

CCVNews

Die guten Nachrichten aus der Callcenter Branche

1.13

CCV News

CCV Ausschreibungsportal

CCV Mitgliederportal

CCV Regionaltreffen

CCV Experten

CCV online

CCV live und interaktiv

konsequente Interessenvertretung

CCV Mitgliederinfo

CCV Frühjahrstagung

Call Center News

CCV Callcenter Branchen-Studie

CCV Ehrenkodex

effektives Netzwerk

Kaufmann/Kauffrau für Dialogmarketing

Personenzertifizierung

CCV regional-national-international

gewinnbringende Kooperationen

CCV Arbeitskreise

**„Starke Stimme.
Starker Verband.“**

CCV Workshops

Zertifizierung nach DIN EN 15838

Recht und Regulierung

aktive Lobbyarbeit

CCV Quality Award

„CCVision – Stärken erkennen.
Zukunft im Blick.“

**Wir sind
Mitglied im
” CALL CENTER
VERBAND
DEUTSCHLAND**

www.callcenter-verband.de
„Qualität aus Leidenschaft“

CCVNews

Die guten Nachrichten aus der Callcenter Branche

1.13

**Liebe Leserinnen,
liebe Leser,**

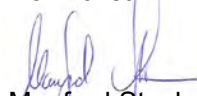


alljährlich versammeln sich die, die im Kundendialog in Deutschland, Österreich und der Schweiz in Management und Führung arbeiten, in Berlin. Es ist CallCenterWorld – die Leitmesse der Kundendialog-Wirtschaft, die ab sofort CCW heißt. Als langjähriger Wegbegleiter dieser Veranstaltung und als größter deutschsprachiger Verband unserer Branche nutzen wir diese Großveranstaltung wieder einmal dazu, am geschundenen Image unserer Dienstleistung zu arbeiten: Politik-Gespräche und Presse-Termine gehören fest zu unserem Terminplan auf der CCW dazu.

Doch der Call Center Verband Deutschland e.V. ist keine reine Lobby-Organisation. Wir vernetzen Akteure aus der Branche aktiv. Da liegen unsere Wurzeln. Das liegt uns nicht nur aus Tradition am Herzen. Ich lade Sie alle herzlich ein, uns am Messestand in Halle 4, Stand H18/J17 zu besuchen. Am 26. Februar begrüßen wir Sie ab 17.00 Uhr beim traditionellen Sektempfang auch gerne in größerer Runde.

Ihr Unternehmen ist noch kein Mitglied des Call Center Verbands? Das sollten Sie ändern. Nicht nur, weil Sie dann zu denen gehören, die aktiv die Rahmenbedingungen für Ihr eigenes und unser aller unternehmerisches Handeln mitgestalten. Sie profitieren auch ganz praktisch: durch einen Wissensvorsprung, ein tolles Netzwerk und nicht zuletzt durch unsere Publikationen und Studien, die nicht nur Sie selbst inspirieren werden, sondern Ihr Unternehmen klar nach vorne bringen. Versprochen!

Herzlichst


Manfred Stockmann
Präsident

In dieser Ausgabe lesen Sie

Beschäftigtendatenschutz	3
ein Balanceakt zwischen Chance und Risiko	
Mindestlohn – Ja aber...	6
„one to many“	9
Rolle der Arbeitnehmer bei Social-Media-Strategien	
Das Ende der kostenpflichtigen Warteschleife	12
Qualität wird 2013 groß geschrieben	15
Der CCV Quality Award	
Neues Praxishandbuch zur CCW	16
„E-everybody & E-everywhere?“	17
Neue Wege zum Kunden – CCV Frühjahrstagung	
Kostenlose Warteschleife – Reaktionen	21
Kundenservice mit Echtzeit-Unterstützung	22
Kundenservice aus der Cloud	23
Kontinuität und Qualität mit neuen Ideen	24
Software für In- und Outbound	25
Callcenter Planung live auf der CCW	26
CCV Callcenter Branchen-Studie 2012	28
Neumitglieder & Termine	28

Beschäftigtendatenschutz

Ein Balanceakt zwischen Chance und Risiko

In deutschen Callcentern werden bis zu 20 Millionen Kundengespräche am Tag geführt – eine Branche, in der es auf Schnelligkeit und Unkompliziertheit gepaart mit hoher Qualität ankommt. Effiziente Instrumente zur Kapazitätsplanung und –steuerung, Qualitätssicherung und Schulung, Dokumentation, Leistungsorientierten Vergütung und Leistungs- und Verhaltenskontrolle sind in diesem Wirtschaftsbereich unabdingbar. Insoweit entsprechen die derzeit zum Beschäftigtendatenschutz geplanten Regelungen nicht nur wirtschaftlichen und organisatorischen Notwendigkeiten zum Erhalt der Arbeitsplätze der Branche sondern auch der allseits akzeptierten Praxis und der ständigen Rechtsprechung.

Die Regelung des Beschäftigtendatenschutzes und der Persönlichkeitsrechte des Arbeitnehmers sowie des Kommunikationspartners ist unzweifelhaft im Hinblick auf die Skandale der vergangenen Jahre eine zwingende und längst überfällige Notwendigkeit. Aus Sicht der Unternehmen der Callcenter Branche, der dort beschäftigten Mitarbeiter und der Verbraucher ist es auch eine Chance, rechtliche Unsicherheiten hinsichtlich callcenterspezifischer Aspekte zu beseitigen und einen verlässlichen Rechtsrahmen zu

schaffen. Das Gesetzgebungsverfahren birgt aber auch das Risiko, die einzigen wirklich ernsthaften Möglichkeiten der Steuerung, der Qualitätssicherung, sowie der Dokumentation im Callcenter unmöglich zu machen und damit sowohl den Unternehmen als auch den Verbrauchern einen Kommunikationskanal abzuschneiden. Dies könnte über 520.000 Arbeitsplätze in der Callcenter Branche gefährden.

Kapazitätsplanung und -steuerung im Callcenter

In Callcentern ist die Telekommunikationsanlage zentraler Bestandteil des Produktivbetriebes und nicht ein bloßes Arbeitshilfsmittel, wie dies im traditionellen Bürobetrieb der Fall ist. Die bei einer solchen Nutzung anfallenden Daten dienen somit der originären Steuerung geschäftsrelevanter Prozesse, etwa der Verteilung von Anrufen, dem Kapazitätsmanagement und der Personaleinsatzplanung.

Wäre die Nutzung solcher Daten nicht oder nur eingeschränkt erlaubt, würde dies den gesamten Geschäftsbetrieb beeinträchtigen. Ein Beispiel: Der Anrufer bei einer Kundenhotline geht mit Recht davon aus, dass Mitarbeiter für die Bearbeitung seines Anliegens bereit stehen und lange Wartezeiten vermieden werden. Nur mithilfe der Auswertung von Vergangenheitsdaten aus der Telefonanlage



Manuel Schindler ist Vizepräsident des Call Center Verband Deutschland e.V. und zuständig für das Ressort Recht & Regulierung. Er ist Rechtsanwalt in Köln.



Beschäftigtendatenschutz

Ein Balanceakt zwischen Chance und Risiko

(Anrufzeiten, Dauer der Anrufe etc.) ist eine Ausrichtung der Personaleinsatzplanung im Callcenter auf das prognostizierte Anruferkommen möglich. Es erscheint sachgerecht, Callcenter Betreiber in ihren Möglichkeiten der Betriebssteuerung nicht schlechter zu stellen als andere Wirtschaftszweige.

Qualitätssicherung und Schulung im Callcenter

Die Notwendigkeit der qualitativen Evaluierung der Gespräche und somit der Arbeitsleistung der Callcenter Mitarbeiter, welche diese für ihren Arbeitgeber und deren Auftraggeber erbringen, liegt auf der Hand. Das zentrale Werkzeug der Qualitätssicherung im Callcenter ist das Monitoring von Gesprächen durch Trainer oder Coaches, ob live oder mithilfe von Gesprächsaufzeichnungen. Nicht nur in der Praxis sondern auch in der Rechtsprechung ist anerkannt, dass im Callcenter Telefongespräche in einem angemessenen Umfang aufgezeichnet bzw. mitgehört werden dürfen. Insoweit differenziert der Gesetzentwurf zutreffend zwischen Leistungs- und Verhaltenskontrolle einerseits und Qualitätssicherung andererseits. Qualitätssicherungs- und Schulungsmaßnahmen setzen im Gegensatz zur Leistungs- und Verhaltenskontrolle einen kontinuierlichen Prozess und somit ein regelmäßiges Mithören und/oder Aufzeichnen von Gesprächen

voraus. Sie werden nun im vorliegenden Änderungsantrag als eigenständiger Zweck definiert und sind damit nicht mehr bloßer Unterpunkt der Leistungs- und Verhaltenskontrolle.

Dokumentation im Callcenter

Die Informations- und Aufklärungspflichten der Unternehmen bei Fernabsatzgeschäften vor allem gegenüber Verbrauchern werden laufend zu deren Schutz erweitert. Die Unternehmen treffen darüber hinaus nicht nur Nachweispflichten hinsichtlich des Abschlusses eines Vertrages sondern auch zur Einbeziehung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Aufklärung der Verbraucher über ihr Recht auf Widerruf sowie zu dessen Rechtsfolgen. Die zu übermittelnden Pflichtinformationen, selbst bei Alltagsgeschäften, umfassen nicht weniger als zwölf Punkte. Diese wurden durch die Dienstleistungs-Informationspflichtenverordnung, die für alle Marktteilnehmer gilt, unlängst erweitert. Weiterhin sind die Kommunikationspartner über eine mit praktisch jedem Geschäftsvorfall anfallende Datenerhebung zu unterrichten. Für die Nutzung zu werblichen Zwecken ist genauso wie hinsichtlich der entsprechenden Werbekanäle eine zusätzliche Einwilligung einzuholen und zu dokumentieren.

Die Erfüllung der gesetzlichen Belehrungs- und Hinweispflichten sowie die



Beschäftigtendatenschutz

Ein Balanceakt zwischen Chance und Risiko

Einholung dieser Einwilligungen ist gegebenenfalls nicht nur gegenüber Kunden, sondern auch gegenüber Mitbewerbern, Wettbewerbs- und Verbraucherschutzverbänden nachzuweisen. Die Nichtbeweisbarkeit im Rahmen von Abmahnungen, Verwaltungs- Bußgeld-, oder Zivilverfahren geht im Regelfall zu Lasten des Unternehmens. Andererseits könnte eine Häufung von Beanstandungen mangels Entlastung durch Monitoringmaßnahmen zu Lasten des Mitarbeiters gehen.

Leistungsorientierte Vergütung im Callcenter

Leistungsorientierte Vergütung ist, wie in vielen anderen Wirtschaftszweigen auch, in der Callcenter Branche ein weit verbreitetes Mittel zur Mitarbeitermotivation und –förderung. Gesprächsmonitoring und Voice Recording sind die einzigen Möglichkeiten, die Qualität der Mitarbeiter im Callcenter objektiv zu bewerten. Andere Instrumente wie Mystery Calls oder Kundenbefragungen sind immer subjektiv geprägt und können so nur begleitend eingesetzt werden. Gespräche einer Beschwerdeline werden verständlicherweise durch Kunden negativer beurteilt als Gespräche einer Bestellhotline. Wären diese Bewertungen das einzig erlaubte Mittel, würde dies zwangsweise zu Ungerechtigkeiten führen und u.a. den Interessen der Mitarbeiter nicht gerecht. Bei einem Verbot nähme man den Mitar-

beitern im Callcenter die Möglichkeit, ihren Verdienst durch überdurchschnittliche Qualität zu steigern. Eine rein quantitativ orientierte leistungsorientierte Vergütung würde regelmäßig zu Lasten der Verbraucher gehen.

Leistungs- und Verhaltenskontrolle im Callcenter

Unbestritten muss jeder Arbeitgeber die Möglichkeit haben, die Leistung seiner Mitarbeiter zu kontrollieren. Da die Leistungserbringung und der -verzehr zeitlich beim Telefonat zusammenfallen, können nur die aktive Begleitung durch einen Coach oder das zeitlich versetzte Analysieren des Telefonats eingesetzt werden, um gemeinsam mit dem jeweiligen Mitarbeiter die Inhalte und somit die Qualität des Gesprächs auszuwerten.

Die Leistungs- und Verhaltenskontrolle im Callcenter ist schon kraft Natur der Sache ein äusserst sensibler Bereich, ist er doch gegebenenfalls mit arbeitsrechtlichen Konsequenzen verbunden. Bei lückenloser Kontrolle kann ein Überwachungsdruck entstehen, der jedoch weder notwendig noch angemessen ist. Der Gesetzgeber hat hier eine klare Abgrenzung zu Aufzeichnungen zu Qualitätssicherungs- und Schulungszwecken vorgenommen, die sowohl den Interessen der Arbeitgeber als auch denen der Arbeitnehmer gerecht wird.

Mindestlohn – Ja aber...

In den letzten Wochen beschäftigte sich die Branche wieder einmal verstärkt mit ihrem Imageproblem. Einen regelrechten Aufschrei verursachte der Mitte Januar bei Spiegel Online veröffentlichte Artikel „Callcenter-Mitarbeiter - Leben in der Warteschleife“. Im Bereich Karriere erschienen war der Beitrag eigentlich gedacht als Rezension des Buches „Callcenter – Wer dranbleibt, hat verloren“. Sebastian Thiel prangert in seinem autobiographischen Roman nicht nur die Arbeitsbedingungen in der Branche sondern auch die kaum zum Leben ausreichenden Gehälter an.

Man mag der Autorin des Spiegel-Artikels Anne Haeming den Willen zur sauberen Recherche absprechen und die Verunglimpfung einer ganzen Branche und ihrer Mitarbeiter vorwerfen, zeugt doch ihr Fazit „Callcenter-Mitarbeiter ist einfach ein Mist-Job, wie er im Buche steht“ nicht von differenzierter Betrachtung der Gegebenheiten.

Was bleibt, ist der schale Beigeschmack, dass hier nicht nur die Einzelmeinung einer Journalistin wiedergegeben wurde, sondern der Blick unserer Gesellschaft auf einen Wirtschaftszweig mit 520.000 Mitarbeitern in Deutschland. So postet be_me im Diskussionsforum zum Artikel:

„Es ist einfach nur traurig wie eine gesamte Branche immer wieder diffamiert wird, sodass der Beruf CallCenter-Agent immer wieder negativ besetzt wird und keine Chance besteht, diesen Ruf einmal zu säubern.“

Das Image der Branche ist jedoch nicht nur wegen fehlender oder nicht wahrgenommener Serviceerlebnisse für die Kunden so schlecht, sondern auch wegen der nicht enden wollenden Diskussion um Niedrigstlöhne.

Bilder des Besuchs von SPD-Chef Siegmund Gabriel bei den streikenden Mitarbeitern eines Callcenters erfahren zwangsweise eine breitere öffentliche Aufmerksamkeit als Äußerungen von führenden Unternehmen der Branche wie Arvato, wo man laut CallCenterProfi (Heft November 2012) davon ausgeht, „[...] dass die Gehälter in der gesamten Branche perspektivisch steigen werden.“

Die Branche ist sich uneinig, was nun zu tun ist.

Regelt der Arbeitsmarkt in Zeiten des demographischen Wandels und des Fachkräftemangels die Löhne in der Branche?

Thomas Zacharias, Geschäftsführer der tricontes GmbH in München, wird im CallCenterProfi Heft November 2012



Jödis Oehme ist Managerin Kommunikation beim Call Center Verband Deutschland e.V. in Berlin.



Mindestlohn – Ja aber...

zitiert: „Da die geistigen Anforderungen an die Lösungskompetenz der Agents immer knackiger werden, wird auch die Zielgruppe immer kleiner, die bereit ist, solche Aufgaben zu einem miesen Salär zu bewältigen.“. Ein Wandel der Anforderungen an die Agenten wird nicht erst seit dem letzten Jahr festgestellt. In modernen Callcentern werden keineswegs nur Calls bearbeitet – es geht im Multichannel-Handling um das Führen von Chats, die Beantwortung schriftlicher Anfragen oder Kundenbetreuung in den Sozialen Medien – auch das nicht erst seit gestern. Doch lassen sich damit höhere Löhne und somit höhere Kosten für die Auftraggeber und im Endeffekt auch für die Kunden mit „Geiz ist Geil“-Mentalität durchsetzen?

Regelt es die Politik?

Der kommende Bundestagswahlkampf wird die Diskussion erneut entfachen. Einen flächendeckenden, gesetzlichen Mindestlohn verlangen SPD und Grüne ebenso wie die Linke. Auch in den Reihen von CDU und FDP mehren sich diesbezügliche Forderungen. Die SPD plant nach der neuen Machtverteilung im Bundesrat eigene Gesetzinitiativen, um den Druck auf die Regierungsparteien zu erhöhen.

Nur weil der Hauptausschuss beim Bundesarbeitsministerium im Juli 2011 den Antrag der dbb tarifunion zur Einführung

eines Mindestlohns auf Grundlage des Mindestarbeitsbedingengesetzes abgelehnt hat, bedeutet dies nicht, dass dieser Weg nicht erneut beschritten wird. Die damalige Begründung, dass die für die Einführung eines Mindestlohns im Gesetz verlangten „sozialen Verwerfungen“ sich in der Branche nicht feststellen ließen, gibt keine Sicherheit für alle Zeiten. Im August 2012 wurde Klaus von Dohnanyi erneut zum Vorsitzenden des Hauptausschusses berufen und erkundigte sich bereits im September beim Call Center Verband zum Stand der Bemühungen der Branche zur Gründung eines tariffähigen Arbeitgeberverbands.

Ergreift die Branche die Chance, bei der Etablierung eines Mindestlohns aktiv mit zu gestalten?

Die Mitgliederversammlung des CCV hatte im November 2011 den Vorstand damit beauftragt, die Gründung eines Arbeitgeberverbands für die Callcenter Wirtschaft in Deutschland zu initiieren. Ein solcher Arbeitgeberverband könnte einen Minimal-Tarifvertrag mit einer Lohnuntergrenze mit den Gewerkschaften verhandeln; diesen kann das Bundesarbeitsministerium dann auf Antrag als allgemeingültig erklären. Damit wäre eine wirksame, allgemeinverbindliche Lohnuntergrenze geschaffen.



Mindestlohn – Ja aber...

Nach einer Reihe von persönlichen Gesprächen seitens des CCV Vorstands mit Vertretern der führenden Unternehmen unserer Branche fand Ende Januar auf Einladung des CCV ein erstes gemeinsames Treffen statt. Geladen waren die im CallCenterProfi Ranking gelisteten Top 35 Callcenter Dienstleister Deutschlands und weitere wichtige Unternehmen, von denen fast alle Gesprächsbereitschaft signalisierten und ein großer Teil auch der Einladung nach Berlin folgte. Pro und Contra eines Mindestlohns, seiner Varianten und der Gründung eines Arbeitgeberverbandes wurden diskutiert und man verabschiedete sich mit der Absicht, den gemeinsamen Dialog zeitnah und konstruktiv fortzusetzen.

Der Druck seitens der Gewerkschaften wird nicht nachlassen, soviel ist sicher. Ver.di startete bereits im November 2012 eine bundesweite Unterschriftenaktion mit der Forderung nach einem Mindestlohn nicht unter 8,50 € – das Ergebnis soll auf der CCW Ende Februar in Berlin vorgestellt werden. Die Kommunikationsgewerkschaft DPV drängt weiterhin zur Gründung eines Arbeitgeberverbandes und will einen Mindestlohn in Höhe von 9,50 €.

Arbeitgeber in der Callcenter Branche stehen derzeit den Gewerkschaften und deren Forderungen allein gegenüber. Insoweit besteht ein Ungleichgewicht der

Kräfte bei Tarifverhandlungen. Im Rahmen einer Mitgliedschaft im zu gründenden Arbeitgeberverband würde zum einen dieses Ungleichgewicht beseitigt, da der Zweckverband auf Augenhöhe mit den Gewerkschaften verhandeln könnte. Zum anderen würde das Ergebnis der Verhandlungen für alle Unternehmen der Branche gelten und somit zu einer Waffengleichheit zwischen den Callcenter Dienstleistern führen. Die Branche könnte sich zukünftig mehr über Leistung und Qualität definieren und weniger über den Preis. Dies würde insgesamt dem Ruf der Branche nutzen.

Zwingendes Ziel für einen Mindestlohn ist dessen Allgemeinverbindlichkeit. Dies bedeutet, dass der Mindestlohn für alle betroffenen Mitarbeiter der Branche gilt, gleich ob sie oder deren Arbeitgeber Mitglied des Arbeitgeberverbandes sind. Voraussetzung für einen Tarifvertrag ist daher, dass er auch für die dem Zweckverband angehörenden Unternehmen erst dann Gültigkeit entfaltet, wenn eine entsprechende Allgemeinverbindlichkeit eintritt. Nur wenn 50% der derzeit bei Callcenter Dienstleistern beschäftigten Arbeitnehmer durch das Engagement ihrer Arbeitgeber in einem Zweckverband vertreten sind, ist jedoch eine Allgemeinverbindlichkeit für die gesamte Branche zu erreichen.

„one to many“

Die Rolle der Arbeitnehmer bei Social Media-Strategien in der Callcenter Branche

Das Thema Social Media ist in der Callcenter Branche mittlerweile zu einem der Top-Themen avanciert. Eine immer größer werdende Anzahl von Beratern, die Workshops, Schulungen etc. zu diesem Themenbereich anbieten, versucht die stetig steigende Nachfrage an Social Media-Themen zu bedienen. Der vorliegende Beitrag soll einzelne Aspekte im Zusammenhang mit der Integration der eigenen Arbeitnehmer bei der Umsetzung von Social Media-Strategien in Unternehmen der Callcenter Branche beleuchten.

Ziele einer Social Media-Strategie

Auf die Ziele angesprochen, die Callcenter mit bereits umgesetzten Social Media-Strategien verfolgen, stellt man fest, dass die ureigenste Aufgabe eines Callcenters, nämlich der Dialog, derzeit kaum eine tragende Rolle spielt. Die populären Netzwerke wie facebook und twitter werden oft als ungeeignet für den Kundendialog angesehen. Eine Bearbeitung von Kundenanfragen ließe sich - zumindest zum jetzigen Zeitpunkt - nachhaltiger durch das individuelle Gespräch gewährleisten, so jedenfalls die derzeit überwiegende Branchenmeinung. Im Vordergrund der Social Media-Strategien stehen aktuell eher die Themen Imagebildung, Stärkung der Unternehmensidentität, Mitarbeiterrekrutierung und Stärkung der Kundenbindung.

Man muss sich in diesem Zusammenhang vor Augen führen, dass die eigenen Arbeitnehmer ein nicht hoch genug einzuschätzendes Potential - im positiven wie im negativen Sinne - darstellen, wenn es darum geht, ein Unternehmen nach außen zu präsentieren. Positive Äußerungen und Bewertungen bzgl. eines Unternehmens in sozialen Netzwerken haben, und sei es auch nur durch eine einzelne Person, eine hohe Außenwirkung („one to many“). Hinzu kommt, dass vielfach in sozialen Netzwerken hinterlegte Äußerungen über Internet-Suchmaschinen auffindbar und nicht nur einem mehr oder weniger überschaubaren Kreis von Netzwerkmitgliedern zugänglich sind. Viele Arbeitnehmer sind ohnehin bereits privat in sozialen Netzwerken aktiv. Die sich in diesem Zusammenhang verstärkt entwickelnde Rechtsprechung der Arbeitsgerichte zu problematischen Äußerungen von Arbeitnehmern über ihre Arbeitgeber und Kolleginnen und Kollegen belegt, dass eine rege Auseinandersetzung mit der Arbeitswelt in sozialen Medien stattfindet. Die Arbeitgeber haben hier die Möglichkeit, durch ein Engagement in sozialen Medien Einfluss auf diese Entwicklung zu nehmen. Zu diesem Zweck stellen Unternehmen vermehrt unternehmenseigene Profile zur Verfügung und ermuntern ihre Arbeitnehmer, sich darin auszutauschen. Im Übrigen erfolgt ein Rückgriff auf die großen sozialen Netz-

ADVOVOX
RECHTSANWÄLTE GMBH SVEN KRÜGER
Rechtsanwälte • Steuerberater



Ole Behder
Rechtsanwalt

ADVOVOX Rechtsanwalts
GmbH

behder@advovox.de
www.advovox.de

Rechtsanwalt Ole Behder
ist Fachanwalt für Arbeits-
recht bei der ADVOVOX
GmbH in Berlin.



„one to many“

Die Rolle der Arbeitnehmer bei Social Media-Strategien in der Callcenter Branche

werke in der Callcenter Branche eher mit der Intention, zu vermarktende Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren, Meinungen darüber einzuholen und (dauerhafte) Kontakte zu knüpfen.

Chancen und Risiken

Vielfach wird beobachtet, dass ein Austausch der Arbeitnehmer untereinander und auf von den Arbeitgebern bereitgestellten Profilen zu einer Stärkung des „Wir“-Gefühls beiträgt. Getrennte Unternehmensstandorte können auf diese Weise ein Stück weit „zusammenwachsen“. Ein Arbeitgeber-Netzwerkprofil, das ein solches Unternehmensbild nach außen vermittelt, wird entscheidend zur Stärkung eines positiven Unternehmensimages beitragen. Weiterhin können die eigenen Arbeitnehmer verstärkt als kostenlose Werbeträger für das eigene Unternehmen gewonnen werden, sofern diese zu Netzwerkaktivitäten ermuntert und hierbei gefördert werden. Beispielhaft hierfür stehen „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programme. Natürlich ist es risikobehaftet, wenn man als Arbeitgeber den einzelnen Arbeitnehmern ein öffentliches Forum zur Verbreitung von Meinungen zur Verfügung stellt. Bereits eine mehr oder weniger unbedachte Unmutsäußerung kann eine unerfreuliche, öffentlich geführten Diskussion nach sich ziehen.

Gestaltungsrahmen des Arbeitgebers

Zur Förderung konstruktiver Aktivitäten der Arbeitnehmer in sozialen Netzwerken kann der Arbeitgeber auf verschiedenste Mittel zurückgreifen. Wichtig ist dabei die Unterscheidung zwischen rein privaten Aktivitäten der Arbeitnehmer in sozialen Netzwerken und solchen Aktivitäten, die in vom Arbeitgeber bereitgestellten Profilen stattfinden. Auf private Aktivitäten kann der Arbeitgeber kraft seines Weisungsrechts nur in soweit Einfluss nehmen, als er deren Ausübung während der Arbeitszeit untersagen kann. Von daher ist es wichtig, grundsätzliche Medienkompetenz bei den Arbeitnehmern - etwa durch Schulungen - zu schaffen. Vielen Arbeitnehmern ist nicht bewusst, dass unbedachte Äußerungen in sozialen Netzwerken erhebliche rechtliche Risiken - insbesondere für sie selber - bergen. Neben der Bereitstellung eines Schulungsangebotes setzt sich in Unternehmen daher immer mehr die Einführung von sog. „Social Media Guidelines“ durch. Der Inhalt dieser Guidelines kann von der Darstellung bloßer Verhaltensempfehlungen bis hin zu klaren Verhaltensvorgaben, wie sich Arbeitnehmer bei der Nutzung von Twitter, Facebook & Co verhalten sollen, reichen. Ferner setzen Arbeitgeber, die eigene Social Media-Profilen zur Verfügung stellen, in der Regel Modera-



„one to many“

Die Rolle der Arbeitnehmer bei Social Media-Strategien in der Callcenter Branche

toren ein, um Diskussionen konstruktiv voranzubringen.

Fortschreitende Verrechtlichung der Thematik

Die hier beispielhaft behandelten Aspekte werfen eine Vielzahl rechtlicher Fragestellungen auf. Möchte ein Arbeitgeber arbeitsvertragliche Konsequenzen aus dem Fehlverhalten eines Arbeitnehmers in sozialen Netzwerken ziehen, hat er eine immer differenzierter werdende Rechtsprechung der Arbeitsgerichte zu beachten. Selbst wenn sich ein Arbeitgeber nicht aktiv in sozialen Netzwerken präsentieren möchte, muss er zwangsläufig über (rechtliche) Maßnahmen nachdenken,

um den privaten Aktivitäten seiner Arbeitnehmer in diesen Medien Rechnung zu tragen. Und schließlich bleibt der Gesetzgeber nicht untätig. Es steht zu erwarten, dass das geplante Gesetz zur Regelung des Beschäftigtendatenschutzes die Social Media-Thematik, insbesondere den Bereich der Mitarbeitersuche in sozialen Netzwerken (social recruiting), stark beeinflussen wird. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass ein konstruktives Miteinander von Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Zusammenhang mit Social Media nur dann möglich sein wird, wenn die rechtlichen Rahmenbedingungen klar definiert und ausgestaltet sind.

Das Ende der kostenpflichtigen Warteschleife

Die kostenpflichtige Warteschleife steht bei den Verbrauchern ganz klar im Abseits. Mit Inkrafttreten des neuen Telekommunikationsgesetzes hat der Gesetzgeber dem Konzept der kostenpflichtigen Warteschleife nun auch eine eindeutige Abfuhr erteilt. Betroffen sind alle kostenpflichtige Rufnummern mit einem Minutentarif (0180-x, 0900, 118xy, 0700), bei denen bisher klassische Warteschleifen zum Einsatz kamen oder durch Weiterleiten oder Verbinden des Anrufers Wartezeiten entstehen.

Phase 1 läuft bereits.

Bereits seit dem 01.09.2012 müssen gemäß § 150 Abs. 7 Nr. 6 TKG (neu) Warteschleifen bei Servicrufnummern innerhalb der ersten 120 Sekunden für den Anrufer kostenfrei gestellt werden. Die Zeit läuft ab Beginn des Rufaufbaus, also nachdem der Anrufer die Telefonnummer gewählt hat. Kommt es nach 120 Sekunden nicht zu einer Verbindung, hat der Netzbetreiber des Anrufers den Verbindungsaufbau abubrechen. Kommt dagegen ein Telefonat zustande, dürfen Warteschleifen für den Anrufer im weiteren Verlauf der Verbindung momentan noch kostenpflichtig sein. Sie sind in ihrer Dauer derzeit auch nicht begrenzt.

Phase 2 kommt ab 01.06.2013

Ab der kommenden Jahresmitte wird es für die betroffenen Unternehmen aber nahezu dramatisch. Ein Jahr nach dem Inkrafttreten des neuen Telekommunikationsgesetzes müssen ab dem 01.06.2013 (Inkrafttreten des neuen § 66g TKG) alle Warteschleifen innerhalb von Servicrufnummern in voller Länge kostenfrei gestellt werden. Dies gilt nicht nur für alle Eingangswarteschleifen, sondern insbesondere auch für nachgelagerte Warteschleifen. Betroffen sind also auch Telefonate, bei denen der Anruf zunächst entgegengenommen und dann weitergeleitet wird. Da diese Weiterleitungen ebenfalls Wartezeiten in Anspruch nehmen können, gilt ab dem 01.06.2013 hierfür ebenfalls die Kostenfreiheit für den Anrufer.

Außerdem sind die angerufenen Unternehmen künftig gemäß § 66g Abs. 2 TKG (neu) zu einem vorgelagerten Hinweis verpflichtet: Das angerufene Unternehmen muss daher ab dem 01.06.2013 die voraussichtliche Wartezeit zu Beginn einer Warteschleife ansagen. Außerdem hat das Unternehmen dem Anrufer mitzuteilen, ob die Warteschleife kostenlos ist oder der Anruf zu einem Festpreis abgerechnet wird. Diese Informationen zur Kostenfreiheit der Warteschleife oder zu einem Blocktarif müssen dem Anrufer klar und kostenlos kommuniziert werden.

ADVOVOX
RECHTSANWALTS GMBH SVEN KRÜGER
Rechtsanwälte • Steuerberater



Josefine Spengler
Rechtsanwältin

ADVOVOX Rechtsanwalts
GmbH

spengler@advovox.de
www.advovox.de

Josefine Spengler ist
Rechtsanwältin mit Tätig-
keitsschwerpunkt IT- und
Telekommunikationsrecht
bei der ADVOVOX Rechts-
anwalts GmbH in Berlin.



Das Ende der kostenpflichtige Warteschleife

Wer muss handeln?

Verantwortlich für die Realisierung der neuen Gesetzesvorgaben sind die Zuteilungsnehmer und Inhaber von Servicrufnummern. Nicht betroffen sind Service-Rufnummern mit Ortsnetz-Vorwahl, Mobilfunk-Langwahlen, entgeltfreie Rufnummern und Sonderrufnummern mit Abrechnung zu einem Festpreis. Bei Anrufen zu Sonderrufnummern aus dem Ausland dürfen auch bei Warteschleifen die Kosten für die Auslandsverbindung abgerechnet werden.

Automatisierte Sprachdialoge zur Abfrage von Informationen, die für die Bearbeitung des Kundenanliegens erforderlich sind, gelten übrigens nicht als Warteschleife. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass für den Anrufer vor Beginn der Verbindung erkennbar sein muss, dass es sich bei der Dienstleistung um eine automatisierte Ansage handelt (z. B. Zeitanzeige).

Bei Verstoß gegen die neuen Vorschriften entfällt die Entgeltzahlungspflicht für den Anrufer insgesamt (§ 66h Nr. 8 TKG). Der Verstoß ist aber auch eine Ordnungswidrigkeit, die von der Bundesnetzagentur mit einer sehr hohen Geldbuße (bis zu 100.000 €) geahndet werden kann (§ 146 Nr. 13i, j TKG).

Realisierung in der Praxis

Die Umsetzung der neuen Gesetze in die Praxis stößt auf gravierende Schwierigkeiten. Unterschiedlich sind die technischen Voraussetzungen in den jeweiligen Unternehmen, vor allem bei kleinen und mittleren Telefonanlagen. Zu komplex ist oft die Rechnungslegung und zu diffizil ist der Telekommunikationsmarkt mit seinen stetig wachsenden Anforderungen an die Netzbetreiber. Eine generelle, für alle betroffenen Unternehmen umsetzbare Lösung kann es deshalb kaum geben.

Betroffene Unternehmen sollten dennoch spätestens jetzt mit einem individuellen und gesetzeskonformen Rufnummernkonzept reagieren, denn die angedrohten Bußgelder sind beachtlich hoch. Wer sich nicht mit dem Thema auseinandersetzt und den Kopf in den Sand steckt, dürfte schnell eines Besseren belehrt werden. Die Bundesnetzagentur hat bereits angekündigt, Verstöße stärker zu ahnden und kann Rufnummern sogar sperren lassen. Ein hohes Bußgeld und womöglich sogar eine Rufnummernabschaltung kann schnell den wirtschaftlichen Ruin für das betroffene Unternehmen bedeuten.



Das Ende der kostenpflichtige Warteschleife

Neben diesen Risiken gibt es zusätzliche wirtschaftliche Belastungen für die Unternehmen. Schließlich ist die technische Umsetzung der kostenfreien Warteschleife in der Praxis derzeit überhaupt nicht geklärt. Die Telefonanlagen oder die im Einsatz befindlichen Abrechnungssysteme können die neuen Anforderungen oft gar nicht, zumindest aber nicht ohne Weiteres realisieren. Vor allem im Mobilfunkbereich existiert bisher nahezu keine technische Lösung. Gerade unter Zeitdruck werden möglicherweise Fehlentscheidungen getroffen. Die Installation neuer Anlagen kostet viel Zeit und Geld und bringt leider nicht immer den erwünschten Erfolg. Oft entstehen an diesen Stellen auch Streitigkeiten, die nur noch mit professioneller Unterstützung von Rechtsanwälten gelöst werden können.

Momentan bleibt den Unternehmen für eine gesetzeskonforme Umsetzung der neuen Anforderungen wohl nur die Aufgabe ihrer alten Rufnummern und der Wechsel in andere Rufnummerngassen. Alternativ zum Wechsel auf eine Ortsnetzrufnummer wäre eine Umstellung auf 0800-Rufnummern oder Nummern mit Blocktarif möglich, um die gleiche Flexibilität und Intelligenz wie bei den ehemaligen Servicenummern zu erreichen. Für Rufnummern, die pro Anruf abgerechnet werden, gab es bisher mit der 01802 und

01804 nur die Möglichkeit, Anrufe aus dem Festnetz zu einem Blockpreis abzurechnen. Inzwischen können die Anbieter auch auf die neuen Gassen 01806 oder 01807 wechseln, die den Unternehmen die Möglichkeit geben sollen, Warteschleifen nach den neuen gesetzlichen Vorgaben zu realisieren.

Im Teilbereich 01806 ist erstmals auch für den Mobilfunkbereich ein zeitunabhängiger Blocktarif in Höhe von 0,20 € pro Anruf aus dem Festnetz und maximal 0,60 € pro Anruf aus dem Mobilfunk festgelegt. Im Teilbereich 01807 sind die ersten 30 Sekunden eines Anrufes für den Anrufer stets kostenlos. Ansonsten gilt der Preis wie bei der Schwesterngasse 01805 mit 0,14 € pro Minute aus dem Festnetz und maximal 0,42 € pro Minute aus dem Mobilfunknetz. Warteschleifen dürfen aber bei dieser Rufnummerngasse 30 Sekunden nicht überschreiten, weil sie sonst nicht kostenlos wären. Zwischengelagerte Warteschleifen sind hier ebenfalls nicht möglich.

Aber die neuen Nummerngassen werden wohl erst in einigen Monaten zur Verfügung stehen, auch wenn die ersten Registrierungen bereits erfolgt sind. Für die meisten Unternehmen wird die Bereitstellung der Nummern mangels entsprechender Übergangszeit also zu kurzfristig sein.

Das Ende der kostenpflichtige Warteschleife

Aber: Jede Änderung bringt auch Chancen mit sich!

Im Mittelpunkt der vielfältigen neuen Möglichkeiten sollte trotz aller Schwierigkeiten in der praktischen Umsetzung dennoch die Chance der Verbesserung der Servicequalität gegenüber den Kunden stehen. Dies können und sollten die Anbieter

auch vielfältig an ihre Kunden kommunizieren. Unternehmen, die die neuen Spielregeln gesetzeskonform, serviceorientiert und nachhaltig realisieren, können damit bei Verbrauchern sofort punkten und so zu einem für alle Seiten zufrieden stellenden Ergebnis beitragen.

Qualität wird auch 2013 groß geschrieben: CCV Quality Award startet zur CCW mit vier Kategorien

Pünktlich zur CCW 2013 startet die neue Runde: Bewerbungen zum CCV Quality Award 2013 werden dann in insgesamt vier Kategorien möglich sein. Gesucht werden herausragende Leistungen in folgenden Bereichen:

1. Kundenzufriedenheit
2. Mitarbeiterorientierung
3. IT Innovation
4. Sonderpreis „Engel am Telefon“

Bewerbungen sind mit dem Start der CCW 2013 über www.quality-award.de möglich. Verliehen werden die Awards dann auf der CCVision im Herbst 2013.



Neues Praxishandbuch zur CCW 2013

Das CCV Praxishandbuch „Call Center erfolgreich zertifizieren“ hat sich größter Beliebtheit erfreut: Die Ende 2010 erschienene Erstauflage von 15.000 Stück ist nahezu vergriffen. Jetzt erscheint zur CCW 2013 die überarbeitete und umfassend ergänzte Neuauflage.

Qualität plus Zertifizierung

Die überarbeitete und an die aktuelle Entwicklung bei Zertifizierungen und Qualitätsmanagement angepasste Auflage liefert jede Menge Praxisinformationen.

Der Inhalt:

- „Qualität im Callcenter“ oder „Mehr als ein Vorwort“ von Manfred Stockmann
- Qualität, Qualität und noch einmal Qualität und Quality Monitoring von Kent Doğu
- Wie Workforce Optimization Ihr Unternehmen auf die Herausforderungen im Kundendialog vorbereitet von Thomas Tannhäuser
- Von agentenzentriert zu kundenfokussiert von Peter Gißmann
- Qualität messen und steuern – mit QCRM von Johan Fröhberg
- Vorteil durch Bildung – Mitarbeiter fördern und fordern von Dana Waschk

- Servicequalität fängt bei der Raumgestaltung an von Sandra und Michael Stüve
- Die Europäische Norm EN 15838 von Dr. Peter Jonas
- Zertifizieren von Callcentern: Weniger ist mehr! von Rolf Lohrmann
- Die Kombi-Zange – Erfahrungsbericht zur Doppelzertifizierung von Andreas Möller

Außerdem die Beschreibung des **Wegs zur DIN EN 15838** sowie eine Vorstellung ausgezeichneter Qualitätsbeispiele – ausgezeichnet mit dem **CCV Quality Award**.

**CALL CENTER
VERBAND
DEUTSCHLAND**

Qualität im Callcenter

Qualität managen und zertifizieren



Holen Sie sich Ihr persönliches Exemplar des Handbuchs „Qualität im Callcenter“ auf der CCW ab: am Stand des CCV in Halle 4, Stand H18/J17.

CCV Frühjahrstagung 2013

„E-verybody & E-verywhere? Neue Wege zum Kunden!“

Am 18. und 19. April 2013 lädt der Call Center Verband Deutschland e.V. (CCV) recht herzlich nach Berlin zur CCV Frühjahrstagung 2013! Mitglieder des Verbandes und alle Brancheninteressierten sind willkommen!

Vorbereitet sind brandaktuelle Themen von E-Commerce und E-Payment über BPO und CRM bis hin zu Customer Service Prozessen und neueste Zahlen, Daten und Fakten aus der Callcenter Branche. Innovative Ansätze für den zukünftigen Umgang mit dem Ende des klassischen CC Agenten und einiges mehr erwarten das Auditorium. Neu in 2013: zeitgemäße Themen der Callcenter Branche werden in Workshop-Sessions mit den Teilnehmern im Dialog erörtert. So wird den Tagungsgästen ein Echtzeit-Feedback zu ihren Fragestellungen ermöglicht. Nicht zuletzt bietet die Branchenveranstaltung des Verbandes mit einer überraschenden Abendveranstaltung das passende Ambiente für entspanntes und ausgiebiges Networking.

Durch die zweitägige CCV Wissensreise werden das Moderatoren-Team Georg Mack und Robert Sluka mit Witz, österreichischem Charme und umfassendem Branchenwissen führen. Mack ist Gründungsmitglied und Präsident des callcenterforum.at, seit 1998 in der

Callcenter Branche aktiv und heute Herausgeber von drei Callcenter Magazinen (print) und einem digitalen Callcenter Magazin (App). Seit November 2012 ist er Geschäftsführer der avocis Österreich GmbH. Robert Sluka ist Vize-Präsident des callcenterforum.at und leitet seit Mai 2005 das Callcenter der ÖBB-Personenverkehr AG, eines der größten Servicecentren Österreichs. Seinen Humor und seine Fähigkeit seine Mitmenschen zu unterhalten hat der extreme Frühaufsteher sogar schon in einem eigenen Kabarett unter Beweis gestellt. Somit ist der Unterhaltungswert der CCV Frühjahrstagung abgesichert!

Nach der Präsentation der Ergebnisse der „CCV Callcenter Branchen-Studie 2012“ sprechen Wilfried Walter, Referat für Grundsatzfragen der Dienstleistungswirtschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, und Hartmut Riemke, Leiter Einheitlicher Ansprechpartner Berlin der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung zum Thema „EAP - Einheitliche Ansprechpartner – Behördenkontakte aus einer Hand“. Erläutert werden Unterstützungsangebote der EAP und wie die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen und Existenzgründer im In- und Ausland trotz begrenzter öffentlicher Ressourcen aufeinander ausgerichtet werden können.



Georg Mack



Robert Sluka



CCV Frühjahrstagung 2013

Dr. Ernst Stahl, Research Director der ibi research GmbH und Verantwortlicher des Competence Center „E-Business“, wird mit der Keynote „Multikanalvertrieb, Payment und SEPA: Status quo und Ausblick“ auf die Bedeutung des E-Commerce sowie des Multikanalvertriebs eingehen. Gerade das Bezahlen im Netz spielt eine wichtige Rolle und man sollte die Abbruchquoten und Ursachen richtig einschätzen können. Allerdings ergeben sich durch die Änderungen im europäischen Zahlungsverkehrsmarkt durch SEPA neue Herausforderungen und wichtige Änderungen. Mit Hilfe der aktuellen SEPA-Studie der ibi research GmbH wird der Status quo und der Stand der Umsetzung betrachtet.

Anschließend geht es in die Praxis am Beispiel der QVC Deutschland Inc. & Co. KG mit Verena Fink, Direktorin Customer Focus, und ihrem Vortrag „Glückliche Kunden vor dem TV und im Web – traumhafte Zufriedenheitswerte im Multimedia-Versandhandel“. Frau Fink gibt Einblick in den Social Commerce des Unternehmens. Die Ausrichtung unternehmerischer Prozesse am Kundenbedürfnis und die emotionale Vernetzung im Multichannel-Bereich werden weitere inhaltliche Schwerpunkte der Keynote sein.

Dr. Jan Thieme von der TGMC Management Consulting GmbH wird die brand-

neuen Fakten aus der Studie „Großer Call Center Gehalts- und Karrierevergleich 2013 – Neueste Zahlen für Agenten, Teamleiter und Manager“ vorstellen. Informationen zum aktuellen Lohnniveau mit regionalen Unterschieden, variablen Vergütungen und Informationen zu Fluktuation und Krankenstand in deutschen Callcentern warten auf die Teilnehmer.

Bernd Engel, CCV Vorstand Mitglieder, wird den Tagungsgästen die neuen Angebote des Verbandes in „Der CCV startet durch – neue Wissensangebote“ vorstellen, bevor diese die Möglichkeit haben, sich für einen Workshop ihrer Wahl zu entscheiden. In den Workshop-Sessions werden Kunden-Best-Practises vorgestellt und aktiv mit den Teilnehmern diskutiert.

Nach einem Fazit der Referenten und Moderatoren neigt sich das inhaltliche Programm der CCV Frühjahrstagung dem Ende – zumindest für den ersten Tag. Nun steht alles im Zeichen des ausgiebigen und entspannten Networkings. Die Teilnehmer werden an der Hotel eigenen Bootsanlegestelle zum CCV Sektempfang erwartet, sponsored by telequest & Internet Solutions GmbH in geachteter Tradition! Wir entführen unsere Tagungsgäste auf die Berliner Spreekanäle an Bord des historischen Schiffes „Kreuz As“. Mit Blick auf einige der schönsten Sehenswürdigkeiten unserer Hauptstadt haben alle Zeit,



Dr. Ernst Stahl
ibi research



Verena Fink
QVC Deutschland

CCV Frühjahrstagung 2013

die Tagungsthemen wirken zu lassen, mit anderen Gästen zu diskutieren oder einfach nur das spannende Berlin in abendlicher Atmosphäre zu genießen.

Am 19. April wird Beate Rank, CEO der Rakuten Deutschland GmbH, die Tagung mit der Keynote "Das Telefon als Wertschöpfungsfaktor im E-Commerce" eröffnen. Aus ihrer Sicht gibt das Telefon dem E-Commerce das Gesicht zurück. Der Online-Handel gewinnt immer mehr Gewicht und ist oft nicht mehr nur Ergänzung, sondern Ersatz für den stationären Handel. Eine Komponente geht dabei jedoch oft verloren: ein persönlicher Ansprechpartner. Interne Untersuchungen der Rakuten Deutschland GmbH haben gezeigt, dass eine Telefonnummer in einem Online-Shop nicht nur ein nettes Service-Extra ist, sondern vielmehr ein Vertrauensmerkmal für potenzielle Kunden darstellt, welches sich auch auf den Umsatz auswirkt.

Die digitalen vernetzten Medien bringen einen grundlegenden Strukturwandel von Öffentlichkeit mit sich, den wir erst allmählich zu verstehen und zu gestalten lernen. Dr. Jan-Hinrik Schmidt, wissenschaftlicher Referent für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg wird in seiner Keynote "Digitale Öffentlichkeit,

Privatsphäre und Datenschutz" die drei zentralen Aspekte dieses Wandels diskutieren. Wir beobachten (1) die Konvergenz von Konversation und Publikation in den sozialen Medien, die (2) zu einer Verschiebung von Machtverhältnissen und Teilhabechancen führt. Daraus folgt (3) die Notwendigkeit, unser Verständnis von informationeller Selbstbestimmung zu erweitern und zu aktualisieren.

Darauf folgt der Vortrag "Recht viel Regulierung" von CCV Vorstand Recht & Regulierung Manuel A. Schindler. Es werden aktuelle Fragen zum Mindestlohn, Beschäftigtendatenschutz, Einheitlicher Euro-Zahlungsverkehrsraum und zur Verbraucherrechterichtlinie sowie zur kostenlosen Warteschleife dargelegt. Spannende Details, die es zu besprechen gibt – auch in den darauf folgenden Workshops – deren Grundlage durch Schindlers Keynote zuvor geschaffen wurde.

In den nun folgenden Workshops können die Tagungsgäste spezifische Themen weiter vertiefen und mit den Referenten in den direkten Austausch gehen. So werden im Workshop „IBAN, BIC, XML: grundlegende Änderungen im deutschen Zahlungsverkehr“ die Lastschrift-Arten, Mandate und Pre-Notification vorgestellt und erläutert sowie die Anforderungen an Finanzbuchhaltungs- und Zahlungsverkehrsprogramme dargelegt. Die Work-



Beate Rank
Rakuten Deutschland



Dr. Jan-Hinrik Schmidt
Hans-Bredow-Institut



CCV Frühjahrstagung 2013

shop-Leiter Matthias Vennwald, Electronic Banking/Direkter Kundenservice mit Spezialisierung elektronischer Zahlungsverkehr und Händlergeschäft der Berliner Volksbank eG, und Mike Schramm, Direkter Kundenservice mit Spezialisierung auf Projektmanagement und InternetBanking der Berliner Volksbank eG, geben schließlich einen Ausblick auf die weiteren Entwicklungen im Zahlungsverkehr.

Ab 1. Juni 2013 müssen Warteschleifen zu jedem Zeitpunkt der Verbindung in voller Länge kostenfrei sein. Im Workshop „Kostenfreie Warteschleife – die heiße Phase 2“ werden Axel Gibmeier, Senior Business Development Manager der dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services GmbH und Fouad Elouarti, Consultant der dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services GmbH, Lösungen der derzeit bereits technisch möglichen Umsetzungen des aktuellen Telekommunikationsgesetzes sowie alternative Rufnummern und neue Rufnummerngassen vorstellen. Die Workshop-Teilnehmer haben die Möglichkeit, Fragen, bezogen auf ihre jeweilige unternehmerische Situation zu stellen und so zielführende Handlungsoptionen aufgezeigt zu bekommen.

Last but not least wird im Workshop „Das Ende des klassischen CC-Agent – Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit...“ das nicht neue und doch weiter brennen-

de Thema Demografie beleuchtet. Workshop-Leiter Uwe Dotzlaff, Geschäftsführer der Dotzlaff Consulting GmbH – Institut für innovative Unternehmensentwicklung, weist auf den notwendigen Paradigmenwechsel in der Personalführung im Bereich der personalintensiven Dienstleistung hin und gibt Denkanstöße für innovative Führungskräfte. Wie Leitbilder und somit eine Führungskultur in Fragen der Mitarbeiterorientierung, über die Mitarbeiterbindung und des Gesundheitsmanagements bis hin zur Prozessgestaltung und dem Wissensmanagement überdacht werden müssen, erfahren die Teilnehmer – gern unter Einbindung eigener Erfahrungen.

Getagt wird im charmanten Ameron Hotel Abion Spreebogen Berlin, erbaut an einem historischen Ort im Zentrum Berlins! Dort wo einst die berühmte Meierei Bolle ganz Berlin mit Milch versorgte, entstand das moderne Business Hotel in zentraler Lage. Wir halten für unsere Tagungsgäste ein CCV Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen bereit.

Wir bedanken uns recht herzlich für die Unterstützung bei den Firmen b.telligent GmbH, telequest & Internet Solutions GmbH, Interactive Intelligence Germany GmbH, TeleSys Kommunikationstechnik GmbH, Jabra, einer Marke der GN Netcom GmbH, sowie bei der dtms GmbH.

Sponsorpartner



b.telligent



telequest
A INTERNET SOLUTIONS GmbH



Informationen zur
CCV Frühjahrstagung unter
bit.ly/CCV_FT_2013



Advertorial

Aktuelle Studie: Kostenlose Warteschleife – so reagieren Unternehmen und Verbraucher

Die kostenlose Warteschleife ist auch in diesem Jahr eines der Top-Themen des Contact-Center-Markts. Grund hierfür: Zum 01.06.2013 tritt die zweite Phase der Regelungen aus dem Telekommunikationsgesetz in Kraft.

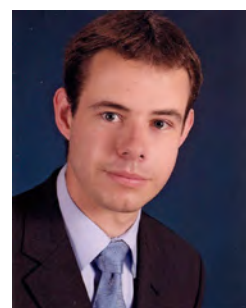
Vom 01.06.2013 an dürfen Warteschleifen z.B. auf 0180- und 0900-Rufnummern nur unter bestimmten Voraussetzungen realisiert werden. Insbesondere dürfen Anrufer auch durch Warteschleifen, die zwischen einem Sprachdialog und dem Agentengespräch oder bei der Weitervermittlung zwischen zwei Agenten auftreten, keine zusätzlichen Kosten mehr entstehen.

Für Unternehmen existieren verschiedene Möglichkeiten, den Herausforderungen der Phase 2 der kostenlosen Warteschleife zu begegnen. Diese Optionen reichen von strukturellen Änderungen im Kundenservice, die nachgelagerte Warteschleifen ausschließen bis hin zum Wechsel der Nummerngasse. Interessant sind aus der Sicht von Unternehmen, die 0180-Rufnummern einsetzen, vor allem die neuen Gassen 0180-6 und 0180-7. Diese Gassen ermöglichen es, die gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen. Für 0180-6-Rufnummern gelten für Anrufe aus dem Festnetz und aus dem Mobilfunk Preise pro Verbindung. Anrufer entstehen durch die Wartezeit keine zusätzlichen Kosten. Bei 0180-7-Rufnummern sind die ersten 30 Sekunden der Verbindung für den Anrufer kostenfrei. Hierdurch sind nachgelagerte Warteschleifen mit einer Gesamtdauer von bis zu 30 Sekunden möglich. Alternativen sind der Wechsel zu kostenlosen Servicenummern der Gasse 0800 oder zu lokalen Servicenummern.

Durch den langfristigen Charakter von Kommunikationsmaßnahmen und die hohen Investitionen, die Unternehmen in die Bewerbung ihres telefonischen Eingangskanals tätigen, hat die Wahl der Nummerngasse für viele Unternehmen strategischen Charakter. Hier steht die Branche vor grundlegenden Fragen: Wie entwickelt sich der Markt? Wohin tendieren Wettbewerber und Unternehmen mit ähnlichen Zielgruppen? Welche Service-Erwartungen haben die Verbraucher wirklich und wie stehen sie einer 0180-Service-nummer mit einem Festpreis gegenüber?

Antworten liefert die Telekom mit der aktuellen Studie Customer Contact Insights 2013, die auf der CCW erstmals vorgestellt wird. Die Studie basiert auf der repräsentativen Befragung von 2.000 Verbrauchern sowie auf Experteninterviews mit Entscheidern in 20 Unternehmen, die Servicenummern einsetzen. Die Studie kombiniert damit die Sichtweisen von Unternehmen und Verbrauchern. Mit Blick auf die Verbraucher untersucht die Studie deren Anspruchsniveau und Erwartungshaltung in Sachen kostenlose Warteschleife und die Akzeptanz für die spezielle Tarifierung der Gasse 0180-6. Zugleich beleuchtet die Studie den Planungsstand der Unternehmen für die Realisierung der Phase 2 und zeigt auf, wohin sich der Markt entwickelt.

Die Studie Customer Contact Insights 2013 – sowie umfassende Beratung rund um die kostenlose Warteschleife – erhalten Sie kostenlos und unverbindlich am Messestand der Telekom auf der CCW 2013 – Halle 1, Stand A2/B1 – sowie unter 0800 330 0800.



Tobias Fleischer
Leiter Produktionsmanagement und Marketing
Servicenummern

Telekom Deutschland
GmbH
Zentrum Mehrwertdienst
Godesberger Allee 83-91
53175 Bonn

tobias.fleischer
@telekom.de

Tel +49 (0) 228 181-55114
Fax +49 (0) 391 5802-41934
Mobil + 49 (0) 151 12587645

www.telekom.de



**Telekom auf der
CCW 2013:
Halle 1, Stand A2/B1**



Advertorial

Kundenservice der nächsten Generation:

Die Echtzeit-Software-Unterstützung für die Zukunft

Markus M. bucht über eine bekannte Hotelbuchungsseite ein Zimmer in Barcelona und zahlt per Online-Überweisung. Aufgrund einer Server-Umstellung bricht die Internetseite die Buchung ab. Markus M. ist sich nicht sicher, ob die Buchung noch durchgegangen ist oder nicht und ruft im Contact Center der Hotelbuchungsseite an. Christian K., der Agent, weiß mit Hilfe der Echtzeit-Interaktionsanalyse sofort, warum Markus M. anruft. Schnell ist das Problem behoben und die Buchung durchgegangen. Die Echtzeit-Sprachanalyse erkennt während des Gesprächs die Wörter „Flughafen“ und „Transfer“ und zeigt Christian K. einen Cross-Sell-Vorschlag auf dem Dashboard an. Markus M. könne sich zu einem vergünstigten Preis ein Auto dazu mieten. Er ist einverstanden. Etwa zehn Minuten nach dem Gespräch erreicht Markus M. eine SMS. Das Echtzeit-Servicecenter bittet um Feedback. Markus M. schreibt zurück: „Super Service!“

„Unsere NICE Studie zum ‚Mediennutzungsverhalten im Kundenservice 2012‘ zeigt, dass der Kunde von heute bestens informiert ist und rund sechs Kanäle nutzt, um mit einem Unternehmen zu kommunizieren“, sagt Sabina Mustica, Sales Director DACH bei NICE. „Wenn er ein Contact Center anruft, möchte er, dass der Agent ihm im Erstkontakt hilft. Daher ist Echtzeit ein wichtiges Thema und deshalb bieten wir unseren Kunden zukunftsgerichtete Lösungen an.“

NICE präsentiert auf Europas größter Contact Center Messe CCW 2013 den Kundenservice der Zukunft – in Echtzeit. NICE gesamtes Portfolio deckt von Echtzeit-Lösungen über Compliance und Überwachung bis hin zu Service Optimierung

und Unterstützung alles ab, was modernen Kundenservice effizienter und effektiver macht.

Das vorgestellte Portfolio:

- **Real Time Solutions:** Gestaltet Interaktionen in Echtzeit, automatisiert Prozesse und gibt Next-Best-Actions für Cross- und Up-Sell.
- **Voice of the Customer:** Automatische Ad-hoc-Kundenbefragungen in natürlicher Sprache direkt im Anschluss an die Interaktion über alle Kanäle hinweg.
- **Multi-Channel Analytics:** Sprach- und Textanalyse über alle Kanäle hinweg, Reduzierung des Anruf-Volumens.
- **Workforce Optimization:** Kennzahlen liefern und überwachen; Qualität monitoren. Bedarfe präzise prognostizieren, Agenten und Teams skillbasiert sowie über mehrere Standorte hinweg planen; Leistungskennzahlen messen und regeln.
- **Mobile Reach:** Schafft positive Serviceerlebnisse über mobile Endgeräte.
- **Real-Time Authentication:** Authentifiziert die Kundenidentität in Sprachinteraktionen und reduziert die durchschnittliche Bearbeitungsdauer.

Vereinbaren Sie gleich einen Gesprächstermin und besuchen Sie NICE am Messestand A4/B3 in Halle 5 auf der CCW 2013 vom 26. - 28. Februar in Berlin. Weitere Informationen erhalten Sie in unserem neuen NICE Real Time Customer Service Handbuch zum Kundendialog mit Echtzeit-Software-Unterstützung, das Sie sich kostenlos bei uns am Messestand abholen können.

Termin vereinbaren unter: <http://bit.ly/ccw2013>



NICE Systems AG
Große Gallusstraße 9
60311 Frankfurt

Sabina Mustica
Sales Director DACH
Tel.: 089 21890292
sabina.mustica@nice.com

www.nice.com
www.nice-deutschland.de



**NICE auf der
CCW 2013:
Halle 5,
Stand A4/B3**



Advertorial

CCW 2013 – 4Com zeigt intelligente Kundenservice-Lösungen aus der Cloud

Auf der CCW 2013 in Berlin präsentiert sich der Technologieanbieter 4Com im völlig neuen Design. Das umfangreiche 4Com-Produktportfolio umfasst zahlreiche Neuheiten und steht unter dem Motto „4Com Cloud Solutions – Creating Service Excellence“.

Die Kongressmesse CCW in Berlin, ehemals Call Center World, findet in diesem Jahr vom 25. bis 28. Februar statt. 4Com ist mit einem völlig neuen Standdesign in Halle 4, Stand 4C4 vertreten und zeigt seine cloudbasierten Lösungen und Neuheiten für den intelligenten Kundenservice.

Zu den Highlights zählt dabei unter anderem das neue Klassifizierungs-Modul zur automatisierten Bearbeitung von Nachrichten, Faxen, SMS und Briefen im Kundenservice: Die Klassifikation ist Teil der UMS-Funktion der 4Com Multichannel ACD und ermöglicht die Zuordnung der Nachrichten nach unterschiedlichen, frei wählbaren Kriterien, etwa Inhalts-Schlagwörtern oder unterschiedlichen Sprachen. Dabei ist sowohl die gleichzeitige Kopplung mehrerer Kriterien, als auch die mehrstufige Klassifikation möglich. Die frei wählbaren Schlagworte können farblich gesondert in den Nachrichten und Betreffzeilen hervorgehoben, sowie reguläre Ausdrücke wie etwa Kundennummern, in die Zwischenablage des PCs kopiert werden. Zur Beantwortung der zugestellten Nachrichten stellt das UMS den Mitarbeitern anschließend passende Antwortbausteine zur Auswahl bereit.

Ebenfalls neu innerhalb der 4Com Multichannel ACD ist das Modul zur Vorgangsverteilung: Anstelle der manuellen Verteilung, ermöglicht es die

intelligente, automatisierte Verteilung von Daten oder Vorgängen aus beliebigen Anwendungen (etwa SAP) zur Weiterverarbeitung an die Mitarbeiter.

Ein weiteres Highlight des Messe-Auftritts ist das 4Com Cockpit, das interaktive Statistik- und Analysetool. Es ermöglicht die Zusammenführung, Darstellung und einfache Auswertung ausgewählter Daten der 4Com-Produkte und externer Datenquellen. Darüber hinaus bietet es auch Vorteile im Bereich Business Intelligence und Big Data: Relevante Daten aus verschiedenen Quellen werden intelligent zusammengeführt und erlauben die Analyse einzelner Bearbeitungsschritte eines Servicevorgangs. 4Com präsentiert die Business Intelligence-Möglichkeiten live vor Ort anhand eines konkreten Beispiels im Kundenservice.

Darüber hinaus informiert 4Com über das umfangreiche Schulungsangebot zu seinen Produkten für Contact Center-Verantwortliche und -Mitarbeiter, das über die neue 4Com Akademie bereitgestellt wird. Eine weitere Neuheit ist die Kooperation von 4Com mit TÜV NORD CERT im Bereich Service-Zertifizierung: Im Rahmen der Kooperation bietet 4Com seinen Kunden Beratung und Unterstützung für die Zertifizierung zur TÜV-geprüften Service-Qualität, zum TÜV-geprüften Call Center und zur TÜV-geprüften Kundenzufriedenheit an. Die Zertifizierung selbst wird von TÜV NORD CERT durchgeführt.



4Com GmbH & Co. KG
Hamburger Allee 23
30161 Hannover

Tel. 0511 30039909

fragen@4com.de
www.4com.de



**4Com auf der
CCW 2013:
Halle 4, Stand C44**



Advertorial

SNT Deutschland AG:

Kontinuität und Qualität mit immer neuen Ideen

Die SNT Deutschland AG ist mit rund 3.000 Mitarbeitern an bundesweit sieben Standorten einer der führenden Kundenservice-dienstleister in Deutschland.

„Als hochqualifizierter Outsourcing-Partner helfen wir Start-up-Unternehmen, einen professionellen Kundenservice aufzubauen, übernehmen Kundenservice für Premium-Markenanbieter oder auch großvolumige Projekte für kaufmännischen und technischen Support“, erläutert Harry Wassermann, CEO der SNT Deutschland AG. Neben klassischem Kundenservice bietet das Unternehmen unter dem Markennamen koviko Agenturleistungen für Online, eLearning und Wissensdatenbanken. SNT bietet Kundendialog in allen Facetten und bietet neue Konzepte für die Kundenakquise, Kundenbindung, Cross- und Up-selling oder Inbound-Selling an – über sämtliche Kontaktkanäle inklusive Chat und Social Media.

Vorträge geben Einblick in Best Practices

SNT untermauert die langjährige Erfahrung, das nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifizierte Qualitätsmanagement und das Engagement für Auftraggeber und Projekte mit zwei Best-Practice-Vorträgen auf der CCW 2013 in Berlin: Am 27. Februar zeigen Birgit Hecht und Julius Appel im Vortrag „Fit für Multiskill“ um 14.00 Uhr in Halle 4 auf, was Mitarbeiter für die Kommunikation auf allen Kommunikationskanälen wirklich brauchen. Am 28. Februar um 10 Uhr in Halle 3 belegen Leo Staub-Marx und Birgit Hecht im Vortragsslot „Best in Class“, wie exzellenter Service aus einer Kombination aus verantwortlichem Personalmanagement und durchdachtem Wissensmanagement-Prozessen erwächst.

Bewerber herzlich willkommen: SNT schafft bis zu 300 neue Stellen in 2013

Auch potenzielle Bewerber sind bei SNT herzlich willkommen, um sich über Berufsperspektiven bei SNT zu informieren. Bis zu 300 neue Stellen will das Unternehmen 2013 schaffen. „Wir investieren gezielt in die Kompetenz und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter durch Trainings und Weiterbildungen. Wir gelten in der Branche und bei Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber. Darauf bin ich besonders stolz“, führt CEO Harry Wassermann aus. SNT wurde mit dem Siegel „Top Arbeitgeber Deutschland 2012“ des CRF Instituts ausgezeichnet und das Fachmagazins Human Resources Manager zeichnete im Dezember 2012 SNT gleich in zwei Kategorien mit dem HR Excellence Award aus. Die Optimierung des Bewerber-Managements wurde zudem für den diesjährigen CAT-Award nominiert.

Der Mensch im Mittelpunkt

„Wir positionieren uns als Qualitätsmarktführer und als verlässlicher und wirtschaftlich stabiler Partner für Kundenservice – und das für alle Branchen“, zeigt Wassermann auf. „Bei uns steht trotz der eingesetzten ausgefeilten Technik der Mensch immer im Mittelpunkt: als Kunde, Mitarbeiter oder Auftraggeber. Dieses persönliche Engagement auf allen Ebenen macht SNT aus“, so Wassermann abschließend.



Part of your business



Julius Appel,
Director Sales

SNT Deutschland AG
Kontakt für interessierte
Unternehmen:
Tel.: +49 (0) 331 700 88-820
E-Mail:
julius.appel@snt-ag.de
www.snt-ag.de

Kontakt für interessierte
Bewerber:
www.karriere.snt-ag.de
Tel.: 0800 7682433

**SNT auf der
CCW 2013:
Halle 2.1,
Stand A9/11**





Advertorial

TeleSys: Spezialist an der Schnittstelle Telekommunikation und Vertrieb mit Software für In- und Outbound

Branchenübergreifende Lösungen für Kampagnenmanagement, Unified Communication und Mehrwertlösungen zu Alcatel-Lucent-Telekommunikationsanlagen bietet die TeleSys Kommunikationstechnik GmbH auf der CCW 2013 an. Erstmals ist das Unternehmen als CallCenterPartner für die gesamte TK- und IT-Technik im LiveCallCenter auf der Kongressmesse vom 26.-28. Februar 2013 in Berlin verantwortlich und zeigt dort seine Lösungen im Praxiseinsatz.

„Dank unserer integrierten Sicht auf TK-Anlagen sowie Service- und Vertriebs-Prozesse haben wir eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen entwickelt, die unseren Kunden klare Prozessvorteile bringen“, sagt Produktmanager Jens Diekhoff. „Einfache und übersichtliche Anwendungen erleichtern den Mitarbeitern die Konzentration auf das, was beim Kundenservice wichtig ist – auf den Kunden. Unsere Lösungen setzen genau dort an. Wir bringen die Anforderungen der Agenten, die Erwartungen der Kunden am Telefon und die umfassenden Möglichkeiten der Alcatel-Lucent-Systeme punktgenau zusammen, um einen optimalen Service-Prozess zu gewährleisten.“

Unified Communication

Als Spezialist an der Schnittstelle von Geschäftsprozessen und Telekommunikationstechnik gehört die Einführung von Unified-Communication-Lösungen zu einem wachsenden Schwerpunkt von TeleSys: Die Verbindung von CRM-Systemen in der Cloud zum Beispiel mit einer klassischen Telefonanlage und einem proprietären ERP-System bietet den Einstieg in eine integrierte Sicht auf den Kundendialog, ohne lange Abschreibungsfristen bewährter Altsysteme zu gefährden oder aufwändige Migrationen anzustoßen. Eine Besonderheit des Unternehmens ist dabei, aus einer Prozess-Sichtweise heraus Schnittstellen zu schaffen, Daten zu analysieren, wo notwendig zu integrieren und so aufzubereiten, dass sie für die Kommunikation genutzt werden können.

Solchermaßen vorbereitet bekommt dann der Mitarbeiter bei der Entgegennahme eines Anrufs beispielsweise nicht nur den Namen des Anrufers, sondern auch gleich noch Bonität, Kreditrahmen und Ausnutzung desselben (aus dem ERP-System) angezeigt.

„Die Einführung von Unified Communication bringt deutliche Zeitvorteile für die Mitarbeiter und verschafft dem Kunden schon bei Gesprächsbeginn ein positives Serviceerlebnis. Gleichzeitig ist diese Einführung immer ein individueller Prozess, bei dem Geschäftsprozess und Datenbestand die Richtung vorgeben“, sagt Diekhoff. „Unified Communication ist ein Management-Thema und erst in zweiter Linie durch Technik getrieben.“



**TeleSys Kommunikations-
technik GmbH**
Industriering 14
96149 Breitengüßbach

Katharina Förtsch
Pressekontakt
Tel.: 09544 925128
katharina.foertsch@
telesys.de
www.telesys.de



Jens Diekhoff
Produktmanagement der
TeleSys Kommunikations-
technik GmbH

Tele Sys
Kommunikationstechnik GmbH

Neue Perspektiven durch neue Möglichkeiten!

CallCenterWorld 2013
vom 26. - 28.02.2013 in Berlin

Besuchen Sie **TeleSys** in **Halle 4 / G1**
& im **LiveCallCenter** by HCD

www.telesys.de



**TeleSys auf der
CCW 2013:
Halle 4,
Stand G1**



Advertorial

HCD plant live am Messestand und realisiert spürbare Ruhe im LiveCallCenter^{by} HCD



Jetzt Termin vereinbaren:
www.hcd-gmbh.de/ccw13



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

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

CCW 2013 – das heißt bei HCD, nicht nur Theorie vermitteln und über die eigenen Leistungen reden. Ruhe ist das Thema von HCD und wird theoretisch vermittelt, praktisch bewiesen und individuell geplant.

Ruhe ist mehr als „leise“

„Es ist zu laut, das Licht geht ständig an und aus, das Gewusel stört die Konzentration“ – Unruhe hat viele Dimensionen. Lärm ist nur eine davon. Um diese vielschichtige Herausforderung „Ruhe“ zu bewältigen wendet HCD das 3+1-Modell an, das in der Planung zukunftsfähiger Arbeitswelten im Kundendialog bewährt ist. Dabei geht es nicht nur um Gestaltung und Einrichtung, sondern auch um Technikeinsatz und Führungskompetenz. Denn Ruhe ist planbar.

Wie jeder Lärm zur Ruhe kommt!

Das ist der Titel des Vortrags zum Thema Ruhe. Am Dienstag, 26. Februar, 11.45 Uhr, im Messeforum in Halle 4 geht es um den Multichannel-Arbeitsplatz im Spannungsfeld von Konzentration und Kommunikation. Hier wird die Theorie vermittelt, die hinter der erfolgreichen Arbeit der Gestalter steckt.

PlanBar

Die PlanBar ist das Zentrum des HCD-Auftritts – auf dem Messestand an neuer Position in Halle 5, Stand A14, direkt gegenüber des LiveCallCenters^{by} HCD. Dort vermitteln die Gestalter erste Planungs-Anregungen für die Fläche eines Servicecenters – live mit den Plänen der Besucher vor Ort geplant. Wie das geht? Interessierte können ab sofort unter www.hcd-gmbh.de/ccw13 ihre Grundrisspläne einsenden und einen Termin für eine individuelle Planung auf der CCW 2013 vereinbaren. Heraus kommt eine konkrete Idee für Flächennutzung und Gestaltung.

LiveCallCenter^{by} HCD

Wie Ruhe ganz praktisch funktioniert, wie ein erstklassiges Servicecenter ganzheitlich geplant und umgesetzt wird, zeigt HCD im LiveCallCenter^{by} HCD. Das Ergebnis ist eine Arbeitswelt, in der die Service Professionals des LivePartners TUI Service selbst in der hektischen Messehalle konzentriert ihrer Arbeit nachgehen können. Das wollen Sie erleben? Dann melden Sie sich gleich für eine exklusive Führung für Servicecenter-Führungskräfte an: www.livecallcenter.de



HCD auf der
CCW 2013:
Halle 5/A14 und im
LiveCallCenter^{by} HCD

Bis 31.05.2013
zugreifen und
40% CCW-Messerabatt
sichern!

Eine CRM-Lösung, die auch ich verstehe!

Flexibel und einfach

- intuitive Benutzerführung
- vollständig durchgängiges Any-to-Any-Relationship-Modell
- einfache und kosteneffiziente Umsetzung durch programmierfreie Oberfläche
- vollständige Integration durch mitgelieferte Standardkonnektoren
- Drill-down-Dashboard – stets aktuelle Zahlen auf Knopfdruck

Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis

- Mehrfachnutzen über All-in-one-Nutzung
- Zero-Maintenance-Architektur
- 100 Prozent Verfügbarkeit auch bei Updates

CONTEAM:TEC | +49 6131 494-1421 | www.conteam-tec.de
Ihr Kontaktpartner Wolfgang Rensky freut sich auf Ihren Anruf.

CONTEAM : TEC



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

Die neuen Mitglieder des CCV: Herzlich willkommen!



Die Gesundheitskasse
für Sachsen und Thüringen.

AOK PLUS –
Die Gesundheitskasse für
Sachsen und Thüringen.
www.aokplus-online.de
Werner Neudecker



Unique Personalservice GmbH
Hamburg
www.unique-personal.de
Inger Bohn-Kummerer



Toll Collect GmbH
www.toll-collect.de
Marian Such



Unique Personalservice GmbH
Landau
www.unique-personal.de
Nicole Bode

Die Branche wächst.

Etwas langsamer.

**Die Branche wächst immer noch,
allerdings langsamer als in den
Jahren vor 2009.**

Die CCV Callcenter Branchen-Studie 2012 kommt nun zu dem Ergebnis, dass die Zahl der Beschäftigten nur um rund 20.000 auf 520.000 gestiegen ist – das entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von gerade einmal 1,3 Prozent pro Jahr. 200 neue Callcenter Einheiten hat die Studie gezählt. Die Branche wird – das zeigen die zahlreichen Ergebnisse der Studie eindeutig – ein neues Profil bekommen, einen neuen Zuschnitt.

Die Ergebnisse der CCV Branchen-Studie werden auf der CCW vorgestellt. Am Messestand des Call Center Verband Deutschland e.V. in Halle 4, Stand H18/J17 ist eine Zusammenfassung kostenfrei erhältlich. Ende März wird es dann



**CCV Callcenter Branchen-Studie 2012
Kernergebnisse**



eine dezidiertere Auswertung geben. Diese wird für Teilnehmer der Befragung und CCV Mitglieder kostenfrei erhältlich sein – für andere Interessierte fallen 99 € an. Die Vollversion der Studienauswertung samt Tabellenband ist ebenfalls ab Ende März erhältlich – für 299 € für CCV Mitglieder und Studienteilnehmer und 499 € für weitere Interessierte. Eine kostenfreie iPad/iPhone-App von b.telligent bietet darüber hinaus die Möglichkeit, in den Ergebnissen der Studie konkret zu recherchieren und eigene Benchmarks herauszufinden. Die App ist im App-Store zum Download erhältlich.

Termine

28.2.2013
Young Professionals
Messeforum, CCW, Berlin

4.3.2013
Workshop
„Social Media im
Kundenservice 2.0“
München

21.3.2013
Regionaltreffen Süd
Augsburg

11.4.2013
Vertiefungsworkshop
„Social Media und
Kundenservice 2.0“
Berlin

18./19.4.2013
CCV Frühjahrstagung
Berlin

6.6.2013
**Workshop „Social Media im
Kundenservice 2.0“**
Berlin

12.6.2013
Workshop
„Rechtliche Rahmenbedin-
gungen des Datenschutzes
und der Datensicherheit in
Social Media“
Berlin

20.6.2013
Regionaltreffen Süd
Amberg

Aktuelle Termine und Infos
über Inhalte und Anmeldung
finden Sie stets aktuell unter:
www.callcenter-verband.de