die Bewerbungen für den CCV Quality Award. Erneut zeigen innovative und engagierte Unternehmen wie gut Kundenservice wirklich sein kann und sorgen so dafür, dass ihre Leistung die öffentliche Anerkennung erfährt, die sie verdient. Gleichzeitig motivieren und inspirieren sie mit Vorbild die ganze Branche.



PROF. DR. KARLHEINZ RUCKRIEGEL
Professor für Volkswirtschaftslehre Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm

Der CCV Quality Award ist wichtig, weil er Unternehmen auszeichnet, die Vorbildfunktion für die gesamte Branche haben. Es lohnt sich also, genauer hinzusehen. Einerseits ist der Award für Unternehmen eine Auszeichnung, die nach außen hin klar signalisiert, dass man am Wohlergehen der Mitarbeiter großes Interesse hat. Das trägt deutlich zur Attraktivität als Arbeitgeber bei. Andererseits wissen wir auch, dass zufriedene/glückliche Mitarbeiter entscheidend für den Unternehmenserfolg sind. Für das Wohlergehen der Mitarbeiter kommt es darauf an, dass bei der Führung der Mensch im Mittelpunkt steht, die Art der Arbeitsplatzgestaltung „flow effekte“ schafft und eine „lebbare“ Work-Life-Balance ermöglicht wird (mehr zum Einstieg: Karlheinz Ruckriegel, Wann sind Mitarbeiter zufrieden, *acquisa* 6/2015, S. 38f). ■

1. JAHRESTAGUNG DER CONTACTCENTER-WIRTSCHAFT: „Smarter, Interaktiver, Callcenter“



Erster Tag – Donnerstag, 12. November

	9.00 Uhr	Get Together: Registrierung bei Snacks und Kaffee
 	9.30 Uhr	Begrüßung der Gäste durch Ihr Moderatoren-Duo Anja Bonelli und Philip Vanhoutte
	9.40 Uhr	Opening Keynote: „From Contact Centre to Smarter Customer Interaction“ Philip Vanhoutte, Managing Director, Europe & Africa, Plantronics
 	10.10 Uhr	Pulse Keynote: „Die Callcenter Branche im Fadenkreuz von Politik und Rechtsprechung – Aktuelle Entwicklungen“ Dirk Egelseer, Geschäftsführer aok.teleservice und Konzernsyndikusanwalt, davero-Unternehmensgruppe, CCV-Vorstand Recht & Regulierung und Enrico Rennebarth, CCV-Leiter Recht & Regulierung, Verbandsjustitiar
	10.40 Uhr	Politische Diskussionsrunde: „Sonntagsarbeit in Deutschland“ Moderation: Kai-Werner Fajga, Geschäftsführer des Telepublic Verlags (TeleTalk)
	11.50 Uhr	Networking: Businesslunch im Hotelrestaurant
	12.50 Uhr	CCV-Mitgliederversammlung Rechenschaftsberichte und Wahl Rechnungsprüfer, Entlastung, Satzungsänderung, Vorstandswahlen etc.
	15.50 Uhr	Networking: CCV-Bierempfang (sponsored by Sogedes GmbH) inkl. Kaffee und Snacks
 	16.20 Uhr	Best Practice Keynote „Wachstum – eine Herausforderung bei veränderten Märkten und Rahmenbedingungen“ Andreas Hartwig, Geschäftsführer Invitel GmbH und Burkhard Rieck, geschäftsführender Gesellschafter der Invitel Unternehmensgruppe
	17.00 Uhr	Projektvorstellung der CCV-Quality-Award-Nominierten 2015
	17.45 Uhr	Résumé Ihres Moderatoren-Duos und Verabschiedung



Abendveranstaltung / CCV-Quality-Award-Verleihung 2015

Die Preisverleihung findet im **BSL Meistersaal** in der Köthener Straße 38 statt. Der Veranstaltungsort ist fußläufig in nur wenigen Minuten vom Mövenpick Hotel Berlin zu erreichen. Mehr Infos zur Award-Verleihung finden Sie auf Seite 33.

Zweiter Tag – Freitag, 13. November

	9.00 Uhr	Get Together: Registrierung bei Snacks und Kaffee
 	9.30 Uhr	Begrüßung der Gäste durch Ihr Moderatoren-Duo Anja Bonelli und Philip Vanhoutte
	9.45 Uhr	Opening Keynote „Things to watch – Zukunftstrends der digitalen Welt“ Anja Bonelli, Senior Product Manager, brightONE Consulting GmbH
	10.15 Uhr	Pulse Keynote „DGV Branchenregel Callcenter“ Andreas Stephan, Fachbereich Verwaltung, Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e. V. (DGUV)
	10.45 Uhr	Practice Keynote „Sicherheitsunterweisung im Contact Center – Inhalte, Durchführung und Dokumentation“ Mathias Daniel, Geschäftsführer, planen + steuern GmbH
	11.15 Uhr	Science Keynote „War for Talent im Contact Center – Persönlichkeitsdiagnostik zur Mitarbeiterauswahl und -bindung“ Prof. Dr. Jens Nachtwei, Personalpsychologe (Schwerpunkte Führung & Vertrieb), Humboldt-Universität, HAM und IQP
	12.00 Uhr	Networking: Businesslunch im Hotelrestaurant
	13.00 Uhr	Pulse Keynote & Dialog „Das Menschenrecht auf unüberwachte Kommunikation – warum auch dieser Versuch der Verschlüsselungsregulierung scheitern wird.“ Frank Rieger, Hacker, Sachbuchautor, Technikpublizist, Internetaktivist und einer der Sprecher des Chaos Computer Clubs (CCC)
 	13.45 Uhr	Best Practice Keynote „OnLine? OffLine? NoLine! Multichannel Management im Contact Center bei der TUI“ Jan Henrik Flasch, Senior Manager Quality & Efficiency, und Thomas Lohbreier, Team Leader Multi-Channel Support, TUI Business Services GmbH
	14.20 Uhr	Science Keynote „Von Fragen zur Zukunft der Arbeit und der Notwendigkeit, Führung anders zu denken. Neid in Unternehmen: Fluch oder Fortschrittmotor?“ Dr. Nese Sevsay-Tegethoff, Geschäftsführerin, Roman Herzog Institut e. V.
	15.00 Uhr	Networking: Kaffeepause mit Snacks
	15.30 Uhr	Best Practice Keynote „Working for love – Kundenservice für die Liebe“ Albert Klotz, Leiter PARSHIP Kundenservice, PARSHIP Service GmbH
	16.10 Uhr	Résumé Ihres Moderatoren-Duos und Verabschiedung

REFERENTEN & MODERATOREN

Was kommt bei der 1. Jahrestagung auf Sie zu?

1. TAG

■ 09.40 Uhr – Opening Keynote „FROM CONTACT CENTRE TO SMARTER CUSTOMER INTERACTION“

Referenten: Philip Vanhoute, Managing Director, Europe & Africa, Plantronics BV

- Get rid of your contact centre – be customer centric
- The 3 pillars that enable smarter customer interaction
- Acoustic intelligence in modern working environments



Philip Vanhoute studierte angewandte Wirtschaft und Maschinenbau an der University of Leuven, Belgien, kam 2003 zu Plantronics und verantwortet nun die Geschäftsaktivitäten in der E&A-Region. Als Corporate Vice President of Marketing für Sony Ericsson Mobile Communications war er zuvor maßgeblich für die Einführung der neuen Marke in den Segmenten Kamera- und Smartphones sowie Bluetooth-Headsets verantwortlich. Davor leitete Vanhoute u.a. als Vice President der Personal Communication Division von Ericsson die strategische Marktentwicklung des Unternehmens und bereitete die Fusion mit der Mobiltelefonsparte von Sony vor.

■ 10.10 Uhr – Pulse Keynote: „DIE CALLCENTER-BRANCHE IM FADENKREUZ VON POLITIK UND RECHTSPRECHUNG – AKTUELLE ENTWICKLUNGEN“

Referent: Dirk Egelseer, Geschäftsführer aok.teleservice und Konzernsyndikusanwalt der davero-Unternehmensgruppe und Enrico Rennebarth, CCV-Leiter Recht & Regulierung, Verbandsjustitiar



Dirk Egelseer hat schon während seines Studiums in Passau und Pavia (Italien) in der Callcenter-Wirtschaft gearbeitet. Nach Staatsexamina und verschiedenen Tätigkeiten ist er seit 2007 bei der davero gruppe in Erlangen tätig. 2008 wurde Egelseer Leiter der aok teleservice defacto und 2011 Geschäftsführer des Unternehmens. Darüber hinaus wirkt er als Konzernsyndikusanwalt für die davero-Unternehmensgruppe und seit Anfang 2015 als ehrenamtlicher CCV-Vorstand Recht & Regulierung.



Enrico Rennebarth ist als CCV-Leiter Recht & Regulierung, Verbandsjustitiar für die strategische Ausrichtung verantwortlich und betreut die externen Verbandsbeziehungen mit parlamentarischen Institutionen und politischen Einrichtungen. Während seines Studiums der Rechtswissenschaften war er als Wahlkreismitarbeiter des Landtagsabgeordneten und ehemaligen Ministers des

Innern des Landes Brandenburg, Jörg Schönbohm MdL, tätig. Weitere politische Erfahrungen erwarb er nach seinem juristischen Referendariat für Innen- und Rechtspolitik sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg.

■ 10.40 Uhr – Politische Diskussionsrunde „SONNTAGSARBEIT IN DEUTSCHLAND“

Angefragt sind dazu Vertreter von Spitzenverbänden, Kirchen und Gewerkschaften.

Moderation: Lutz Reulecke, Vice President Regulatory Affairs & Public Polic, Sky Deutschland AG



Lutz Reulecke leitet den Bereich Regulatory Affairs & Public Policy bei Sky Deutschland. In dieser Funktion betreut er regulatorische Verfahren und vertritt das Unternehmen in politischen Entscheidungsprozessen. Zuvor hat er bei Freshfields Bruckhaus Deringer den Bereich Public Affairs im Hauptstadtbüro aufgebaut und geleitet. Vor seiner Zeit bei Freshfields arbeitete Reulecke über acht Jahre in verschiedenen Funktionen im Deutschen Bundestag. Er ist Co-Autor des im FAZ-Verlag erscheinenden »Handbuchs des deutschen Lobbyisten«.

■ 16.20 Uhr – Best Practice Keynote „WACHSTUM – EINE HERAUSFORDERUNG BEI VERÄNDERTEN MÄRKTEN UND RAHMENBEDINGUNGEN“

Referent: Andreas Hartwig, Geschäftsführer Invitel GmbH und Burkhard Rieck, geschäftsführender Gesellschafter der Invitel Unternehmensgruppe

Inhalt: Hören Sie, wie die Invitel Unternehmensgruppe das Wachstum in den letzten Jahren gemanagt hat und welche Herausforderungen die sich veränderten Märkte und Rahmenbedingungen an das Unternehmen stellen.



Burkhard Rieck ist 1997 als Manager zur BKB AG (Braunschweigische Kohlenbergwerke AG) gekommen und trat zwei Jahre später die Geschäftsführung der als Tochtergesellschaft der heutigen E.ON AG in Helmstedt gegründeten Invitel GmbH an. Im Rahmen eines Management-Buy-Outs übernahm er 2004 den Service-Spezialisten für die Energiebranche und kann seitdem auf ein

starkes Wachstum seines inhabergeführten Unternehmens zurückblicken. 2012 wurde die Invitel Unternehmensgruppe durch den Kauf der Simon & Focken GmbH erweitert.



Andreas Hartwig ist seit 16 Jahren Geschäftsführer der Invitel GmbH. Zunächst in leitender Funktion im E.ON-Konzern begleitet er Burkhard Rieck von Beginn an beim Aufbau der Invitel Unternehmensgruppe mit 13 Standorten verstreut in Deutschland und Spanien. Als Leiter des Bereiches Vertrieb in der Invitel Unternehmensgruppe können er und seine Kollegen im Jahr 2014 auf einen Umsatz von circa 48 Millionen Euro zurückblicken.

2. TAG

■ **9.45 Uhr – Opening Keynote:**
„THINGS TO WATCH – ZUKUNFTSTRENDS DER DIGITALEN WELT“

Referentin: Anja Bonelli, Senior Product Manager, brightONE Consulting GmbH

Inhalt: Was sind die technologischen Trends der Zukunft? Wie leben und arbeiten wir morgen? Und warum ist der Konsument heute ein Prosument? Aber am wichtigsten: Trends, Trends, Trends! Aufgezeigt anhand multimedialer Beispiele, leitet die Innovationsexpertin Anja Bonelli wesentliche Strategieempfehlungen für Unternehmen verschiedener Branchen ab und zeigt mögliche Geschäftsmodelle der Zukunft auf.



Anja Bonelli ist Social Media-Expertin der ersten Stunde und verantwortete im Rahmen ihrer Tätigkeit bei brightONE die Entwicklung von SocialCom®, einer Social Media-Software mit großem technologischem und kulturellem Innovationsfaktor. Diese wird bereits in 42 Ländern von Milliardenkonzernen eingesetzt und gewann viele Auszeichnungen. Bonelli referiert und publiziert zum Social Web und dessen Evolution sowie zu technologischen und kulturellen Innovationen.

Abendveranstaltung / CCV-Quality-Award- Verleihung 2015

Am Abend des ersten Veranstaltungstags laden wir Sie zur Verleihung des CCV Quality Award ein. Dort werden die Branchenbesten in den drei Kategorien Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterorientierung und IT-Innovation ausgezeichnet. Die Auszeichnung, welche 1999 erstmals verliehen wurde, hat sich als Qualitätspreis der Call- und Contactcenter-Branche fest etabliert. Die exklusive Verleihung wird im Meistersaal (Köthener Straße 38, 10963 Berlin) stattfinden. Im Herzen Berlins gelegen, verkörpert der Meistersaal wie kaum eine andere Premium-Location seit über 100 Jahren die besondere Spannung zwischen Tradition und Popkultur.



Gemeinsamer Spaziergang ab Tagungshotel 18.15 / 18.20 / 18.25 Uhr

■ **10.15 Uhr – Pulse Keynote:**
„DGVU BRANCHENREGEL CALLCENTER“

Referent: Andreas Stephan, Fachbereich Verwaltung,
Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e. V. (DGUV)

Inhalt:

- Branchenregeln - das neue Präventionsinstrument der DGUV
- Wie wird eine Branchenregel aussehen
- Stand der Entwicklung für die Callcenter Branche
- Inhalte der Schrift
- Fragen und Diskussion zum Thema



Andreas Stephan studierte Maschinenbau an der TH/ TU Darmstadt und arbeitete nach dem Studium in verschiedenen Zeitarbeitsunternehmen. Seit 1994 ist er als Aufsichtsperson bei der VBG mit verschiedenen Schwerpunkten in der Prävention tätig. 2012 übernahm er die Leitung des Sachgebietes Büro im Fachbereich Verwaltung der DGUV und ist Leiter des Präventionsfeld Büro der VBG.

■ **10.45 Uhr – Practice Keynote:**
„SICHERHEITSUNTERWEISUNG IM CONTACT CENTER –
INHALTE, DURCHFÜHRUNG UND DOKUMENTATION“

Referent: Mathias Daniel, Geschäftsführer, planen + steuern GmbH

Inhalt: Wie erhalten Sie eine für Ihr Unternehmen individuelle Sicherheitsunterweisung? Wie und wann sollte / muss unterwiesen werden? Wie integrieren Sie die Unterweisungen bedarfsorientiert in Ihr Tagesgeschäft und dokumentieren Sie die jeweilige Durchführung?



Mathias Daniel ist Geschäftsführer der planen + steuern GmbH und seit 1999 in der CC-Branche als Berater und Lösungsanbieter für Personalplanung und -steuerung sowie Arbeitszeitmanagement tätig. Mit dem HR-Prozessleitstand bietet planen + steuern erstmals klassische HR-Supportprozesse wie z. B. Mitarbeiter-ein- und Austritt, Jahresurlaubsplanung oder Antragswesen als Module einer Standardsoftware für Contact Center an. Das Modul Arbeitsschutz- und Datenschutzunterweisung unterstützt, Sicherheitsunterweisungen revisionssicher und bedarfsorientiert in den Produktionsablauf zu integrieren.

■ **10.45 Uhr – Science Keynote:** :
„WAR FOR TALENT IM CONTACT CENTER –
PERSÖNLICHKEITSDIAGNOSTIK ZUR MITARBEITERAUSWAHL
UND –BINDUNG“

Referent: Prof. Dr. Jens Nachtwei, Personalpsychologe
(Schwerpunkte Führung & Vertrieb) Humboldt-Universität zu Berlin,
HAM und IQP

Inhalt: Contact Center leiden unter hoher Fluktuation und teils geringem Leistungsniveau der Agents - bei vergleichbaren Leistungen und Konditionen können sich CC's noch am ehesten über die Qualität ihrer Mitarbeiter von der Konkurrenz abheben. Der Vortrag zeigt sparsame und fundierte Möglichkeiten der Eignungsdiagnostik zur Minimierung von Fluktuation und Erhöhung von Umsatz anhand personalpsychologischer Modelle und Studienergebnissen auf.



Prof. Dr. Jens Nachtwei forscht an der Humboldt-Universität zu Berlin, lehrt an der Hochschule für angewandtes Management und leitet das universitäre Spin-off IQP – Privat-Institut für Qualitätssicherung in Personalauswahl und -entwicklung. Er engagiert sich u.a. in der Jury der HR Excellence Awards, der Programm-Jury der Zukunft Personal und in Fachgruppen des Bundesverbands der Personalmanager. Als Herausgeber der Fachzeitschrift HR Consulting Review steht er für den Brückenschlag von Forschung und Anwendung im Personalwesen.

■ **13.00 Uhr – Pulse Keynote und Dialog:**
„DAS MENSCHENRECHT AUF UNÜBERWACHTE
KOMMUNIKATION – WARUM AUCH DIESER VERSUCH DER
VERSCHLÜSSELUNGSREGULIERUNG SCHEITERN WIRD.“

Referent: Frank Rieger, Sprecher Chaos Computer Club (CCC)

Inhalt: Unter dem Banner der Terrorabwehr fordern Politiker insbesondere in den USA und UK das, was ihre Geheimdienstchefs schon lange propagieren: Hintertüren für die Regierung in verschlüsselter Kommunikation. Eine gleiche Diskussion ging unter dem Namen „Die Crypto-Kriege“ in die Geschichtsbücher ein und endete mit einer krachenden Niederlage der Hintertür-Befürworter. Die nach den Snowden-Veröffentlichungen starke Nachfrage nach sicherer Verschlüsselung treibt die Schattenmänner nun wieder ins Licht der öffentlichen Debatte. Dieser Vortrag erklärt, warum auch Contactcenter hier nicht nachgeben dürfen, weshalb eine Hintertür für egal wen ein massiver Sicherheitsverlust ist und es hier keine Kompromisse geben kann.



Frank Rieger ist ein deutscher Hacker, Sachbuchautor, Technikpublizist, Internetaktivist und einer der ehrenamtlichen Sprecher des Chaos Computer Clubs. Rieger hat seit den 1990er Startup-Unternehmen u.a. in den Bereichen Datensicherheit und Navigationsdienste gegründet und arbeitet z. Z. als Geschäftsführer eines Unternehmens für Kommunikationssicherheit.

■ **13.45 Uhr – Best Practice Keynote:**
„ONLINE? OFFLINE? NOLINE! MULTICHANNEL MANAGEMENT IM CONTACT CENTER BEI DER TUI“

Referent: Jan Henrik Flasch, Senior Manager Quality & Efficiency, und Thomas Lohbreier, Team Leader Multi-Channel Support, TUI Business Services GmbH

Inhalt: Jan Henrik Flasch und Thomas Lohbreier hinterfragen in ihrer Keynote die Herausforderungen und Chancen des touristischen Contact Center Business. Sie werden sich mit einem Ausblick in die Zukunft beschäftigen, in die Customer Journey eines Reiseveranstalters eintauchen und die Customer Touch Points betrachten sowie ein schon eingeführtes Multichannel „Best Practice“ Beispiel im Konzern vorstellen.



Der gebürtige Hamburger **Jan Henrik Flasch** arbeitet seit 15 Jahren im Tourismus. 2008 zog es ihn in die TUI Group, wo er u.a. mit seinem Team das erste virtuelle 24/7 Contact Center der TUI Group aufbaute. Heute verantwortet der Dipl.-Kaufmann den Bereich Quality & Efficiency, der bereichsübergreifend im TUI Support Center als Projekt-, Prozess-, Trainings-, Support- und Innovationseinheit gilt.



Der gebürtige Hildesheimer **Thomas Lohbreier** ist gelernter Bankkaufmann und hat vor seinem Einstieg in die TUI Group über acht Jahre Erfahrung im Kreditwesen gesammelt. Nach 2,5 Jahren als Projekt Analyst im Bereich Quality & Efficiency sowie als Consultant und Sparringpartner für Projektleiter, verantwortet er nun den Multi-Channel-Support und die strategische Weiterentwicklung von Multi-Channel in der TUI Group.

■ **14.20 Uhr – Science Keynote:**
„VON FRAGEN ZUR ZUKUNFT DER ARBEIT UND DER NOTWENDIGKEIT, FÜHRUNG ANDERS ZU DENKEN. NEID IN UNTERNEHMEN: FLUCH ODER FORTSCHRITTMOTOR?“

Referent: Dr. Nese Sevsay-Tegethoff, Geschäftsführerin Roman Herzog Institut e.V. (RHI)

Inhalt: Mitarbeiter zu führen, wird mit Blick auf die Megatrends wie Globalisierung und Digitalisierung immer komplexer. Gleichzeitig erfordert der Fachkräftemangel, qualifizierte und zufriedene Mitarbeiter zu halten und ihr kreatives Potential zum Wohle der Unternehmen zu nutzen. Ziel der Keynote ist, die Arbeiten des RHI vorzustellen und insbesondere auf die Ergebnisse des RHI-Themenschwerpunkts „Führung anders denken“ einzugehen. Anhand einer exklusiv für das RHI durchgeführten experimentellen Studie soll auch die Frage beantwortet werden, inwiefern Neid ein Fluch oder gar ein Fortschrittmotor sein kann.



Dr. Nese Sevsay-Tegethoff ist wissenschaftliche Geschäftsführerin des Roman Herzog Instituts (RHI). Das RHI fördert interdisziplinäre Forschung zu Themen rund um die Zukunft der Arbeit. Mit seinen wissenschaftlich validen Erkenntnissen, gilt das Institut als profunder Impulsgeber für Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

■ **15.30 Uhr – Best Practice Keynote:**
„WORKING FOR LOVE – KUNDENSERVICE FÜR DIE LIEBE“

Referent: Albert Klotz, Leiter PARSHIP Kundenservice, PARSHIP Service GmbH

Inhalt:

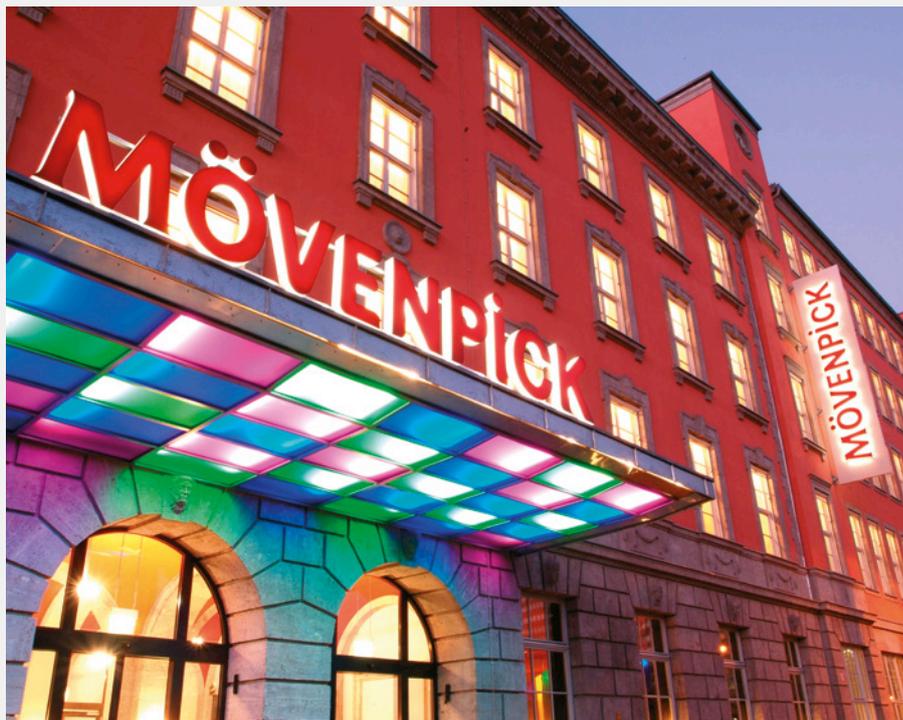
- Im Spannungsfeld zwischen „Geld und Liebe“ im Kundenservice
- Kundenservice in Liebesdingen – besondere Anforderungen an die Mitarbeiter
- Hochautomatisierte Systeme vs. individuelle Kundenbetreuung



Albert Klotz ist seit Januar 2015 Leiter Kundenservice von PARSHIP, der größten Online-Partnervermittlung Deutschlands und verantwortet die gesamte Kundenbetreuung für die europäischen Plattformen. Nach seiner Dienstzeit bei der Bundeswehr begeisterte er sich sehr schnell für das Thema Kundenservice und blieb dieser Aufgabe in den letzten 20 Jahren treu. In unterschiedlichen Branchen (IT, Telekommunikation, OSP, E-Commerce) sammelte Klotz umfangreiche Erfahrungen im Bereich Organisation, Aufbau und Struktur, Kundenservice-Systemen und den ganz besonderen Feinheiten, die es braucht für einen guten Kundenservice. ■

TAGUNGSLOCATION

Das Mövenpick Hotel Berlin



Das 4-Sterne-Haus Mövenpick Hotel Berlin liegt im Zentrum der Stadt unweit vom Potsdamer Platz.

Das einzigartige Design des ehemaligen Siemens-Gebäudes sowie der makellose Service mit persönlicher Note sorgen für aufrichtige Gastfreundschaft. Das moderne Hotel am Anhalter Bahnhof vereint ein elegantes Innendesign mit modernster Technologie und hat eine ausgezeichnete Verkehrsanbindung. Das im neoklassizistischen Stil erbaute Gebäude blickt auf eine wechselvolle Geschichte zurück. Auf dem Grundstück gegenüber befand sich die Hinterhofwerkstatt von Werner Siemens und Hans Georg Halske. Dort montierten sie den legendären Zeigertelegraphen, zogen aber bald aus Platzmangel mit der Pro-

duktion vor die Tore der Stadt. Neben den Fabrikgebäuden in der heutigen Siemensstadt ließen die beiden Technikpioniere zwischen 1914 und 1931 die erhaltenen Gebäude für ihre Firmenrepräsentanz umbauen. Erhalten ist der prächtige Empfangssaal mit einer reich verzierten Kassettendecke, Wandsäulen und edler Holzvertäfelung aus italienischem Nussbaum.

Die Zimmer verfügen über komfortable Annehmlichkeiten sowie einen kostenlosen Wi-Fi-Internetzugang. Wir halten wie gewohnt ein Zimmerfestkontingent für Sie bereit. Buchen Sie Ihren Aufenthalt gern direkt über das CCV-Anmeldeformular mit hinzu (125€ netto in Einzelnutzung inkl. Frühstück + WLAN; nur so lange der Vorrat reicht). ■

Adresse:
Schöneberger Straße 3, 10963 Berlin
www.moevenpick-hotels.com



VIELEN HERZLICHEN DANK

an unsere Partner & Sponsoren

	<p>Der Award wird mit freundlicher Unterstützung des Medienpartners TeleTalk vergeben: Der führenden monatlichen Fachzeitschrift für professionellen Kundendialog, Service-Management und Dialogmarketing. Sie vermittelt Fach- und Überblickswissen rund um das Thema Call-, Contact- und Service-Center Management. Aktuelle Markt- und Herstellerübersichten sowie Berichte über neue technische Entwicklungen liefern wichtige Informationen für spezifische Entscheidungen und anstehende Investitionen in Lösungen und Systeme. www.teletalk.de</p>
	<p>CCV-Goldsponsor Plantronics ist offizieller Pate des CCV Quality Awards in der Kategorie Mitarbeiterorientierung. Plantronics ist ein börsennotiertes Unternehmen mit Niederlassungen in 20 Ländern und bietet mit die größte Auswahl der Branche an schnurgebundenen und schnurlosen Produkten im Bereich Unified Communications. www.plantronics.com/de</p>
	<p>GeloRevoice® Halstabletten unterstützen den CCV als Goldsponsor. Denn GeloRevoice® gibt Agents, Team-Leitern, Trainern und Coaches das, was sie tagtäglich brauchen: Wirksame Hilfe bei Halsbeschwerden und eine klangvolle Stimme für überzeugende Gespräche. www.gelorevoice.de/gelorevoice#wirkprinzip-gelorevoice</p>
	<p>Seit 2010 unterstützt Jabra als CCV-Silbersponsor die Verbandsaktivitäten. Mit seiner Marke Jabra ist GN Netcom der führende Experte für innovative Headsetlösungen – sowohl für professionelle Anwender in Büro- und Contact-Center-Umgebungen als auch für Mobiltelefonie. www.jabra.com.de</p>
	<p>Interactive Intelligence ist CCV-Bronzesponsor und offizieller Pate des CCV Quality Awards in der Kategorie IT-Innovation. Interactive Intelligence Inc. (Nasdaq: ININ, www.inin.com) ist ein weltweit führender Anbieter von Softwarelösungen für die Geschäftskommunikation in den Bereichen Contact Center Automatisierung, IP-Telefonie und Geschäftsprozessautomatisierung.</p>
	<p>Der CCV-Bierempfang am Donnerstagnachmittag wird gesponsert von Sogedes! Sogedes entwickelt und vertreibt führende Softwarelösungen für erfolgreiches Customer Experience Management. Die einzigartige „Customer Interaction Plattform“ ermöglicht die umfassende Gestaltung Ihrer Kundenkommunikation, Service-prozesse und dem Management Ihrer wertvollsten Ressource – Ihre Mitarbeiter. www.sogedes.de</p>
	<p>Den CCV-Sektempfang am Abend der feierlichen Award-Verleihung sponsert in liebgewonnener Tradition telequest & Internet Solutions. Ihr Ansprechpartner für Vermittlung von nationalen und internationalen Servicrufnummern und Premium Rate SMS sowie Consulting in den Bereichen Callcenter, Audiotex Anwendungen und Micropayment Solutions. www.telequest.at</p>
	<p>storm® von Radius Communications ist eine umfangreiche Kommunikations-Plattform. Als Cloud Service liefert Sie alle Funktionalitäten für Ihre Multi-Channel Kommunikation im Contact Center. www.radiuscomms.com</p>
	<p>Arbeitswelten für dialogstarke Teams: wertschätzend, wirtschaftlich, visionär – HCD Human CallCenter Design Planungs GmbH verbindet langjährige Erfahrung im Kundendialog mit anspruchsvoller Innenarchitektur, plant und realisiert das ganzheitliche Zusammenspiel von Licht, Luft & Raum. So entstehen Arbeitsumgebungen, die Mitarbeiter begeistern, binden und für eine hochproduktive Leistungserbringung motivieren. www.hcd-gmbh.de/planbar</p>
	<p>Verint® Systems Inc. (NASDAQ: VRNT) ist ein weltweit führendes Unternehmen in Actionable Intelligence®-Lösungen für die Optimierung des Kundendialogs, Sicherheitsüberwachung und Betrug, Risiko und Compliance. Organisationen in mehr als 180 Ländern nutzen Verint-Lösungen, um ihre Unternehmensleistung zu steigern und die Welt sicherer zu machen. www.verint.com</p>



WACHSTUM

Eine Herausforderung bei veränderten Märkten und Rahmenbedingungen

VON ANDREAS HARTWIG
UND BURKHARD RIECK

Das tägliche Geschäft der Service Center ist geprägt von der Stetigkeit des Wandels. Dabei spielen nicht nur die äußeren Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle, sondern auch Veränderungen innerhalb der eigenen Strukturen. Die Invitel Unternehmensgruppe ist in Sachen Wandel und Wachstum fast schon ein alter Hase – und geht damit auf ihre ganz eigene Art und Weise um.

Die Ausgangssituation

Die heutige Invitel Unternehmensgruppe besteht aus zwei eigenständigen Marken. Invitel, der Spezialist für Kundenservice im Energieversorgungsbereich, existiert in Helmstedt seit 1999. Simon & Focken, mit dem Fokus auf die Telekommunikations-, Banken- und Versicherungsbranche, gibt es seit 1994 mit einem Standort in Braunschweig. Beide Unternehmen sind inhabergeführte Servicedienstleister.

Der Wandel beginnt

Im August 2012 übernimmt Invitel das Unternehmen Simon & Focken. Unter dem Dach der so entstandenen Invitel Unternehmens-

gruppe sind 1.100 Mitarbeiter beschäftigt. Mit neuer Größe und Tatkraft können in der folgenden Zeit neue Aufträge akquiriert werden. Das über Jahre erworbene Know How und das erlangte Vertrauen des Marktes tragen ihren Teil dazu bei, dass es möglich ist, bis zu Beginn des Jahres 2015 weitere Standorte aufzubauen. Mit Magdeburg, Halle, Leipzig, Bremen und Bielefeld wächst die Invitel Unternehmensgruppe organisch weiter und ist für 2.700 Mitarbeiter an mittlerweile 15 Standorten verantwortlich.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Aufbau der neuen Standorte ist die Zertifizierung nach DIN ISO 9001:2008 und DIN 15838. Die vorhandenen Prozesse und Qualitätssicherungsmaßnahmen sorgen bei der Neueinrichtung für maximale Effizienz und die Vermeidung von Streuverlusten.

Mit der Eröffnung des Standortes auf Gran Canaria wird ein erster Schritt in Richtung Internationalisierung gegangen, der ebenfalls von den Lerneffekten des vorangegangenen Wachstums profitieren konnte.

Die Herausforderungen

Die Zusammenlegung zweier erfolgreicher Marken – zeitgleich mit einem rasanten Wachstum – erfordert eine ganze Reihe von Maßnahmen bei der Neuorganisation. Bei allen betriebswirtschaftlichen und technischen Veränderungsprozessen liegt die wichtigste Aufgabe darin, die Menschen mitzunehmen. Dabei geht Invitel den Weg der Transparenz und Identitätstreue. Das bedeutet, dass nicht nur über alle relevanten Vorgänge im Unternehmen berichtet wird, sondern auch, dass trotz Zusammenlegung beide Marken weiterhin ihre jeweiligen charakteristischen Auftritte im Markt behalten.

Für alle Unternehmensteile werden die dienstleistenden Bereiche zentral in der ‚Invitel GmbH‘ als Muttergesellschaft aufgebaut. Das betrifft die essentiellen Kernfunktionen Training, Qualitätsmanagement, Personalwesen und -rekrutierung, IT/TK, Vertrieb & Marketing, zentrale Planung & Steuerung sowie Einkauf/Materialwirtschaft.

Weitere massive Anpassungsleistungen müssen im Zusammenhang mit der Vereinheitlichung der Prozesse und Systeme erbracht werden. Die Personaleinsatzplanung muss standort- und unternehmens-übergreifend erfolgen und auch die Buchhaltungs- und Perso-

nalabrechnungssysteme sowie das Beschaffungssystem müssen angeglichen werden. Ein Schwerpunkt liegt bei der Implementierung eines einheitlichen IT-Systems und der neuen VoIP-Telefonanlage. Geschäftsführer Andreas Hartwig: „Um allen Kunden von Invitel und Simon & Focken konstant erstklassigen Service bieten zu können, ist damit ein

„ EIN ENDE DES WANDELS IST NICHT ABZUSEHEN.

großer Meilenstein erreicht worden.“ Sämtliche Maßnahmen laufen unter der Prämisse ab, möglichst geräuscharm und nur als Verbesserung spürbar zu sein, sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Kunden. Nach internen Schätzungen sind die Fusionsprozesse zu 90 % abgeschlossen.

Der weitere Weg

All diese Prozesse finden parallel zum operativen Betrieb statt und sind nicht losgelöst von äußeren Rahmenbedingungen. Der Markt und das Umfeld stellen ebenfalls stetig neue Anforderungen, auf die reagiert werden muss.

Der Mindestlohn ist zwar das prominenteste, aber nicht das einzige Beispiel. Auch der Zusammenschluss größerer Unternehmen unter den Auftraggebern fordert Flexibilität innerhalb der Gruppe, um auf strategische Änderungen in der Projektstruktur vorbereitet zu sein. Die neue Organisationsstruktur erlaubt es, diese Anforderungen nachhaltig umzusetzen.

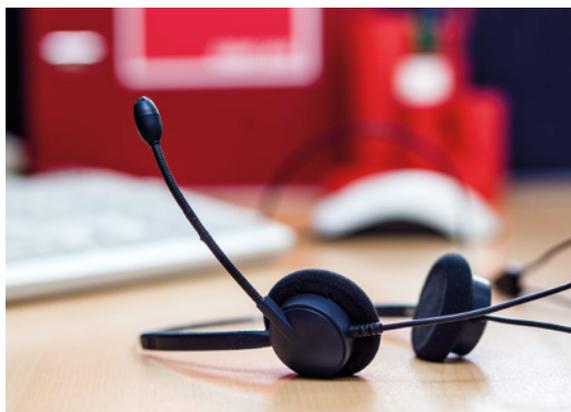
Die Bedürfnisse des Marktes zu erkennen und im unternehmensübergreifenden Leistungsportfolio zu etablieren, sind kontinuierliche Aufgaben und für Wachstum grundlegende Voraussetzungen. „Sales“ und „Digitalisierung“ sind darum wichtige strategische Eckpunkte in der Zukunft der Invitel Unternehmensgruppe. Ein Ende des Wandels ist also nicht abzusehen. ■



Andreas Hartwig,
Geschäftsführer Invitel GmbH



Burkhard Rieck,
geschäftsführender Gesellschafter
Invitel Unternehmensgruppe



FLUCH ODER FORTSCHRITT?

Neid in Unternehmen: Von Fragen zur Zukunft der Arbeit und der Notwendigkeit, Führung anders zu denken

VON DR. NESE SEVSAY-TEGETHOFF, GESCHÄFTSFÜHRERIN DES ROMAN HERZOG INSTITUTS

Unserer Arbeitswelt wandelt sich rasant. Angesichts der Megatrends wie Globalisierung, Digitalisierung und strukturellem Wandel brauchen wir neue Perspektiven, um auch künftig wettbewerbsfähig zu bleiben.

Das Roman Herzog Institut hat sich seit seiner Gründung im Jahr 2002 zum Ziel gesetzt, die Zukunft der Arbeit aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten. Mit Workshops, Fachsymposien und Streitgesprächen fördert es den interdisziplinären Diskurs über die drängenden Fragen unserer Zeit: Wie werden wir in Zukunft leben und arbeiten? Können angesichts knapper werdender Ressourcen auch die nachfolgenden Generationen ein Leben im Wohlstand führen? Welche Auswirkungen hat der demografische Wandel auf Wirtschaft und Gesellschaft? Als freier Think Tank sieht sich das Roman Herzog Institut in der Verantwortung, Gewohntes und Altbewährtes

kritisch zu hinterfragen, richtungweisende Visionen zu entwickeln und in tragfähige Handlungskonzepte umzuwandeln. Denn die Weichen für die Lebens- und Arbeitswelt von morgen müssen heute gestellt werden. Dazu sind Führungspersönlichkeiten aus allen Bereichen des öffentlichen Lebens – aus Politik, Unternehmen, Verbänden und der Wissenschaft – aufgerufen. Es gilt, auf die Alterung und Schrumpfung der Bevölkerung mit steigender Produktivität und wachsender Innovationskraft zu reagieren.

Mit seinem Forschungsschwerpunkt Führung anders denken hat sich das Roman Herzog Institut einer der zentralen Fragen des Arbeitslebens gewidmet. Dabei geht es nicht nur darum, praktische Handlungsempfehlungen für den Führungsalltag zu entwickeln. Ziel ist es auch, die Grundlagen guter Führung herauszuarbeiten und dadurch lösungsorientierte Denkanstöße zu geben in der Führungs-



ROMAN HERZOG INSTITUT

debatte, die sich oft einseitig auf die Defizite und das Versagen von Führung konzentriert.

Als Beispiele für die breit gefächerten, teils auch überraschenden Erkenntnisse, die sich aus der Beschäftigung mit Führungsfragen ergeben, sei auf verschiedene Studien verwiesen, die sich mit sozialen Vergleichen am Arbeitsplatz befassen.

” FÜHRUNGSKRÄFTE SOLLTEN SICH IHREN MITARBEITERN GEGENÜBER WERTSCHÄTZEND UND FAIR VERHALTEN.

Aus der Wahrnehmung von Gehaltsunterschieden, Beförderungen oder Auszeichnungen erwächst oft Neid unter Kollegen. Neid wird im Allgemeinen als negative Emotion angesehen. Tatsächlich kann er aber auch den Ehrgeiz und

die Motivation beflügeln und so ein Motor für mehr Leistung und Effizienz sein – also durchaus konstruktive Folgen haben. Wie eine vom Roman Herzog Institut in Auftrag gegebene experimentelle Studie beweist, hängt es wesentlich vom Verhalten des Vorgesetzten ab, ob Neid in Unternehmen auf die Mitarbeiter motivierend wirkt oder das genaue Gegenteil erreicht. Während sozial einschließendes Verhalten der Führungskraft bei den Mitarbeitern bewundernden, motivierenden und damit produktiven Neid hervorrufen kann, führt soziale Ausgrenzung durch die Führungskraft zu boshafem, destruktivem Neid. Dieser hat ein kontraproduktives Arbeitsverhalten zur Folge, das von Resignation über Mobbing bis hin zur Sabotage reichen kann.

Daraus ergibt sich für Führungskräfte eine klare Erkenntnis: Durch sozial ausgrenzendes Verhalten riskieren sie, dass Mitarbeiter sich unkooperativ verhalten und das Unternehmen schädigen. Stattdessen sollten sie sich ihren Mitarbeitern gegenüber wertschätzend und fair verhalten, ihnen das Gefühl vermitteln, dass sie ein akzeptierter und wichtiger Teil des Teams, der Abteilung und des Unternehmens sind. Transparenz und Partizipation sind wichtige Faktoren, damit aus Neid Ehrgeiz werden kann. Es kommt darauf an, das Potenzial des Neides unter Kollegen in produktive Bahnen zu lenken: eine Führungsaufgabe.

Ausführlich können Sie die Ergebnisse nachlesen im RHI-Wissenswert Nr. 08 „Neid in Unternehmen – Fluch oder Fortschrittmotor?“ www.romanherzoginstitut.de/wissenswert/ausgabe-nr-8/

Informationen über weitere Publikationen des Roman Herzog Instituts zum Thema Führung erhalten Sie unter: www.romanherzoginstitut.de/publikationen ■

MITGLIEDERWERBUNG

Sechs Gründe für eine Mitgliedschaft

Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, warum die Call- und Contactcenter-Branche trotz aller Bemühungen nicht den besten Ruf hat und warum die Politik immer wieder über Verschärfungen der Gesetze nachdenkt? Dabei arbeiten Sie doch für ein Unternehmen, das die Gesetze beachtet, moderne Arbeitsplätze geschaffen hat, seine Mitarbeiter fördert und mit diesen kontinuierlich an der Verbesserung seines Kundenservice arbeitet.

Und gerade von diesen Kunden bekommen Sie überwiegend gute Rückmeldungen. Warum erfährt das scheinbar niemand in der weiten Medienwelt und in den politischen Entscheidungsgremien? Weil Branchen nur gehört werden, wenn sie ihre Interessen und Botschaften bündeln!

Wenn sich die Mehrheit unserer Branche organisiert, finden wir das uns zustehende Gehör und können schlagkräftiger unsere Positionen zum Ausdruck bringen. Für die Anliegen aller Call- und Contactcenter-Organisationen setzt sich der CCV ein. Stärken auch Sie mit Ihrer Verbandsmitgliedschaft Ihre Branche, nutzen Sie sie als Qualitätsausweis, werden Sie Teil dieses Netzwerkes von Branchenprofis. Gestalten Sie mit und profitieren Sie von den vielfältigen Leistungen Ihres Verbandes.

1. STÄRKEN SIE IHR NETZWERK!

Wir bieten Ihnen mit den verschiedenen CCV-Events über das ganze Jahr hinweg eine Plattform für Ihren Wissens- und Erfahrungsaustausch. Die Vielfalt unserer Mitglieder sowie die Vielzahl der Themenstellungen und Geschäftsmodelle führen zu einem dynamischen Informationspool, der in der Branche einzigartig ist.

2. ERHALTEN SIE MARKTVORTEILE UND SONDERKONDITIONEN!

Sie erhalten kostenfrei die Fachzeitschriften TeleTalk, acquisa und INTRE sowie spezielle Konditionen bei Tagungen, Kongressen und monetäre Vorteile im Rahmen abwechslungsreicher Kooperationsangebote.



Ein starkes Team setzt sich für Sie ein: Die Mitarbeiter der CCV-Geschäftsstelle. Von Links: Sandra Fiedler, Jördis Harenkamp, Beate Mietzner, Enrico Rennebarth.

3. STÄRKEN SIE IHR IMAGE NACH AUSSEN!

Unsere Mitglieder handeln nach dem „Branchenkodex der Customer Service und Contact Center Branche“ und haben als seriöse Dienstleister Marktvorteile. Dieses klare Reglement soll auch dazu beitragen, die Zahl der Beschwerden bei der Bundesnetzagentur weiter zu senken.

4. GESTALTEN SIE MIT!

In internen Arbeitskreisen werden fachliche Themen gesetzt, Standards definiert und deren Umsetzung voran gebracht. Verbindliche Qualitätsmerkmale schaffen Transparenz für alle Marktteilnehmer. Der CCV engagiert sich dazu bei der Weiterentwicklung von Zertifizierungen und Normen. Übernehmen Sie beispielsweise ein Ehrenamt als Regional- oder Arbeitskreisleiter und wirken Sie so aktiv an den Zielen mit, denen sich der Verband verschrieben hat.

5. FINDEN SIE GEHÖR!

Wir betreiben nachhaltige Lobbyarbeit, sprechen mit Journalisten, verbessern dadurch das Image der Branche und schaffen optimale Rahmenbedingungen. Beim Deutschen Bundestag und der Europäischen Kommission gelistet, verschaffen wir unseren Mitgliedern

gegenüber Politik und Gesetzgebung in Berlin und Brüssel Gehör und nehmen Einfluss auf Gesetzgebungsverfahren und Richtliniengestaltung. Der Verband informiert über nationale und internationale Entwicklungen und ist durch Mitglieder oder Korrespondenten bei allen wichtigen Veranstaltungen weltweit vertreten.

6. GEWINNEN SIE NEUE KUNDEN!

Auf unserer Ausschreibungsplattform finden Sie immer wieder exklusive Gesuche, die nur Mitgliedern vorbehalten sind. Neutral, transparent, rechtssicher!

Werden Sie Mitglied in einem starken Verband! Sprechen Sie uns an – wir sind gern für Sie da!

Neu: Ab Oktober erhalten Unternehmen mit einer angeschlossenen CC-Einheit bei Eintritt in den CCV die Sprachampel *VoiceCoach* von ProCom-Bestmann als exklusives Begrüßungsgeschenk!

Call Center Verband Deutschland e.V. (CCV)
Zimmerstraße 67 | 10117 Berlin,
Tel. +49 (0)30 / 2 06 1328-0
info@callcenter-verband.de
www.callcenter-verband.de/mitglieder/
mitglied-werden

Aufnahmeantrag zur Mitgliedschaft im Call Center Verband Deutschland e.V. (CCV)

Bitte geben Sie Ihre Daten an:

Unternehmen (lt. Eintragung im Handelsregister)		_____	
Abteilung	_____	Funktion	_____
Vorname	_____	Name	_____
Straße/Nr.	_____	PLZ/Ort	_____
Telefon	_____	Telefax	_____
Mobil	_____	Persönliche E-Mail-Adresse	_____
Geburtsdatum	_____	Firmen E-Mail-Adresse	_____
Homepage	_____	Twitter-Profil	_____
XING-Profil	_____	Google+ -Profil	_____
Facebook- Profil	_____		

Bitte kreuzen Sie hier Ihre Beitragskategorie an:

Beitragskategorie	FTE (Full Time Equivalent)	Aufnahme- gebühr	Jahresbeitrag	
		(steuerfrei)	(steuerfreier Anteil)	(Anteil zzgl. 19% USt.)
<input type="checkbox"/> Firmenmitgliedschaft Call- und Contact Center (Inhouse, Dienstleister, Mischform)	<input type="checkbox"/> 1 – 250 <input type="checkbox"/> 251 – 500 <input type="checkbox"/> > 500	Einmalig 130 Euro	100 Euro pro Jahr	650,00 Euro 1.400,00 Euro 1.900,00 Euro
<input type="checkbox"/> Firmenmitgliedschaft Sonstige Unternehmen (Berater, Hersteller, Dienstleister)	<input type="checkbox"/> 1 – 5 <input type="checkbox"/> 6 – 250 <input type="checkbox"/> 251 – 500 <input type="checkbox"/> > 500	Einmalig 130 Euro	100 Euro pro Jahr	650,00 Euro 1.900,00 Euro 2.650,00 Euro 3.150,00 Euro
<input type="checkbox"/> Zweitmitgliedschaft Mitgliedschaften von nachgeordneten Organisationseinheiten eines Mitgliedsunternehmens ohne eigene Rechtspersönlichkeit (identische Firmierung)	-	Einmalig 130 Euro (Entfällt bei gleichzeitiger Beantragung einer Firmen- mitgliedschaft.)	-	300,00 Euro
<input type="checkbox"/> Schnupper-Mitgliedschaft	Die Schnupper-Mitgliedschaft dient dazu, den CCV und seine Mitglieder näher kennenzulernen. Sie umfasst kein Stimmrecht, keinen Zugriff auf das CCV-Mitgliederportal und kein Recht auf die Verwendung des CCV-Verbandslogos. <u>Leistungspaket:</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenfreie Gastteilnahme an zwei Regional- oder Arbeitskreistreffen (danach Teilnahmegebühr in Höhe von 150 € zzgl. 19% USt.pro Veranstaltung) ▪ Bezug des CCV-Mitglieder-Newsletters „Interne Kommunikation“ in zwei Ausgaben ▪ Kostenfreier Erhalt des Verbandsmagazins „CCVNews“ 			

Ich erkenne mit meiner Unterschrift die Verbandsatzung und den Branchenkodex an.

Weitere Hinweise zur Mitgliedschaft

Die CCV-Verbandsmitgliedschaft bezieht sich auf das jeweilige Unternehmen. Neben dem Bevollmächtigten, der das Unternehmen im CCV vertritt, können weitere Ansprechpartner benannt werden, die die Mitgliedervorteile im vollen Umfang kostenfrei nutzen können.

Bitte geben Sie an, für welche Unternehmensbereiche Sie weitere Ansprechpartner benennen möchten. Sie erhalten von der CCV-Geschäftsstelle ein entsprechendes Formular zur Meldung der weiteren Ansprechpartner.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Geschäftsführung | <input type="checkbox"/> Technik (Hard- und Software) |
| <input type="checkbox"/> HR/Personal- bzw. Rechts-Abteilung | <input type="checkbox"/> Ausbildung |
| <input type="checkbox"/> Marketing und Kooperationen | <input type="checkbox"/> Inklusion (Menschen mit Behinderung) |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Unternehmensbereiche: _____ | |

Bitte kreuzen Sie hier Ihre Unternehmensart an (Bitte nur Haupttätigkeit ankreuzen):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Call- und Contact Center (Inhouse) | <input type="checkbox"/> Telekommunikations- /Mehrwertdienste |
| <input type="checkbox"/> Call- und Contact Center (Dienstleister, Agentur, Outsourcer) | <input type="checkbox"/> Zertifizierung |
| <input type="checkbox"/> Call- und Contact Center (Mischform, Inhouse, Dienstleister) | <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung/Training |
| <input type="checkbox"/> Call- und Contact Center Unternehmensberatung | <input type="checkbox"/> Personaldienstleistung |
| <input type="checkbox"/> Hard-/Software-Herstellung | |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Unternehmensarten: _____ | |

Hinweise zum Datenschutz

Die Vertraulichkeit und Integrität Ihrer persönlichen Angaben ist uns ein besonderes Anliegen. Wir werden Ihre Angaben daher sorgfältig und entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz verarbeiten und nutzen und insbesondere nicht ohne Ihre Zustimmung an Dritte weitergeben.

Einwilligung in die Datenverarbeitung zu weiteren Zwecken

Für eine umfassende Mitgliederbetreuung ist es erforderlich, dass Sie nachstehend Ihre Einwilligung in die weitergehende Nutzung Ihrer persönlichen Angaben erklären (bitte Zutreffendes ankreuzen):

- Ich bin damit einverstanden, dass der CCV meine hier angegebenen personenbezogenen Daten zum Zwecke der Mitgliederbetreuung (z.B. Einladungen zu Verbandsveranstaltungen, Informationen über Verbandsaktionen und Neuigkeiten, Versendung von Mitgliedermagazin und Mitgliedernewsletter) sowie zur Markt- und Meinungsforschung verarbeitet und nutzt.
- Ich bin damit einverstanden, zu den oben genannten Zwecken per E-Mail angesprochen zu werden.
- Ich bin damit einverstanden, zu den oben genannten Zwecken auf dem Postweg angesprochen zu werden.

Widerrufsrecht

Ich kann unter der E-Mail-Adresse info@callcenter-verband.de oder der Telefonnummer +49 (030) 206 13 28 - 0 (Mo. – Do. von 08:30 bis 16:30 Uhr und Fr. 08:30 bis 15:00 Uhr) Auskunft über meine beim Call Center Verband Deutschland e.V. (CCV) gespeicherten personenbezogenen Daten erhalten und jederzeit deren Berichtigung, Löschung oder Sperrung verlangen. Sollte ich im Nachhinein Einwände gegen die Speicherung, Verarbeitung und Nutzung meiner Daten haben, kann ich meine Einwilligung ohne Angabe von Gründen unter der oben genannten E-Mail-Adresse oder Telefonnummer widerrufen.

Ich versichere hiermit, für das von mir vertretene Unternehmen zeichnungsberechtigt zu sein.

Darüber hinaus verpflichte ich mich Adressänderungen, Änderungen der Firmierung oder den Wechsel von Ansprechpartnern umgehend schriftlich oder per Email an info@callcenter-verband.de mitzuteilen.

Datum, Ort _____ Unterschrift /Firmenstempel _____

BRANCHENTERMINE

Ihre Kontaktpunkte zur Branche

CCV-VERANSTALTUNGEN



■ CCV-Regionaltreffen West (Nord)

22. Oktober 2015 in Köln
*Kostenfreie Teilnahme
für CCV-Mitglieder.*



■ 1. Jahrestagung der Contactcenter-Wirtschaft: „Smarter, Interaktiver, Callcenter“

12. und 13. November 2015 in Berlin
*Preisvorteile für Mitglieder des CCV / des
call-center-forum.at / des Callnet.ch.*



■ CCV-Quality-Award-Verleihung 2015

12. November 2015 in Berlin
*Preisvorteile für Mitglieder des CCV / des
call-center-forum.at / des Callnet.ch.*



■ CCV-Regionaltreffen West (Süd)

02. Dezember 2015 in Frankfurt/Main
*Kostenfreie Teilnahme
für CCV-Mitglieder.*



■ CCV-Regionaltreffen Süd

10. Dezember 2015 in Nürnberg
*Kostenfreie Teilnahme
für CCV-Mitglieder.*

NATIONALE VERANSTALTUNGEN

■ 9. Erfolgreiches Contactcenter

03. November 2015 in Hanau
*CCV-Mitglieder erhalten
25% Ermäßigung auf den Ticketpreis.*

■ Seminar: Zeitmanagement, Moderation, Präsentation

04. und 05. November 2015 in Hamburg

■ Social Customer Service 2015

24. und 25. November in Frankfurt am Main

INTERNATIONALE VERANSTALTUNGEN

■ CCW 2016

Kongress: 23. und 24. Februar 2016
Innovationstag/Inspirationstag: 22. und 25. Februar 2016
Messe: 23. bis 25. Februar 2016
*CCV-Mitglieder erhalten bis zu
15 % Rabatt auf den Kongresspreis.*

CCW-Akademie

■ Seminar: Gelassen bleiben im Call Center

26. und 27. Oktober 2015 in Köln

■ Seminar: Call Center mit Kennzahlen steuern

29. und 30. Oktober in München

■ Seminar: Call Center LIVE

17. und 18. November in Berlin

Weitere Termine unter:

www.ccw-akademie.de

*CCV-Mitglieder erhalten bis zu 15% Rabatt
auf Seminare der Management Circle AG.*



Mehr Termine finden Sie stets
im Überblick auf der CCV-Website unter
www.callcenter-verband.de/home/termine/

VERNETZUNG, AUSTAUSCH, EXPERTISE

Die CCV-Regionalgruppen

Der CCV ist überregional organisiert und in sechs Regionalgruppen untergliedert. Die Regionalgruppen und ihre jeweiligen Leiter/-innen sind Ihre persönlichen Ansprechpartner vor Ort. Sie arbeiten eng mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand zusammen und bieten den Mitgliedern Informationen, Beratung und Unterstützung in ihrer Region. Halbjährliche Regionaltreffen, bei denen Experten referieren, Work-

shops stattfinden und der Erfahrungsaustausch gepflegt wird, geben Ihnen die Möglichkeit, sich über neue Entwicklungen zu informieren, für die Branche wichtige Informationen zu erhalten und sich zu vernetzen. Auch das Netzwerken auf Augenhöhe und in entspannter Atmosphäre kommt nie zu kurz – wie z. B. auf dem Jahresempfang, dem Sommerfest in Berlin oder bei den zahlreichen Weihnachtstreffen.

Die Regionaltreffen stehen für:

- Informationen über Marktentwicklungen, Recht und Regulierung
- Wissenstransfer und Vermittlung von Spezial-Know-How
- Erfahrungsaustausch im größeren Rahmen und in kleinen Gruppen
- Möglichkeiten zum Aufbau neuer und Pflege bestehender Kontakte



Regionalgruppe Nord

Wolfgang Thiel, GDV Dienstleistungs GmbH & Co. KG

Tel: 040 / 33449501

wolfgang.thiel@callcenter-verband.de

Olaf Skirde, ProCom-Bestmann

Tel: 05625 / 9239754

olaf.skirde@callcenter-verband.de

- Januar 2015 in Hannover: „Kundenservice in der Cloud“
- Oktober 2015 in Hamburg: „Von den Siegern lernen“



Regionalgruppe West (Nord)

Jens Marquardt, Swiss Life Deutschland Vertriebsservice GmbH

Tel: 0511 / 90205888

jens.marquardt@callcenter-verband.de

Carsten Baer, INTERcept Solutions GmbH

Tel: 05341 / 2230959

carsten.baer@callcenter-verband.de

- Juni 2015 in Hannover: „Personal – Der Erfolgsfaktor der Zukunft?!“
- Oktober 2015 in Köln: „Innovationen und Zukunftstrends“



Regionalgruppe Berlin-Brandenburg

Andreas Buchelt, Adecco Call Center Solutions GmbH

Tel: 030 / 24087645

andreas.buchelt@callcenter-verband.de

Frank Buchholz, Gothaer Schaden Service GmbH

Tel: 030 / 55081100

frank.buchholz@callcenter-verband.de

- Januar 2015 in Berlin: Neujahrsempfang
- Juli 2015 in Berlin: „Callcenter goes Shared Services“



Regionalgruppe West (Süd)

Martin Schimpf, Sparda TelefonService GmbH & Co. KG

Tel: 06894 / 1451001

martin.schimpf@callcenter-verband.de

Kerstin Prassol, SOKA-BAU

Tel: 0611 / 7072001

kerstin.prassol@callcenter-verband.de

- September 2015 in Völklingen: „Arbeitswelten im Wandel der Zeit“



Regionalgruppe Mitteldeutschland

Mario Henschel, Sogedes GmbH

Tel: 0345 / 96390411

mario.henschel@callcenter-verband.de

Katrin Steinbach, ENSO Energie Sachsen Ost AG

Tel: 0351 / 4683870

katrin.steinbach@callcenter-verband.de

- Gemeinsam mit der Region Süd:
April 2015 in Halle: „Qualität im Callcenter – Stellschrauben im operativen Geschäft“



Regionalgruppe Süd

Heike Kraus, Datev eG

Tel: 0911 / 3193223

heike.kraus@callcenter-verband.de

Jens Bestmann, ProCom-Bestmann

Tel: 05625 / 9239700

jens.bestmann@callcenter-verband.de

- Gemeinsam mit der Region Mitteldeutschland:
September 2015 in München: „Digitalisierung auf Bayerisch“

Ermöglicht wurden die o. g. CCV-Regionaltreffen in diesem Jahr durch unsere Sponsoren und Gastgeber:

plantronics

Sparda
TelefonService

SwissLife

Coca-Cola Erfrischungsgetränke

sogedes
das systembad

brightone

Jabra

HAMBURG
WASSER

4Com
Service. Productivity. Provider.

GeloRevoice
Besser gut bei Stimme

OPTIMALE HEADSETS, KONFERENZ-TELEFONE, ABGESTIMMTE AKUSTIK UND ERGONOMIE

Ihre Garanten für eine gute Sprachqualität und gesunde, motivierte Mitarbeiter!

Zufriedene Kunden sind der Grund für die aktive Partnerschaft von **CALL CENTER SERVICE** und **ORG-DELTA**. Denn für ein bestmögliches Ergebnis gilt es, alle Komponenten optimal auf einander abzustimmen.

Call Center Service – Die Headset-Spezialisten aus Berlin-Mitte.

Geräuschem und heißes Ohr? Ihre Experten zum Thema Headsets und Konferenztelefone, Akustik und Ergonomie sind deutschlandweit für Sie da! Mit neuem Service im Gepäck: Headsets nutzen ohne zu kaufen! In Zeiten stetiger, spannender Veränderungen möchten wir gern Ihre Konstante sein.

ORG-DELTA – Ihr Partner für Raumakustik und mehr

Sie suchen innovative Akustiklösungen bzw. Konzepte? Wir begleiten Sie bundesweit ganzheitlich von der Lärmanalyse und Planung bis zur konkreten Umsetzung – durch unsere Montageteams oder zur Selbstmontage. Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, variabel oder fest verbaut ...

Tauchen Sie ein in die Welt der Ruhe.

Call Center Service und ORG-DELTA – Interessiert? Gerne hören wir von Ihnen.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme und ein Treffen auf der CCW 2016. Sie sind herzlich eingeladen. Für kostenlose Eintrittsgutscheine sprechen oder schreiben Sie uns an.

Kontakt zu den Unternehmen



CALL CENTER SERVICE Inh. Sylvia Wirsig
Friedrichstraße 187 | 10117 Berlin-Mitte
Tel. +49 (0) 30 / 4284504-0
vertrieb@Call-Center-Service.de
www.headset-spezialisten.de



ORG-DELTA GmbH
Friedrichstraße 10 | 73262 Reichenbach/Fils
Tel. +49 (0) 71 53 / 9826-0
info@org-delta.de | www.org-delta.de

PERFEKTER KUNDENSERVICE steigert Ihren Umsatz im E-Commerce



Der mit E-Commerce erzielte Umsatz des deutschen Handels lag 2014 bei rund 39 Milliarden Euro. Für 2015 wird diese Zahl nochmals wachsen. Das Potenzial des Online-Handels ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Die Umsatzzahlen werden in den kommenden Jahren weiter steigen. Neben Produkten wie Mode, Bücher und Consumer Electronics nimmt auch der Anteil an Waren aus anderen Bereichen wie etwa Kosmetik und Food stetig zu. Um sich am Markt behaupten zu können, setzen zahlreiche Händler auf eine Cross-Channel-Strategie und bieten ihre Waren sowohl stationär als auch online an.

Nur zufriedene Kunden kommen wieder
Ein zentrales Entscheidungskriterium für den Kunden, wenn es um die Auswahl eines Anbieters geht, stellt die Zufriedenheit mit dem

Serviceangebot dar. „Nur zufriedene Kunden kommen wieder und empfehlen einen Händler weiter“, weiß 3C-DIALOG-Vertriebsexpertin Susanne Beckers. „Gerade für Anbieter, die sowohl ein stationäres als auch ein Online-Angebot betreiben, liegt die Herausforderung darin, ihren Kunden auf allen Kontaktbenen das gleiche Serviceerlebnis zu bieten.“

Professioneller Kundenservice gepaart mit Vertriebskompetenz

3C DIALOG bietet professionellen Kundenservice für den E-Commerce und unterstützt Unternehmen mit exzellent geschulten Mitarbeitern sowohl in der Servicetelefonie als auch im E-Mail- und Social-Media-Support. Durch unsere langjährige Erfahrung im Bereich E-Commerce können wir passgenaue Lösungen entwickeln und individuelle Anforderungen schnell umsetzen. 3C DIALOG ver-

fügt über eine hauseigene Trainingsabteilung, die ein eigenes Coaching-Konzept speziell für Inbound-Marketing entwickelt hat. Auf diese Weise werden die Mitarbeiter gezielt darauf vorbereitet, Produkte und Dienstleistungen auch im Rahmen der reinen Servicetelefonie proaktiv anzubieten und zu vermarkten.

Kontakt zum Unternehmen



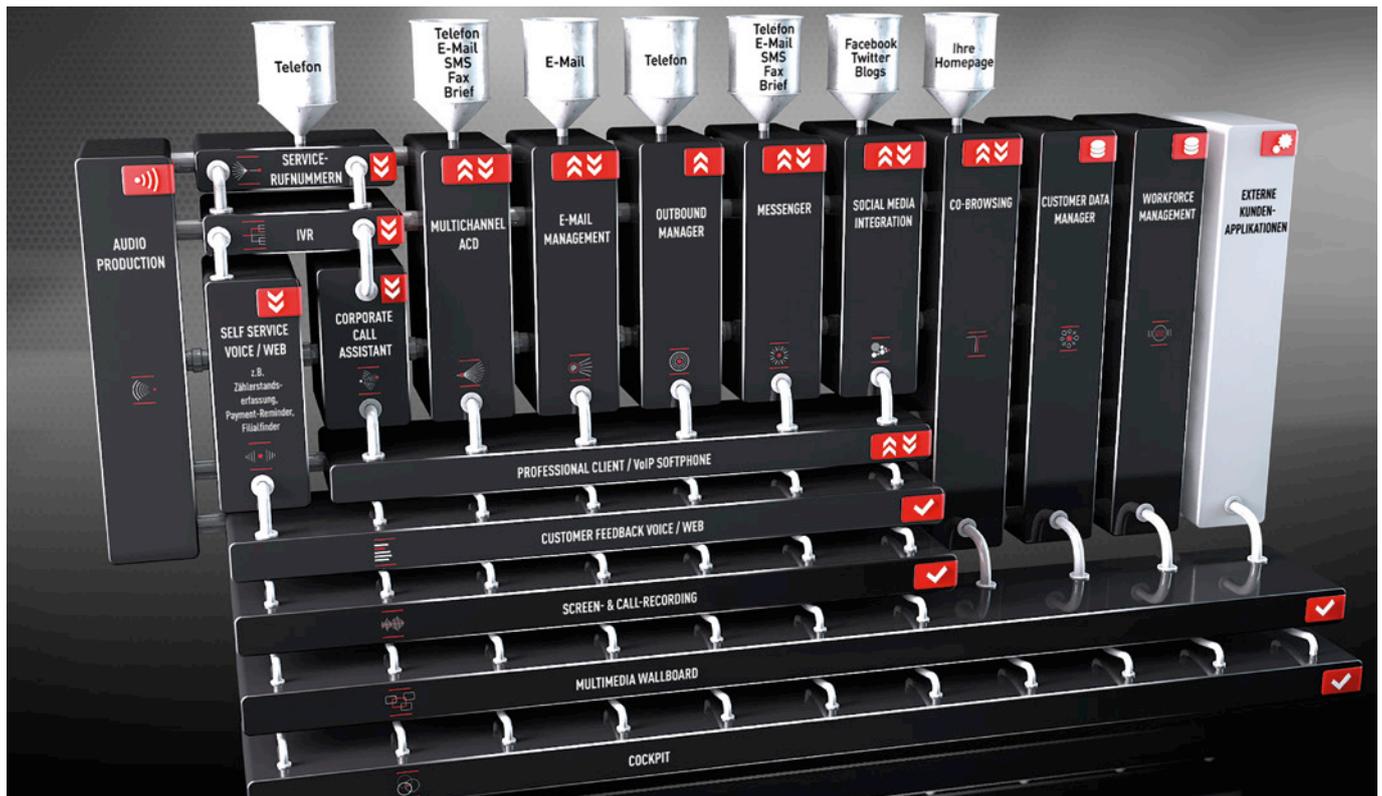
3C DIALOG GmbH
Subbelrather Straße 15 | 50823 Köln



Susanne Beckers, Vertrieb
Tel. +49 (0) 221 / 951 71-266
Susanne-beckers@3c-dialog.de
www.3c-dialog.de

NEU BEI 4COM: WFM & HEADSETS ZUR MIETE

Besuchen Sie uns auf der CCI 2015 – live im Web!



Das Workforce Management lässt sich problemlos mit den übrigen 4Com-Modulen kombinieren, etwa mit der 4Com Multichannel ACD oder dem 4Com Outbound Manager. Ebenso einfach ist die Auswertung und grafische Darstellung der Ergebnisse über das 4Com Cockpit, das Tool für Statistik, Analyse und Business Intelligence. Mit der neuen WFM-Lösung steht Call Centern eine leistungsstarke, standortübergreifende Personaleinsatzplanung aus der Cloud zur Verfügung. Sie interpretiert unter Berücksichtigung von Kampagnen, saisonalen Schwankungen und einer Trendanalyse die Historie und sagt die künftige Entwicklung für jedes beliebige Zeitintervall voraus. 4Com bietet für die Lösung ein Basispaket sowie optional weitere Pakete und Funktionen an, darunter den „Shift-Trader“ für den Mitarbeiter-Schichtentausch mit oder ohne Eingreifen des Teamleiters/Administrators. „Vacation Planner“ für die automatisierte Abwicklung von Abwesenheitsanfragen, „Realtime Adherence“ zur sofortigen Problemerkennung und -behebung.

Plantronics-Headsets zur Miete

4Com stellt als europaweit erster Anbieter ab sofort Plantronics-Headsets für Call Center auch auf Mietbasis zur Verfügung! Mit dem neuen „Device as a Service“-Angebot verwalten Contact Center ihren Headset-Bestand problemlos und sind dabei immer auf dem aktuellsten Stand. Zudem profitieren sie während der gesamten Vertragslaufzeit von umfassenden Upgrade-, Austausch- und Wartungsoptionen. Die Headsets stehen für einen niedrigen, einstelligen Monatsbetrag bereit.

4Com Contact Center Innovation

Auf der 4Com Contact Center Innovationen 2015 erfahren Sie mehr über diese und alle weiteren Lösungen der 4Com Suite! Wir präsentieren in Live-Vorträgen mit Bild & Ton aus der Cloud. Unsere Experten stehen an virtuellen Messeständen für Fragen bereit.

18. und 19. November 2015 live aus der Cloud bei Ihnen am Bildschirm!
Infos und Anmeldung unter www.4Com.de/cc

Kontakt zum Unternehmen

4Com GmbH & Co. KG

4Com
Service. Productivity. Provider.

Holger Klewe, Geschäftsführer
Hamburger Allee 23 | 30161 Hannover
Tel.: 05 11 / 30 03 99 11
solutions@4Com.de
www.4Com.de

KOSTENREDUZIERUNG BEI GARANTIERT GLEICHBLEIBENDER KUNDENZUFRIEDENHEIT

Das Ziel schlechthin im Kundenservice: Die Betriebskosten im Service senken und die Kundenzufriedenheit und Bearbeitungsqualität auf gleichem Niveau halten. Ist ein solcher Ansatz überhaupt umsetzbar, oder müssen Einbußen bei der Qualität und der Zufriedenheit der Kunden in Kauf genommen werden, wenn Kosten reduziert werden? Diese Frage hat sich die Bolzhauser AG gestellt und eine verblüffende Antwort gefunden. Die Bolzhauser AG ist seit mehr als 20 Jahren als Full Service Anbieter am Markt vertreten und unterstützt ihre Kunden bei allen Themenstellungen rund um Qualität und Kundenzufriedenheit im Kundenservice.

Um mögliche Einsparpotentiale identifizieren zu können und dennoch die Qualität und Kundenzufriedenheit sicherzustellen, ist ein multidimensionaler Blick notwendig. Bolzhauser hat eine Methode entwickelt, bei der die **subjektive Kundenmeinung** (z.B. durch eine klassische Kundenbefragung), die **objektive Bearbeitungsqualität** (z.B. durch eine Vorgangsprüfung eines aufgezeichneten Gesprächs oder einer gesendeten E-Mail) mit **zusätzlichen Beobachtungen** während der Qualitätsprüfung und **maschinell erzeugten Daten** verknüpft werden. Unten stehend finden Sie Beispiele, welche Daten und Informationen erhoben und miteinander verknüpft werden:

Zusätzlich zu den oben erwähnten Beispieldaten werden zu den jeweiligen Vorgängen mögliche Differenzierungstreiber dokumentiert. Dies können unter anderem sein: Dienstleister, Zeitpunkt der letzten Schulung, Geschlecht des Agenten, Geschlecht des Kunden, Vorgangsart, Anrufgrund, etc. Um aus diesen Daten die Signifikanzen zu ermitteln ist es notwendig, dass alle aufgenommenen Daten und Kriterien immer **dem einen** Vorgang zugeordnet werden. Unterschiedliche Daten von unterschiedlichen Vorgängen können statistisch nicht miteinander verglichen und verknüpft werden.

Nun analysiert Bolzhauser die vorhandenen Daten mithilfe von SPSS, einem statistischen Werkzeug, welches unter anderem in der klassischen Marktforschung angewendet wird. Mit diesem Werkzeug lassen sich nun Signifikanzen und Abhängigkeiten der einzelnen Daten errechnen und ableiten. Ganz konkret kann aufgezeigt werden, bei welchen Anrufen mit welchen Kundenanliegen, die von welchem Partner abgearbeitet wurden, entstehen an welchen Stellen Auffälligkeiten. Zum einen können diese Auffälligkeiten Bereiche aufdecken, an denen Zeit eingespart werden kann (z.B. Verkürzung der Gesprächszeit, Verlagerung der Anfragen in Self-Service, Reduzierung von Weiterleitungen, etc.). Zum anderen werden natürlich auch Bereiche aufgedeckt, die zei-

gen wie sich die Kundenzufriedenheit und die Qualität verhält. Mit welchen Vorgehensweisen waren die Kunden bei welchen Anfragen, bei welchen Dienstleistern und mit welcher qualitativen Bearbeitung am zufriedensten?

Welche Ziele sind bei Ihnen möglich? Welches Einsparpotential kann erreicht werden? Bolzhauser stellt die Methodik individuell auf jeden Kunden und auf Ihre Bedürfnisse ein. In Workshops wird festgelegt, welche Daten aufgenommen und beobachtet werden. Mit diesen Daten bestimmen wir dann exakt an welcher Stelle Sie, wie viel Zeit einsparen können. Multipliziert man diese Zeit mit den tatsächlichen Kosten Ihrer Prozessminute, ist auch der wirtschaftliche Wert der Einsparung zu fakturieren. In bewusst kurzen Projektzeiten von 4–6 Wochen, an denen zwischen 300 und 500 Vorgängen analysiert werden, erhalten Sie schnell und einfach Ergebnisse und Maßnahmen, die zur Erreichung Ihrer Ziele beitragen.

Die Bolzhauser AG – Ihr strategischer Wertschöpfungspartner bei der Steigerung Ihrer Kundenzufriedenheit und Reduzierung Ihrer Betriebskosten! Weitere Infos unter:

www.bolzhauser.de

Kontakt zum Unternehmen



Bolzhauser
Consulting Outsourcing

Bolzhauser AG
Geschäftsstelle Solingen
Keldersstraße 8 | 42697 Solingen

Tel. +49 (0)212 / 38 31 55 90
Fax +49 (0)212 / 38 31 55 99
Mob. +49 (0)160 / 91 77 54 55
www.bolzhauser.de



Christian Einig
ist Vorstand der
Bolzhauser Consulting AG

Subjektive Meinung	Objektive Qualität	Zusätzliche Beobachtung	Maschinell erzeugte Daten
Net Promoter Score	Fachliche Bearbeitung	Recherchepausen der Agenten	Gesprächszeit Nachbearbeitungszeit
Gesamtzufriedenheit	Freundlichkeit	Auffällige Systemdokumentation	Routing / Eingangskanal
Individuelle Fragen je nach Befragung	Emotionaler Umgang	Hinweise auf Self-Service	Wartezeiten / Service Level

Auch keinen Bock mehr auf...?

...eintönige,
langweilige Arbeit



...endlose
Bürokratie



...die ganze
Woche reisen



Zeit für einen Jobwechsel!

- Fokus auf Kunde & Projekt
- Geringe Reisezeiten
& Work-Life-Balance
- Abwechslungsreiche
Arbeit & Spaß im Team

gibt's bei uns!



Die brightONE Consulting GmbH ist seit über 30 Jahren der Spezialist für Customer-Experience-Management. Von Beratung über Systemintegration bis Betrieb & Support sind wir die Nr. 1 für komplexe Contact-Center-Projekte in Deutschland.

www.brightone.de/karriere-bei-brightone

CCC ERÖFFNET STANDORT IN DORTMUND



Mit der Eröffnung des sechsten Standortes in Deutschland schafft CCC ab September 2015 neue Arbeitsplätze in Dortmund. Bis Ende des Jahres werden 150 neue Mitarbeiter für Bestandskunden und neue Partner eingestellt.

„Dortmund befindet sich in der Metropolregion Rhein-Ruhr und ist durch seine Nähe zu unserem Standort in Essen sowie als Ergänzung unserer östlichen Locations in Berlin Friedrichshain und Prenzlauer Berg, Leipzig und Dresden die ideale Erweiterung der CCC Präsenz in Deutschland. Die Stadt ist Wirtschafts- und Handelszentrum in Nordrhein-Westfalen, sowie ein bedeutender Dienstleistungs- und Technologiestandort im Ruhrgebiet“, so Christian Legat, CEO, zu den Beweggründen für die CCC Expansion nach Dortmund.

In Österreich, Deutschland, der Schweiz, der Slowakei, Rumänien, der Türkei, Frankreich und Polen bietet CCC qualitativ hochwertige BPO Lösungen im Thema Customer Care. Mit Dortmund ist CCC nun an bereits sechs deutschen Standorten tätig.

„Mit mehreren Hochschulen, 50.000 Studierenden und zahlreichen wissenschaftlichen Einrichtungen finden wir in Dortmund einen großen Pool an qualifizierten Mitarbeitern. Als Verkehrsknotenpunkt und Wirtschaftszentrum ist Dortmund für Partner und Mitarbeiter gleichermaßen attraktiv. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit internationalen und nationalen Unternehmen und den Aufbau unseres CCC Teams in Dortmund“, ergänzt COO Ulf Herbrechter.

Jobsuchende, die das Team in Dortmund unterstützen möchten, finden alle Vakanzen und Bewerbungsmöglichkeiten ab sofort auf www.yourccc.com/career/dortmund bzw. informieren sich gern über 0800 / 744 3322 oder per Mail an jobs.dortmund@yourccc.com

Die aktuellen Stellenangebote umfassen die Bearbeitung von Kundenanfragen über Telefon, via E-Mail und Online-Chat und richten sich an Bewerber/innen mit PC-Kenntnissen und Kundenorientierung.



Die Mitarbeiter/innen des CCC sind die erste Stimme namhafter Partner aus Branchen wie E-Commerce, Versicherungen oder Pay-TV.

Eine langfristige Zusammenarbeit mit sehr flexiblen Arbeitszeiten, die zentrale Lage des Büros zwischen Kampstraße und Westenhellweg mit hervorragender Erreichbarkeit und interne Aufstiegsmöglichkeiten sprechen sowohl Berufs- als auch Quereinsteiger/innen an.

„Besonders mit unserem intern entwickelten Aus- und Weiterbildungsprogramm, dem CCC Campus, eröffnen wir unseren Mitarbeiter/innen Bildungsangebote, die weit über das tägliche Business hinausgehen. Das Spektrum reicht von der Vermittlung fach- und projekt-

bezogener Themen bis hin zu Sprachkursen sowie Sportevents“, so Human Resources Managerin Dana Waschk.

Über Competence Call Center:

CCC bietet an 15 Locations in acht Ländern Customer Care Lösungen auf höchstem Niveau – und das in 28 Sprachen. Bei Incoming Calls, Outgoing Kampagnen, in der schriftlichen Kundenkommunikation via E-Mail, Chat und Social Media sowie bei Backoffice Aktivitäten greift CCC auf über 17 Jahre BPO Erfahrung zurück. 50 internationale Awards, Zertifizierungen nach EN 15838, ISO 9001 und ISO 10002, sowie die Reihung in den Global Outsourcing 100 bestätigen die hohen Qualitätsstandards im Unternehmen.

Kontakt zum Unternehmen



Competence Call Center GmbH

Peter Kloibhofer
Customer Relations Management
Stralauer Allee 2 | 10245 Berlin
Tel.: +49 (0)30 / 520 02 55 99
Peter.Kloibhofer@yourccc.com
www.yourccc.com

DER DATEV-SERVICECHAT – neue Wege in der Kommunikation

Als führender IT-Dienstleister für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte sowie deren zumeist mittelständische Mandanten verbessert die DATEV eG gemeinsam mit ihren Mitgliedern die betriebswirtschaftlichen Prozesse von rund 2,5 Millionen Unternehmen, Kommunen, Vereinen und Institutionen. Gut 1.100 Servicemitarbeiter betreuen neben mehr als 40.000 Genossenschaftsmitgliedern auch Anwender in über 150.000 Unternehmen, die selbst DATEV-Lösungen im Einsatz haben. Im vergangenen Jahr resultierten daraus stolze 1,79 Millionen Servicekontakte.

Um mit dem DATEV-Anwenderservice in Kontakt zu treten, gibt es viele Möglichkeiten. Eine dieser Optionen ist noch vergleichsweise neu: Seit Juli 2014 können DATEV-Kunden ihren Dienstleister in der Zeit von 08:00–16:30 auch per Chat kostenlos kontaktieren. Aus Datenschutzgründen können über diesen Weg allerdings nur einfache Anfragen mit geringer Vertraulichkeit beantwortet werden.

Am 8. April 2013 startete die Pilotphase mit ausgewählten Themen. Nach erfolgter Anbieterauswahl und zahlreichen Tests können seit Mitte Juli 2014 unsere Mitglieder zu fast allen Themen mit den DATEV-Mitarbeitern chatten. Es ist viel passiert in dieser Zeit. Weit über 25.000 Chats und ca. 3.000 Chatstunden sind ein Wert, der für sich spricht.

Hauptsächlich wird der Chat im Servicebereich genutzt, wenn ein Kunde Unterstützung im Umgang mit den Programmen benötigt oder wenn er zu den Selbsthilfemedien einen Tipp benötigt.

Ebenfalls wird der DATEV-Chat im Vertrieb als Unterstützungsangebot der Mitglieder bei Kaufentscheidungen eingesetzt. Interessiert sich ein Kunde beispielsweise für ein Programm oder hat er Fragen zum Leistungsumfang von Programmpaketen, berät DATEV ihn mittlerweile auch im Chat.

85 Prozent der Befragten gaben an, dass ihr Anliegen über den Chat erledigt werden konnte und 95 Prozent werden den Chat beim



nächsten Mal wieder nutzen. Ihre Erfahrungen schildern die Nutzer folgendermaßen:

- „Es war tadellos. Es ist einfach genial, ‚schriftlich‘ zu telefonieren.“
- „Geht schneller als ein Telefonkontakt. Verweise auf Dokumentnummern helfen mir schon, weil ich meine, die Technik einigermaßen zu beherrschen.“
- „Ein barrierefreies Kommunikationsmittel für Gehörlose. Toller Service!“

Dabei hat nicht nur der Kunde einen Vorteil – DATEV profitiert auch.

Die Ergebnisse belegen, dass die Servicemitarbeiter und -mitarbeiterinnen bis zu drei Chat-Anfragen parallel bearbeiten können. So

lassen sich bei einfachen Anfragen in der gleichen Zeit mehr Kundenanfragen erledigen.

Auch von den chattenden Mitarbeitern kommen sehr positive Rückmeldungen zum neuen Kanal. Sie empfinden den Wechsel zwischen telefonischem Service und dem Service über Chat als echte Bereicherung für ihren Arbeitsalltag. Insofern bringt der Servicechat für die Kunden und die DATEV Mehrwert auf mehreren Ebenen mit sich und bedeutet eine Win-Win Situation für beide Seiten.

Das aktuelle Medium bietet vielfältige Einsatzszenarien in der digitalen Welt bzw. dem Internet und wird gerade von der jüngeren Generation (digital natives) als Selbstverständlichkeit angenommen.

Kontakt zum Unternehmen



DATEV eG

Paumgartnerstraße 6–14 | 90329 Nürnberg
Tel. +49 (0)91 13 19-0
Fax +49 (0)91 13 19-3196
info@datev.de
www.datev.de

ÜBERZEUGEND GUT BEI STIMME

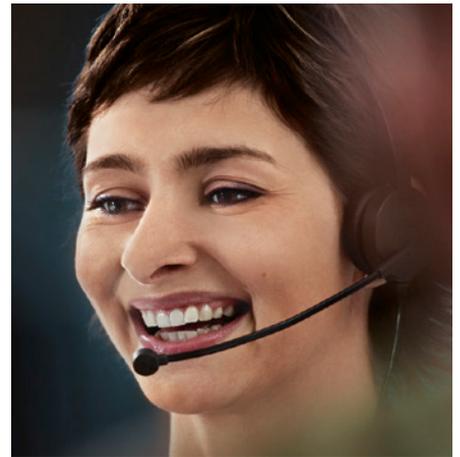
Mit dem Hydro-Depot geschmeidig durch den Tag

Die Stimme ist ein ganz wesentlicher Teil unserer Persönlichkeit. Sie strahlt Wärme oder Kälte aus, kann verärgern oder trösten, verängstigen oder erheitern. Dabei spielt nicht nur der Inhalt des Gesagten eine wichtige Rolle, sondern auch der Klang, die Intensität und die Tonhöhe des gesprochenen Wortes. Gerade Call Center Agents und Teamleiter müssen überzeugend gut bei Stimme sein, denn sie ist ihr emotionalstes Verkaufsargument.

Stimmprobleme tauchen meist aus dem Nichts auf. Was mit einem trockenen Rachen und mit leichtem Räuspern beginnt, kann sich rasch zu einem andauernden Hustenreiz auswachsen und im Stimmverlust gipfeln. Doch was führt neben einer starken Beanspruchung der Stimme zu diesen Prob-

lemen? Eine Erkältung, die die Nasenatmung einschränkt, kann die Ursache sein. Gerne ist auch trockene Heizungs- oder Klimaanlage-luft schuld. Letztendlich haben Stimmprobleme im Anfangsstadium jedoch alle eine Gemeinsamkeit: Die Mund- und Rachenschleimhaut trocknet aus. Der feine Sekretfilm, der normalerweise die Schleimhaut vor Krankheitserregern und Reizungen schützt, „verdünnt“ sich und verliert so seine Wirkung. Für Vielredner ist es deshalb essentiell, Hals und Rachen nachhaltig zu befeuchten. Schnelle Hilfe versprechen Getränke oder Bonbons – für lang anhaltende Linderung sorgen **GeloRevoice®** Halstabletten.

Das Besondere: das Revoice® Hydro-Depot besteht aus den gelbildenden Bestandteilen Xanthan, Carbomer und Hyaluronsäure und



hat das Dreifach-Wirkprinzip. **GeloRevoice®** hilft schnell spürbar durch einen einzigartigen Schutzfilm, lindert Symptome lang anhaltend und fördert wohltuend die Speichelbildung durch Mineralstoffe und einen angenehmen Brauseeffekt.

Dass dieser Effekt tatsächlich lange anhält, beweist eine Studie¹, die mit fast 1.000 Patienten durchgeführt wurde. Innerhalb von fünf Tagen halbierte sich nahezu die Intensität der Halsbeschwerden.

Das Ergebnis: GeloRevoice® Halstabletten sorgen für eine lang anhaltende Befeuchtung von Hals und Rachen und führen zu einer spürbaren Symptom-Verbesserung.

Tipps für Vielsprecher



Achten Sie auf Ihre Körperhaltung und wechseln Sie diese häufiger, um Verspannungen zu vermeiden. Verzichten Sie auf enge Kleidung.



Versuchen Sie nicht, extremen Umgebungslärm mit Ihrer Stimme zu übertönen. Verzichten Sie auf Rufen oder gar Schreien.



Vermeiden Sie übermäßiges Husten, Räuspern und Flüstern. Entlasten Sie Ihre angegriffenen Stimmbänder durch leises Sprechen.



Trinken Sie täglich zwei bis drei Liter Flüssigkeit. Dabei sind warme Getränke wohltuender als kalte oder heiße.



Erhöhen Sie die Luftfeuchtigkeit in beheizten Räumen, indem Sie Luftbefeuchter oder Schüsseln mit Wasser aufstellen.



Wärmen Sie Ihre Stimme vor dem Einsatz mit ein paar Übungen auf: Gähnen Sie mehrmals hintereinander, recken und strecken Sie sich.

¹ Quelle: „Hydrogel-Komplex bei Halsbeschwerden“, Forum kompakt Hals-, Nasen-, Ohrenheilkunde 05/2011



GeloRevoice® – Besser gut bei Stimme.

Jetzt gratis Probemuster anfordern auf:
www.gelorevoice.de/callcenter

FACHKONGRESS: „ERFOLGREICHES CONTACTCENTER“ Was Führungskräfte im Callcenter und Kundenservice bewegt.



Der Fachkongress „Erfolgreiches Contactcenter“ ist auch in diesem Jahr nicht nur Dialogplattform für Führungskräfte, sondern auch Trendbarometer für die Callcenter-Branche. Denn die Teilnehmer gestalten das Programm selbst: Mit über 4000 Stimmen wurden die aktuellen Top-Themen ermittelt. Der Kongress findet am 03.11.2015 in Hanau statt. Die Anmeldung ist ab sofort möglich.

Der Mensch im Mittelpunkt

Ein Großteil der Vorträge, die von den Teilnehmern in das Kongress-Programm gewählt wurden, widmen sich dem Menschen im Service- und Contact-Center. Dabei geht es um ganz praktische Themen wie Mitarbeitermotivation, Kundendialog und Lernen. Natalie Rebig von Grass Roots Germany geht der Frage nach, wie man Mitarbeiter zu Botschaftern machen kann. Ihre Erfolgsformel lautet: Motivierte Mitarbeiter = Bessere Leistung = Zufriedene Kunden. Wilko de Koning von Interaction Analytics und Gerald Fründt-Geers zeigen in ihren Vorträgen, wie Service-Center auch dann noch richtig „zuhören“ können, wenn Kunden parallel über verschiedene Kanäle kommunizieren. Solche Anforderungen erzeugen Schulungsbedarf: das weiß auch Christian Fingerhut von bfm fingerhut+seidel, der in seinem Vortrag erläutert, wie Mitarbeiter im Service-Center heute sehr effizient per Telefon oder per Video geschult werden können.



Herausforderungen für Vertrieb & Service

Die Anforderungen an den Vertrieb im Callcenter haben sich dramatisch verändert: Was noch vor 10 Jahren gut funktionierte, bringt heute längst nicht mehr den gleichen Erfolg. „Viele Callcenter sind einfach in der analogen Welt stehen geblieben und wollen auch gar nicht in die digitale Welt aufbrechen,“ stellt Peter Eichmüller, Geschäftsführer der Communicall GmbH, fest. Dabei stehen die Zeichen der Zeit längst auf Digitalisierung und Multi-Channel-Kommunikation. Wie die richtige Verzahnung von Internet, Telefon und E-Mail gelingen kann, zeigt Stefan Schwab von AddValue in seinem Vortrag. Sein Fazit: Ein Kommunikationskanal allein genügt heute nicht mehr. Das gilt auch für den Vertrieb, wie

ein Praxisbericht von Kaj-Arne Hennig aus dem Online-Vertrieb einer Versicherung sehr anschaulich zeigt.

Doch Multi-Channel-Kommunikation gibt es nicht zum Nulltarif, denn was im Vertrieb große Chancen bietet, bedeutet für Service-Center oft eine enorme Herausforderung. Kai Nörtemann und Andreas Klug zeigen, wie sich die Vielzahl der Kommunikationswege in der Praxis auswirkt und welche Entwicklungen in Zukunft auf ein Service-Center zukommen werden. Harald Lehmann von Infineon gibt dazu Einblicke in rechtliche Aspekte der Multi-Channel-Kommunikation im direkten Kundendialog. Und das sind nur einige Beispiele aus dem breiten Themenspektrum des Kongresses.

Eine Übersicht aller Themen finden Interessierte unter:
www.erfolgreiches-contactcenter.de

Das sagen die Teilnehmer

„Super Veranstaltung. Kompetente Referenten. Gutes Networking!“
Christian Düring, WELEDA AG

Termin & Anmeldung zum Kongress

Der Fachkongress „Erfolgreiches Contactcenter“ findet am 03.11.2015 in Hanau statt. Interessierte können sich ab sofort anmelden unter: www.erfolgreiches-contactcenter.de

Kontakt zum Organisator

Erfolgreiches Contactcenter 

Grutzeck-Software GmbH
Hessen-Homburg-Platz 1 | 63452 Hanau

Markus Grutzeck
Tel.: +49 (0)6181 / 9701-0
Fax: +49 (0)6181 / 9701-66
Markus.Grutzeck@grutzeck.de
www.grutzeck.de



NEUE ARBEITSWELT ÜBERZEUGT



Gleich in mehrfacher Hinsicht überzeugt die Arbeitswelt im IT-Service-desk des drittgrößten Rückversicherers der Welt Hannover Rück: Die Mitarbeiter finden perfekte Bedingungen vor, der Service profitiert von einem perfekten Handwerkszeug Raum, die Abteilung ist plötzlich hochattraktiv für interne Stellenbesetzungen und letztlich ist der Servicedesk Vorzeigeobjekt für externe Besucher und Gäste. Alles das hat seine Ursache in einer Neugestaltung der Arbeitswelt durch HCD.

„Seit 2012 war die Akustik in unserem Service-desk das große Thema“, berichtet die Bereichsleiterin des IT Service, Bettina Hische. Mit einem Umzug in ein neues Gebäude in direkter Nähe der Zentrale stand die Möglichkeit einer kompletten Neugestaltung des IT-Servicedesk an. „Bei dieser Gelegenheit wollten wir es richtig machen und nicht nur Standard. Wir wollten eine Raumakustik, die angepasst an die besondere Aufgabe unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist.“ „Hier wird nicht nur viel telefoniert, sondern wir haben auch Laufkundschaft“, ergänzt Ken Welch, Leiter des Servicedesk. Die Mitarbeiter am Standort in Hannover kommen mit Laptop, Tablet oder Smartphone direkt im Servicedesk vorbei, wenn es Probleme gibt. In einem Raum werden sowohl persönliche Serviceanfragen als auch alle medialen Kommunikationskanäle bedient. Während der eine Mitarbeiter telefoniert, chattet der zweite und der dritte befindet sich im Gespräch mit einem Kollegen, der gerade sein neues Smartphone einrichten lässt. Dazu entstand im Eingangs-

bereich des Servicedesks eine Servicetheke. Mitarbeiter aus allen Abteilungen können vorbeikommen, ihre IT-Ausstattung mitbringen und die Mitarbeiter des Servicedesk kümmern sich sofort um die Problemlösung. Ein akustisch optimierter Rückzugsbereich in unmittelbarer Nähe bietet die Möglichkeit, Soft- und Hardware im Vieraugengespräch zu erklären. Außerdem bietet diese Rückzugsecke ein vertrauliches Umfeld für Mitarbeiter-Feedbacks. „Der Empfangstresen ist perfekt. Kollegen, die bei uns vorbeikommen, stehen nicht mehr hilflos im Raum herum, sondern haben einen Anlaufpunkt“, sagt Hische.

Für die Planer von HCD war diese Ausgangssituation mit verschiedenen Serviceangeboten sowie einer statisch wichtigen Wand mitten im Großraum und einer besonderen Lage am Ende einer Etage eine kleine Herausforderung. Die Wand in der Raummitte wurde mit zahlreichen Funktionen versehen und gehört heute als natürliche Unterteilung zum Raum dazu: Auf der einen Seite nimmt eine Verkleidung die Technik des großen Überwachungsmonitors auf, der die Wand zielt. Auf der anderen Seite sind Ablagen und die Garderobe für die Mitarbeiter untergebracht. Das Kopfende der Wand in der Mitte des Raums wird von einer Theke abgeschlossen, die als „Treffpunkt“ dient.

Diese Arbeitswelt sei das Ergebnis einer intensiven Planungsphase, erzählt Bettina Hische: „Wir sind schnell zu dem Punkt gekommen, dass es ohne externe Spezialisten nicht geht.“ Nicht nur die unverrückbare Wand sei ein Hindernis gewesen, das Wissen über aktuelle Technik und mögliche Lösungen für die

kommunikationsintensiven Arbeitsplätze habe der Abteilung schlicht gefehlt. HCD wurde der Hannover Rück schließlich von einem Kollegen empfohlen. In Planungs- und Design-Workshops habe man dann gemeinsam mit den Planern gearbeitet. „Auf viele Lösungen wären wir alleine nie gekommen“, sagt Hische. „Beindruckend ist die Akustik und, dass wir es geschafft haben, dass es geräumiger aussieht, als es eigentlich ist.“ Doch auch die Fakten sprechen für sich: Durch die offene Gestaltung ließen sich nicht nur zwei Arbeitsplätze mehr unterbringen als in vorher vorhandenen Einzel- und Gruppenbüros. Auch die Attraktivität der Abteilung hat deutlich zugenommen. „Wir bekommen jetzt regelmäßig Besuch von der IT und Fachbereichen, die mit Gästen vorbeikommen und unseren Servicedesk zeigen“, berichtet Welch.

Kontakt zum Unternehmen



**HCD Human CallCenter Design
Planungsgesellschaft mbH**

Julius-Hart-Straße 12 | 48147 Münster

Sandra Stüve

Tel. +49 (0)251 / 4 14 14-0

info@hcd-gmbh.de

www.hcd-gmbh.de

AUF DER JAGD NACH DEN BESTEN KÖPFEN

Gehalt war gestern. Wollen Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter gewinnen und diese langfristig an sich binden, müssen sie mehr in die Waagschale werfen. Mobile Arbeitsplätze, BYOD, Co-Working, Work-Life-Balance und Gamification sind für Digital Natives und die heranwachsende Gen Y neue und wichtige Entscheidungskriterien bei der Wahl des Arbeitgebers. Und weil es ihnen gleich ist, von wo aus sie arbeiten, spielen neueste Technologien, Collaboration-Tools und passende Audio-Endgeräte eine immer wichtigere Rolle.

Die Spielregeln ändern sich: Mitarbeiter bestimmen die Art und Weise wie, wo und mit welchen Mitteln sie arbeiten wollen. Dies gilt vor allem für die Generation der sogenannten Digital Natives oder Gen Y: Aufgewachsen und bestens mit neuen digitalen Technologien vertraut, binden sie diese ganz selbstverständlich in ihre tägliche Arbeit ein. So erwarten sie auch von zukünftigen Arbeitgebern entsprechende Rahmenbedingungen. Dessen sind sich auch Personalverantwortliche bewusst: 59 Prozent sehen in Bindung und Entlohnung motivierter und qualifizierter Mitarbeiter eine der größten Herausforderungen der nächsten zehn Jahre. Hinzu kommt die zunehmende Mobilität von Arbeitskräften und Arbeitsplätzen: Über Unified Communications- und Collaboration-Tools sind Mitarbeiter heute weltweit virtuell vernetzt. Mobile Endgeräte lassen die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit zunehmend verschwimmen. Für Unternehmen bedeutet dies Herausforderung und Chance zugleich: Setzen Unternehmen auf neue Wege der Zusammenarbeit und mobile Arbeitsplatzgestaltung, erhalten sie Zugang zu qualifizierten Arbeitskräften weltweit.

Kommunikation entscheidet

Auch wenn die Kommunikationsmethoden heutzutage so vielseitig sind wie noch nie: Sprache bleibt die sicherste und effektivste Art zu kommunizieren. Sie vermittelt mit feinen Nuancen Stimmungen unmittelbar, gibt mit Sprachmelodien Emotionen wieder, überzeugt und hilft, Missverständnisse schnell aus dem Weg zu räumen. Unternehmen soll-



ten dementsprechend das Arbeitsumfeld und passende Endgeräte zu Verfügung stellen, um Mitarbeiter langfristig für sich zu gewinnen. Eine laute Arbeitsumgebung, störende Hintergrundgeräusche und schlechter Klang stressen nicht nur Mitarbeiter, sondern vermittelt auch Kunden einen unprofessionellen Unternehmensauftritt. Zugleich steigen die Erwartungen an Mitarbeiter im Kundenservice: Umfassende komplexe Problemlösungen so glauben 54 Prozent der Contact Center-Manager, werden bis 2020 die wichtigsten Aufgaben sein. Präziser und authentischer Klang wie ihn professionelle Audiolösungen bieten sind geschäftsentscheidend. Denn nur beste Technik fördert Kundenservice und bindet Talente.

¹ 2014 erklärten 2/3 der Fachkräfte, sich landesweit oder international auf dem Arbeitsmarkt umzusehen bzw. dies für die Zukunft in Betracht zu ziehen. Quelle: 2014 Connected World Technology Final Report – Cisco

Fakten

43% DER PERSONALEXPERTEN betrachten das Humankapital als größte Investitions herausforderung der nächsten zehn Jahre.

Quelle: The Top Workplace Trends According to HR Professionals, SHRM® Workplace Forecast Mai 2013

73% DER CONTACT CENTER-MANAGER

sind der Meinung, qualitativ hochwertige Headsets sind der wichtigste Faktor für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld.

Quelle: Jabra Study, January 2012

Kontakt zum Unternehmen



Jabra®

Dirk Wolf
Key Account Manager Contact Center
Traberhofstraße 12 | 83026 Rosenheim
Tel.: +49 (0)8031 / 26 51 61
info.de@jabra.com
www.jabra.com.de

MULTI-CHANNEL IST MEHR ALS NUR VIELE KANÄLE

5,8 Das ist die durchschnittliche Zahl von Kanälen, über die Kunden mit Unternehmen kommunizieren. Das ist ein Ergebnis der NICE-Studie zum Mediennutzungsverhalten im Kundenservice 2015. Diese Zahl steigt seit Jahren und zeigt die Herausforderung, vor der heutige Contact Center stehen: Die Kommunikationswege der Kunden werden immer vielfältiger, jeder noch so kleine Kanal muss bedient werden – und das möglichst hochwertig. Denn, auch das zeigt die Studie, Kunden erwarten schnellen, problemorientierten und freundlichen Service. Die Mindestanforderungen, die die Befragten definieren, lesen sich auf den ersten Blick wie „hochwertiger Kundenservice“. Aber es ist schlicht das, was Kunden heute erwarten. Was ein Contact Center wirklich besonders macht, ist vor allem weitergehendes Wissen um den Kunden, seine Situation und auch seine Persönlichkeit. Der Kunde will nicht nur als Kunde, sondern als Mensch und eigene Persönlichkeit behandelt werden, will individuellen Service erfahren.

Womit wir wieder bei Multi-Channel wären. Denn jeder Kunde hat eigene Präferenzen, wenn es darum geht, auf welchem Weg er mit Unternehmen in Kontakt tritt. Die meisten sind eher bequem und benutzen vor allem einen Kanal und greifen nur gelegentlich auf andere zurück. Wenn sie wechseln, liegt das vor allem an Ineffizienzen und Unzufriedenheit mit dem ausgewählten Kanal. Die NICE-Studie bestätigt damit die „klassische“ Customer Journey: Ein Großteil der Befragten nutzt vorrangig Self-Service auf Websites und ruft bei Schwierigkeiten mit dem Kanal im Contact Center an.

Dennoch: Servicecenter können sich nicht allein auf diese Customer Journey verlassen. Vor allem die jüngere Zielgruppe zeigt sich experimentierfreudig: Die Kunden von morgen benutzen überdurchschnittlich gerade die Kanäle, die sonst kaum Anklang finden. Interessanterweise setzen die 18- bis 30-Jährigen aber auch vergleichsweise stark auf den Besuch in einer



Filiale. Sie sind selbstbewusste Konsumenten, die schlechten Service gnadenlos abstrafen.

Aber was bedeutet das für Contact Center? Zum einen: Die „Zukunft“ ist nicht morgen, sondern schon da. Die Kunden schöpfen die Möglichkeiten des Internets schon jetzt voll aus. Jede Customer Journey wird damit individueller und auch die Bedürfnisse der Kunden differenzieren sich immer weiter aus. Ein Beispiel: Ein Kunde nutzt den Self-Service auf der Unternehmens-Website und kann sich nicht mehr einloggen. Verärgert ruft er im Contact Center an, das das Problem schnell behebt, Anruf vorbei. Was der Agent nicht wusste: Kurz vor dem Anruf hat der Kunde einen Tweet abgesetzt, „... wollte nur meine Adresse ändern!“ Hätte der Agent diese Information gehabt, hätte er darauf eingehen können, fragen können, ob er umzieht oder nur für längere Zeit in den Urlaub fährt, Cross- und Up-Selling-Potenziale nutzen können. Und, der Kunde hätte sich nach dem Anruf den nächsten Schritt und Zeitaufwand, seine Adresse zu ändern, gespart.

Contact Center müssen also sämtliche Kundeninteraktionen über alle Kanäle hinweg sammeln, analysieren und in einen Zusammenhang bringen. Damit die Agenten für jeden Kunden und jeden Kontakt passend reagieren können, muss diese Analyse zudem in Echtzeit ablaufen. Im Beispiel hätte es nichts genutzt, den Tweet am nächsten Tag zu entdecken. Multi-Channel bedeutet aber auch, den Wechsel zwischen den Kanälen für den Kunden so einfach wie möglich zu gestalten. Denn Kunden sind zwar immer anspruchsvoller, aber eben auch bequem wie immer.

Sie wollen wissen, was Kunden bewegt und wie Sie Ihr Contact Center auf die aktuellen Herausforderungen vorbereiten? Dann laden Sie sich jetzt die NICE-Studie zum Mediennutzungsverhalten im Kundenservice 2015 herunter:

http://bit.ly/Consumer_Survey_2015

Kontakt zum Unternehmen

NICE®

NICE Systems GmbH

Große Gallusstraße 9
60311 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0)89 / 20092507
sabina.mustica@nice.com
www.nice.com | www.nice-deutschland.de



Sabina Mustica
Vice President
DACH bei NICE Systems



*(m/w)

Randstad Callflex

Entscheiden auch Sie sich für Randstad.
www.randstad.de

Randstad Niederlassung Callflex Berlin Mitte
Friedrichstraße 148
10117 Berlin
Telefon 030-25 29 04 10
katy.lachmann@randstad.de

Flexible Personallösungen für Call Center und Customer Care Center

Seit fast 20 Jahren steht Randstad Unternehmen und Mitarbeitern* im Rahmen der Spezialisierung Callflex bundesweit als zuverlässiger Partner zur Seite. Durch die Spezialisierung bündelt der Personaldienstleister branchenspezifisches Know-how und Markterfahrung.

Zurzeit sind bundesweit rund 10.000 offene Stellen in der Branche zu verzeichnen. Unternehmen suchen im Wettbewerb um die Talente immer häufiger die Unterstützung von Personaldienstleistern. Randstad entwickelt individuelle Personallösungen für Call Center und Customer Care Center, die passgenau auf die Bedürfnisse der Unternehmen zugeschnitten sind und bietet gleichzeitig als Arbeitgeber Mitarbeitern* attraktive Jobperspektiven.

„Kundendialog heißt längst nicht mehr nur einfaches Telefonieren. Customer Care und Service stehen angesichts von Digitalisierung und verändertem Kundenverhalten vor neuen Herausforderungen: Mitarbeiter* müssen Anfragen über mehrere Kanäle und in kürzerer Zeit beantworten“, so Katy Lachmann, Leiterin der Callflex Niederlassung in Berlin Mitte. „Das hat auch Auswirkungen auf das Recruiting, die Personalentwicklung und die Weiterbildung unserer Agents.“

Zugeschnittene Qualifizierungen für Mitarbeiter* im Telefoneinsatz

Gut qualifizierte Mitarbeiter* sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für ein Unternehmen, Randstad legt daher großen Wert auf Qualifizierung. Weiterbildungsmaßnahmen und Randstad e-Learning Kurse sind speziell auf die Anforderungen von Mitarbeitern* im Service zugeschnitten und bereiten diese optimal für ihren Einsatz im Unternehmen vor.

Neben der Arbeitnehmerüberlassung bietet Randstad Callflex auch die direkte Personalvermittlung von Fach- und Führungskräften, wie z.B. Telefonische Kundenbetreuer, Teammanager und Supervisoren an. Dabei übernimmt Randstad als externer Partner den kompletten Rekrutierungsprozess – von der Konzeption des Stellenprofils über die Identifikation geeigneter Kandidaten bis hin zum Vorstellungsgespräch.



LESER ÜBER DIE CCVNEWS



MARIA HOFFRICHTER-ZANETTI, Communications Managerin bei CCC ★★★★★
„Die CCVNews bieten regelmäßige Updates und Insights zu den jüngsten Entwicklungen in der Kundenservice Branche. Wir schätzen diese umfassende Informationsquelle und unterstützen als Verbandsmitglieder gerne die Initiativen des CCV.“



HOLGER KLEWE, Geschäftsführer bei 4Com ★★★★★
„Die Arbeit des CCV ist sehr wichtig für die deutsche Contact Center-Branche, deshalb verfolgen wir die Neuigkeiten und Informationen in den CCVNews immer mit großem Interesse. Sie sind ein sehr wichtiges Medium für uns!“



ULF GIMM, Marketing & Social Media Manager bei ProCom-Bestmann ★★★★★
„Zu meiner täglichen Arbeit gehört auch die Recherche nach Aktuellem in der CC-Branche. Diese Neuigkeiten bereiten wir eigens dann für unser Team auf. Eine wichtige Informationsquelle ist für mich die CCVNews, denn die hier gebündelten Neuigkeiten aus politischen Veränderungen, kommenden Gesetzesanpassungen, Veranstaltungshinweisen und Mitgliederaktivitäten erleichtern mir meine Rechercharbeit.“



FAX-/BRIEFVORLAGE

Fax 030 / 30878588-77
E-Mail cas@agentur-adverb.de

CALL CENTER VERBAND DEUTSCHLAND E. V.
c/o ADVERB – Agentur für Verbandskommunikation
Luisenstraße 41
10117 Berlin

Bei Buchung eines Anzeigen-/Advertorial-Paketes (zwei Ausgaben der CCVNews) erhalten Sie einen Preisvorteil von 15%.

**Ja, ICH MÖCHTE EIN
INSERAT SCHALTEN.**

IHRE KONTAKTDATEN

ADVERTORIAL (1/1 Seite)

Ausgabe CCV-Jahrestagung

- Ich bin CCV-Mitglied (390,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (890,00€ zzgl. 19% MwSt.)

Ausgabe CCW

- Ich bin CCV-Mitglied (490,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (990,00€ zzgl. 19% MwSt.)

ADVERTORIAL (1/2 Seite)

Ausgabe CCV-Jahrestagung

- Ich bin CCV-Mitglied (290,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (690,00€ zzgl. 19% MwSt.)

Ausgabe CCW

- Ich bin CCV-Mitglied (390,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (790,00€ zzgl. 19% MwSt.)

ANZEIGE U4 (1/1 Seite)

Ausgabe CCV-Jahrestagung

- Ich bin CCV-Mitglied (890,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (1.390,00€ zzgl. 19% MwSt.)

Ausgabe CCW

- Ich bin CCV-Mitglied (990,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (1.490,00€ zzgl. 19% MwSt.)

ANZEIGE U2/U3 (1/1 Seite)

Ausgabe CCV-Jahrestagung

- Ich bin CCV-Mitglied (690,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (1.090,00€ zzgl. 19% MwSt.)

Ausgabe CCW

- Ich bin CCV-Mitglied (790,00€ zzgl. 19% MwSt.)
 Ich bin kein Mitglied (1.190,00€ zzgl. 19% MwSt.)

Firma

Vorname | Name

Straße | Nr.

PLZ | Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Ort | Datum

Unterschrift

BITTE BEACHTEN SIE DIE ANZEIGENSCHLÜSSE!!!

Ausgabe CCW: 11. Dez. 2015
Ausgabe CCV-Jahrestagung: 02. Sep. 2016

„DIE STIMME DER BRANCHE“ TRIFFT AUF DIE SPRACHAMPEL „VOICE-COACH“ VON PROCOM-BESTMANN



Lärmreduzierung zählt zu einem der bedeutendsten Faktoren bei der zukünftigen Arbeitsplatzgestaltung. Daher ist es nicht verwunderlich, dass der CCV und Verbandsmitglied ProCom-Bestmann für CCV-Neumitglieder ein perfektes Begrüßungsgeschenk parat haben: Die Sprachampel „VoiceCoach“! Unternehmen mit einer angeschlossenen CC-Einheit erhalten bei Eintritt in den CCV eine Sprachampel inkl. Vor-Ort-Installation und Produkteinweisung als exklusives Begrüßungsgeschenk!

Diese Innovation aus dem Hause der Headset-Experten überzeugt mit einem ganz besonderen Alleinstellungsmerkmal, denn erstmalig wird ausschließlich die Stimmlautstärke der Anwender gemessen und mittels farbiger LED-Leuchten angezeigt.

„Der Anwender kann über ein Drehpoti seinen persönlichen Stimmpegel einstellen, so dass die Sprachampel auf GRÜN steht. Steigt die Stimmlautstärke unbewusst in die Höhe, zeigt die Ampel diesen Anstiegswert zunächst durch ein gelb und dann durch ein rot leuchtendes Warnsignal“, erläutert Jens Bestmann, Inhaber von ProCom-Bestmann, die einfache Bedienung.

Durch diese Art der Stimmenkontrolle ist es erstmalig möglich, dass der Mitarbeiter sich eigenständig schult und seine Stimme so schonender und bewusster einsetzen kann. Gleichzeitig wird die Geräuschkulisse im Raum positiv beeinflusst.

Erleben Sie den hörbaren Unterschied!
Werden Sie CCV-Mitglied!



Informationen zur Sprachampel unter www.procom-bestmann.de/voicecoach_test.html und zur CCV-Mitgliedschaft unter callcenter-verband.de/mitglieder/mitglied-werden.



IMPRESSUM

Herausgeber:

Call Center Verband Deutschland e. V.
Zimmerstraße 67 | 10117 Berlin
Tel.: 030 / 206 1328-0
Fax: 030 / 206 1328-28
info@callcenter-verband.de
www.callcenter-verband.de

Auflage:

500 Exemplare

Fotos:

Call Center Verband Deutschland e. V.,
TBN Public Relations GmbH / Jens Fuderholz

Mitarbeit an dieser Ausgabe:

Sandra Fiedler, Jördis Harenkamp,
Enrico Rennebarth

Verantwortliche Redakteurin:

Jördis Harenkamp

Konzeption und Umsetzung:

ADVERB – Agentur für Verbandskommunikation
Christian H. Schuster (Inh.)
Luisenstraße 41
10117 Berlin
Tel.: 030 / 30 87 85 88-0
Fax: 030 / 30 87 85 88-77
mail@agentur-adverb.de
www.agentur-adverb.de

Für unverlangt eingesandte Manuskripte
übernehmen wir keine Haftung.

Sonntags geschlossen?!

**Jetzt alle Argumente für den Erhalt
der Sonntagsarbeit auf einen Blick.**



**Jetzt
downloaden**

[http://bit.ly/
Sonntagsarbeit](http://bit.ly/Sonntagsarbeit)