

# CCVNews

OKTOBER 2021

Ausgabe zur Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft

## ReDesign Work

Arbeiten an  
vernetzten  
Orten

Host

Home

Hood

**#25JahreCCV**  
Wie alles begann  
Statements

**INFOS AUS DER BRANCHE**  
Zukunft der Arbeit  
Folgen der Pandemie

**RECHT & REGULIERUNG**  
Bestätigungslösung  
Vier Jahre Große Koalition



# Rundum bessere Customer Experience

Nutzen Sie Messaging u.m. in digitalen Kanälen, bieten Sie Selfservice im Sprachkanal, schützen Sie Ihr Unternehmen vor Betrug – mit dialogorientierten KI-Lösungen von Nuance.



Finden Sie mehr Information:  
[www.nuance.de/enterprise](http://www.nuance.de/enterprise)  
Sprechen Sie uns an: [contact-dach@nuance.com](mailto:contact-dach@nuance.com)

# Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

der Call Center Verband Deutschland e. V. feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen.

Beinahe hätten wir unser eigenes Jubiläum vergessen – die Funktionsfähigkeit des Verbandes auch in einer Pandemie aufrecht zu erhalten, hatte unsere gesamte Aufmerksamkeit gebunden. Zum Glück haben wir den Fauxpas noch bemerkt und haben auch die Feierlichkeiten rechtzeitig auf unsere Agenda genommen, denn 25 Jahre sind definitiv ein Grund, zurück und nach vorne zu blicken, Erreichtes zu bewerten und die Zukunft zu gestalten.

Der CCV hat sich seit seiner Gründung von einer Netzwerkorganisation hin zu einem starken Branchenverband entwickelt. Wir werden heute nicht nur innerhalb der Branche, sondern auch seitens der Politik als „Die Stimme der Branche“ wahrgenommen und diese Stimme hat viel Gewicht.

Jeder Jahrestag ist auch Anlass, zurückzublicken und sich zu bedanken. Was vor 25 Jahren mit einer Vision begann, kann heute in der Realität wirken. Allen, die den CCV auf diesem langen Weg begleitet haben, sei an dieser Stelle gedankt. Der CCV würde heute in dieser Form nicht existieren, wenn nicht viele Wegbegleiter, insbesondere im Ehrenamt, großes Engagement für die gemeinsame Sache aufgebracht hätten – und dies bis heute tun. Bekanntlich wird nicht das Anfangen belohnt, sondern das Durchhalten. Ich bin sehr froh und dankbar, dem CCV heute als Präsident vorzustehen und diesen in einer guten Konstitution zu wissen.

Der CCV steht allerdings, wie viele Organisationen, vor einer entscheidenden Weggabelung seiner Evolution: Schaffen wir es, an Bedeutung für unsere Mitglieder und die Branche zu gewinnen, oder nimmt man unsere Stimme künftig immer weniger wahr? Durch die geplante Neuausrichtung des Verbandes ab Ende dieses Jahres können wir einen Weg einschlagen, den der gesamte Vorstand aus tiefer Überzeugung für den Richtigen hält: Wir wollen an Bedeutung und im Bestand wachsen.



Ich würde mich freuen, in 25 Jahren als Alt-Präsident ebenso stolz und zufrieden auf die letzten 25 Jahre zurück blicken zu können, wie es heute diejenigen tun können, die den Verband vor 25 Jahren gründeten. Dazu benötigt der Verband aber Ihre Mithilfe und genau das wünsche ich mir zu unserem Geburtstag: Lassen Sie unsere Branche und unsere Kräfte bündeln, dann können wir gemeinsam viel bewegen! In Zeiten, in denen sich Vereine und Vereinigungen immer geringerer Beliebtheit erfreuen, sollten wir uns die Bedeutung eines Branchenverbandes regelmäßig vor Augen führen: Wenn wir keinen zentralen Anlaufpunkt für Politik, Presse & Gesellschaft bilden, bildet sich die öffentliche Meinung ohne uns. Ich bin sehr stolz darauf, dass wir als Branchenverband mittlerweile zum gesetzten Ansprechpartner bei Branchenthemen geworden sind. Nicht verstehen kann ich insofern insbesondere die großen Player unserer Branche, die relativ wenig Engagement und Interesse an der Branche zeigen. Gerade die Großen sollten hier Verantwortung übernehmen und Flagge zeigen. Wir werden weiter daran arbeiten, den CCV auch in diesem Segment weiter wachsen zu lassen.

Meine Vorstandskollegen, unsere Geschäftsstelle, die vielen Ehrenamtlichen und ich freuen uns sehr, mit Ihnen persönlich im Rahmen der Jahrestagung am 18. und 19. November in Berlin auf unseren Geburtstag anstoßen zu können. Bis dahin wünsche ich Ihnen eine gute, gesunde und erfolgreiche Zeit!

Herzlichst,

Ihr Dirk Egelseer  
CCV-Präsident und Vorstand Recht & Regulierung

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)  
Gertraudenstraße 20 | 10178 Berlin  
Tel.: 030 / 2061328-0  
Fax: 030 / 2061328-28  
info@callcenter-verband.de  
www.callcenter-verband.de

### Verantwortliche Redakteurin:

Jördis Harenkamp

### Mitarbeit an dieser Ausgabe:

Sandra Fiedler, Constantin Jacob,  
Jördis Harenkamp  
**Auflage:** 600 Exemplare

### Konzeption und Gestaltung:

Pixelmachei (Service von ProCom-Bestmann GmbH & Co. KG)  
Hattenhäuser Weg 8 | 34311 Naumburg  
Tel.: 05625 / 9239728  
Fax: 05625 / 9239777  
info@pixelmachei.de  
www.pixelmachei.de

# INHALT



**Seite 6 – 8**  
ReDesign Work  
Arbeiten an vernetzten Standorten



**Seite 22 – 23**  
Ausbildung und Imagearbeit.



**Seite 26 – 28**  
Vier Jahre Große Koalition:  
Fazit aus Sicht der Branche.



**Seite 14**  
Hybrides Arbeiten, Digitalisierung und Künstliche  
Intelligenz – auch im Fokus der CCW 2022.



**Seite 24-25**  
Politischer Endspurt im Telekommunikations- und  
Datenschutzrecht



Seite 16 – 19

#25JahreCCV

Was bisher geschah ...

- 6 – 8** ReDesign Work – Arbeiten an vernetzten Standorten
- 10** Die Zukunft der Arbeit im Kundendialog ist ortsflexibel und hybrid. Mit Sicherheit.
- 11 – 12** Die Branche in Zeiten der Pandemie – CCV-Umfragen zu Corona und Homeoffice
- 13** HeadsetHelden 2022 – Jetzt dabei sein und anmelden
- 14** Hybrides Arbeiten, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz – auch im Fokus der CCW 2022
- 16 – 19** 25 Jahre CCV – Was bisher geschah ...
- 20** Der CCV – die starke Stimme der Branche
- 21** Unsere Mitglieder und Sponsoren über 25 Jahre CCV
- 22 – 23** Ausbildung und Imagearbeit. So wird's authentisch.
- 24 – 25** Politischer Endspurt im Telekommunikations- und Datenschutzrecht - CCV-Forderung erfüllt
- 26 – 28** Vier Jahre Große Koalition – Fazit aus Sicht der Branche
- 29** Sechs Gründe für Ihre Verbandsmitgliedschaft
- 30** Neumitglieder 2021 – Frischer Wind im CCV
- 31 – 37** ADVERTORIALS: Was die Branche bewegt

**Informationen zur Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft und zur CCV-Mitgliederversammlung 2021 finden Sie in der CCVEvent (Reverse Cover dieser CCVNews).**

# REDESIGN WORK

## Arbeiten an vernetzten Standorten

VON SANDRA UND MICHAEL STÜVE, HCD GMBH



Host: Die Zukunft der repräsentativen Zentrale.

**V**iele Arbeitsplätze wird es in der Zukunft so nicht mehr geben. Und das ist auch gut so.

Nach einem Jahr Corona-Pandemie ist die HCD Planungsgesellschaft der Frage nachgegangen, welchen Anteil die Pandemie und die vielen kurzfristigen Maßnahmen in der Arbeitswelt durch die Pandemie an einer langfristigen Veränderung haben. Ist jetzt die Zeit für New Work gekommen? Werden die Mitarbeiter:innen nun von den Fesseln langweiliger, schlecht gemachter Großraumbüros oder der Haltung in kooperationsfeindlichen Einzelbüros befreit? Oder ist die Reaktion der Arbeitswelt auf die Pandemie nur ein kurzfristiges Aufflackern neuer Möglichkeiten, die aber schnell wieder zum Opfer des tradierten Trosts werden?

HCD hat sich auf die Suche gemacht nach den langfristigen, empirisch belegten Entwicklungslinien der Arbeitswelt. Unzählige Studien und die eigenen Erfahrungen aus der

Entwicklung wertschätzender, wirtschaftlicher und visionärer Arbeitswelten sind eingeflossen. Denn eine Keimzelle der neuen Arbeitskultur ist der Kundenservice. Hier arbeiten dialogstarke Teams immer schon mit klarem Fokus auf den Menschen. Herausgekommen ist eine Meta-Studie, die langfristige Trends und Handlungsmöglichkeiten für das Management darstellt.

Aus der Perspektive der Arbeitgeber:innen und des Managements betrachtet, zeigt sich eine neue Menschlichkeit. Da wo vorher Zahlen im Mittelpunkt standen, sind heute Menschen mindestens ebenso wichtig geworden. Natürlich geht es darum, die Ressource Mitarbeiter:innen so effizient und zielführend wie möglich einzusetzen. Dazu gehört aber auch, dass diese Mitarbeiter:innen die Arbeitswelt vorfinden, die sie maximal produktiv macht. Im Büro genauso wie im Homeoffice. Es menschelt im Management. Das ist eine schöne Entwicklung, die Wertschätzung steigt.



„Agilität und New Work werden die Arbeit der Zukunft ausmachen.“

– SANDRA STÜVE

Gerade in den hektischen Zeiten der ausklingenden Pandemie ist jede Prognose mit Vorsicht zu genießen. Doch die postpandemische Arbeitswelt wird langfristige Entwicklungen, die sich schon seit vielen Jahren abzeichnen, widerspiegeln. Neue, agile Führungskonzepte werden die Zukunft genauso bestimmen, wie die Arbeit an verschiedenen Orten. Dazu zählt das Homeoffice, der wohnortnahe Satellit und die Zentrale.

Die vorliegende Meta-Studie stellt die wichtigsten Entwicklungslinien der Arbeitswelt anhand ausgewählter Studien zu Homeoffice, Work-Life-Balance, Management & Führung, agilen Organisationen, Demografie, Gewerbeimmobilien und IT-Outsourcing in einen Zusammenhang und entwirft eine Arbeitswelt mit den drei Arbeitsorten Host, Hood und Home, die als Antwort auf diese Trends verstanden werden. Dabei stellt diese Studie den Kundenservice als Quelle und Vorreiter einer neuen Arbeitskultur in den Mittelpunkt. Hier wird seit je her mit starkem Fokus auf den Menschen gearbeitet – auf Kund:innen wie auf Mitarbeiter:innen gleichermaßen. Die Corona-Pandemie hat viele Entwicklungen beschleunigt und an einigen Stellen transparenter gemacht. Sie ist allerdings nicht Ursache dieser Veränderung. Nur zwei Punkte soll dieser Artikel herausgreifen: die Akzeptanz und Verbreitung von Homeoffice und die neue Freiheit des agilen Arbeitens.

### Homeoffice

Das Arbeiten im Homeoffice wird in Deutschland ein langfristig wirksamer Trend sein. Laut der Studie „Arbeiten in der Corona-Pandemie – Leistung und Produktivität im ‚New Normal‘“ des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation bestätigten 71,2 Prozent der Befragten, dass sie nach der Corona-Pandemie mehr Homeoffice oder mobiles Arbeiten anbieten werden als vor der Krise.

Dennoch gilt: Das alleinige „Abschieben“ der Mitarbeiter:innen ins Homeoffice ist wenig sinnvoll, die Anbindung an die Arbeitgebermarke leidet langfristig, die Identifikation mit dem Unternehmen und der Austausch mit den Kolleg:innen ist schwerer als vor Ort. Wichtig ist und bleibt: Die Arbeitgeber:innen tragen für den Fall des Homeoffice die volle Verantwortung für den Arbeitsplatz – von der ergonomisch sinnvollen Ausstattung bis hin zur datenschutzrechtlich einwandfreien Anbindung der Mitarbeiter:innen.

Letztlich ist die Verbindung von mehreren Arbeitsorten nicht nur wirtschaftlich für die Mitarbeiter:in und die Arbeitgeber:in sinnvoll: Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Mitarbeiter:in sinkt



Hood: Kleinere Einheiten erhöhen die Resilienz und schaffen neue Urbanität.

durch kürzere oder keine Pendelwege. Und bei wachsendem Druck auf den Arbeitsmarkt angesichts anhaltender Vollbeschäftigung ist der Gewinn an Lebenszeit durch weniger Pendeln im War for Talents ein echtes Argument.

### Agile Working

Neue Führungsansätze spiegeln deutlich die Grundbausteine der Agile Work Methoden wider. Agiles Arbeiten ist nicht mehr nur ein Buzzword, sondern wird aktiv in Unternehmen eingeführt und sorgt für große Begeisterung. In einer Studie des Bundesverbandes der Unternehmensjuristen gaben 59,6 Prozent der Befragten an, dass agile Arbeit die betrieblichen Prozesse optimieren wird. Zudem war jeder Zweite der Meinung, dass diese Verbesserungen sich positiv auf Motivation und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter:innen auswirken werden. Die Anfänge einer agilen Transformation sind in vielen Unternehmen zu sehen. In einer Lünendonk Studie zum Thema Scalable Agility gaben 65 Prozent der Befragten an, dass ihr Unternehmen zumindest teilweise agile Methoden anwendet. Zudem werde etwa jedes dritte Projekt aktuell mit Hilfe von agilen Methoden umgesetzt.

Für die Selbstorganisation eines Teams braucht es neue Kommunikationsräume: Stand-up Meetings sind meist auf 15 Minuten limitiert und werden im Stehen durchgeführt – ein Besprechungsraum ist die falsche Kulisse dafür. Kommunikationszonen mit Visualisierungsmöglichkeiten müssen dafür vielmehr in direkter Nähe zu den Arbeitsplätzen entstehen.

Mit dem Aufkommen der Diskussion über Agilität ist ein buntes Potpourri von „agilen Möbeln“ auf den Markt gekommen. Dieses

Angebot darf nicht darüber hinweg täuschen, dass eine agile Organisation zunächst agile Arbeitsweisen benötigt. Mobiliar kann das notwendige Mindset weder ersetzen noch herbeiführen. Die Transformation braucht vielmehr einen strukturierten, smarten Prozess. Startpunkt der Transformation einer Organisation ist der handelnde Mensch. Gemeinsam müssen Prozesse der Zukunft definiert, Führungsmodelle ausgehandelt werden. Hier helfen Erfahrung in der Service-Gestaltung, Wissen um agile Methoden und Führungserfahrung. Wer die Transformation als Reise begreift, beginnt mit einer gemeinsamen Festlegung von Reiseziel und Reiseweg. Daran entlang gestaltet sich dann die detaillierte Routenplanung – inklusive der Planung und Umsetzung einer Arbeitswelt, die zu Menschen und Prozessen gleichermaßen gut passt.

In ihrem Zentrum steht dann auch weiterhin der Arbeitsplatz der einzelnen Mitarbeiter:innen: Das erprobte Prinzip des HCD Private Place bietet Kollaboration, Kommunikation und Konzentration an einem Platz. Das ist die Basis.

Drei Arbeitsorte werden in der Zukunft parallel ihre Berechtigung entwickeln – mit unterschiedlichen Aufgaben und Schwerpunkten:

### Host: Die Zukunft der repräsentativen Zentrale.

Die Zentrale wird auch in der Zukunft der sinnstiftende Hort der Arbeitgebermarke sein. Dieser Host schafft Identität, ist attraktiv und imagebildend so wie bei der Volksbank Tirol. Aber die Zeit der seelenlosen Großraumbüros, die sich an den Rändern der Großstädte aneinanderreihen, ist vorbei. Flächenvorgaben für den einzelnen Arbeitsplatz lassen sich

durch die Kombination von Host und Homeoffice und die flexible Nutzung von Flächen intelligenter umsetzen als durch das dichte Platzieren von kleinen Arbeitsplätzen in Reih und Glied. Die Bank kann so einerseits strenge Quadratmeter-Vorgaben erfüllen und andererseits die Bank-Zentrale zum kreativen Arbeitsort und Treffpunkt für Mitarbeitende und zum offenen Servicepoint für Kunden entwickeln. Hier wird die Marke erlebbar – für Mitarbeitende und Kunden. Gleichzeitig wird ein echtes Omnichannel-Konzept am Standort realisiert: vom Chat über Video bis hin zur Präsenzberatung.

### Hood: Kleinere Einheiten erhöhen die Resilienz und schaffen neue Urbanität.

In der Nachbarschaft der Mitarbeitenden sorgen wohnortnahe Arbeitsstätten für die perfekte Verbindung von Familie und Beruf: Die Arbeitsmöglichkeit in der eigenen „Hood“. Ohne lange Pendelwege und in direkter Nähe zu Schule oder Kita finden Mitarbeitende alle Infrastruktur vor, die sie für ihre Arbeit benötigen. Gleichzeitig bieten ein Café und eine Eventfläche in ehemals ungenutzten Immobilien neue, attraktive Anlaufpunkte für



Homeoffice: Fester Bestandteil der Arbeitswelt – wenn es gut gemacht ist.

zukünftige Mitarbeitende und Kunden. Auch städtebaulich überzeugt dieses Konzept auf ganzer Linie, weil ein markengetriebener Anziehungspunkt, ein Treffpunkt für Menschen, entsteht. Das positioniert die Arbeitgebermarke in der Fläche.

### Homeoffice: Fester Bestandteil der Arbeitswelt – wenn es gut gemacht ist.

Und natürlich wird das Homeoffice auch in der Zukunft einen hohen Stellenwert für viele haben. „Coole Module“ für das Zuhause schaffen die Verbindung zur Arbeitgeber:in – funktional durch optimale IT-Anbindung und emotional durch außergewöhnliches Design passend zur Markengestaltung der Arbeitgeber:in. Dass das Homeoffice außerdem allen rechtlichen und ergonomischen Anforderungen gerecht wird, ist selbstredend. Die Module des Homeoffice integrieren sich in die unterschiedlichen Lebenswelten der Mitarbeitenden – vom Officetainer im Garten bis zum smarten Sekretär oder Sessel im richtigen Corporate Design.

### Die Transformation beginnt

Wer der Veränderung jetzt den richtigen Schub geben will, muss die arbeitenden Menschen mitnehmen, braucht einen Profi für das Change Management, für Architektur, Bau und IT. Die richtigen Standorte und Immobilien für Host oder Hood sind vorhanden, die coolen Module für das Homeoffice auch. Wichtig ist, die Menschen-Zentriertheit der aktuellen Zeit aufzunehmen, gut zuzuhören und gemeinsam mit den Mitarbeitenden eine individuelle Arbeitswelt ganzheitlich zu entwickeln – mit der Möglichkeit verschiedener Standorte, aber immer mit dem verbindenden Element einer gemeinsamen Qualitäts- und Serviceorientierung. Dazu gehört zuerst, Veränderungsprozesse als solche anzuneh-

men, Arbeit und Prozesse intensiv zu analysieren, die neue Arbeit optimal zu planen und später auch über die Einführung von Konzepten wie Feel-Good-Management nachzudenken.

Für die Umsetzung – gleich ob Host, Hood oder Home – gelten alle Grundsätze der HCD Matrix, die die Abhängigkeit der einzelnen Projektschritte voneinander und der einzelnen baulichen Gewerke untereinander beschreibt. Dabei ist es unerheblich, ob es um die Entwicklung des einzelnen Moduls für das Homeoffice oder die Entwicklung einer Unternehmenszentrale geht. In der Umsetzung gilt es dann Arbeitsprozesse und die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen zu analysieren, um gemeinsam den Arbeitsplatz in der neuen Arbeitswelt zu entwickeln und umzusetzen.

So entsteht eine neue, dezentrale Heimat für dialogstarke Teams. Ein neuer Nährboden, auf dem dann agile Organisationen leben und wachsen können.



„ Nur die ausführliche Prozess-Analyse führt zu einer wirtschaftlichen Arbeitswelt – dank passender Remote-Quote und optimaler Gestaltung der Standorte.

– MICHAEL STÜVE

### ReDesign Work

Die komplette Studie steht kostenfrei zum Download zur Verfügung:

[www.hcd-gmbh.de/studie](http://www.hcd-gmbh.de/studie)



# INFOS AUS DER BRANCHE

Alles aus erster Hand



# Die Zukunft der Arbeit im Kundendialog ist ortsflexibel und hybrid.

Mit Sicherheit.

**E**s ist noch gar nicht so lange her, als „Homeoffice“ in den meisten Unternehmen noch völlig ausgeschlossen war. Laut Bitkom Studie wollten, konnten oder durften über 80 Prozent aller Erwerbstätigen nicht - noch nicht einmal zeitweise - von Zuhause aus arbeiten. Die Pandemie und die damit verbundene „Homeoffice Pflicht“ haben das Verhältnis nahezu umgekehrt. Die Mehrheit der Erwerbstätigen hat ganz oder zeitweise im Homeoffice gearbeitet. Das betrifft auch die gesamte Contact Center Branche. Homeoffice geht nicht? Geht doch!

Vor allem in innovativen Unternehmen hat das dezentrale Arbeiten eine langjährige Tradition als Teil der reaktionsfähigen und modernen Betriebsstruktur. Hierbei ermöglichen Unternehmen ihren Beschäftigten alternierend sowohl das dezentrale Arbeiten im Homeoffice als auch das zentrale Arbeiten in der Präsenzfläche – alias „hybride Organisation“.

Von hybriden Betriebsstrukturen profitieren Kundenservice Center Betreiber, deren Auftraggeber und Beschäftigte gleichermaßen. Starre, monolithische Präsenz Center wandeln sich zu flexiblen und dezentralen Einheiten. Call Center Agent:innen fahren nicht mehr auf eigene Kosten in Großraumbüros, sondern bedienen die Anrufer im eigenen Zuhause. Unternehmen vergrößern so das Einzugsgebiet für ihr Recruiting und erschließen sich skalierbare Ressourcen. Auftraggeber profitieren von motivierten Beschäftigten und steigender Flexibilität - beispielsweise, um Peaks aufzufangen oder Spezialwissen anzubieten. Soweit die Theorie. Die pandemiebedingte Praxisrealität hat in vielen Service Centern jedoch deutliche Defizite, fehlendes Verantwortungsbewusstsein und Hau-Ruck-Strukturen sichtbar werden lassen, die zu Lasten der Sicherheit der Kundendaten gehen.

Unter dem Deckmantel der „temporären Ausnahmesituation“ haben nur wenige Service Center sichere und datenschutzkonforme Remote Work Strategien umgesetzt, während Auftraggeber bei der Zusammenarbeit mit Outsourcing Partnern und Auftragsverarbeitern in Sachen Datensicherheit und Daten-



Hybride  
Organisations-  
struktur

schutz mindestens ein Auge zuge drückt haben. Im Ergebnis wurden im Homeoffice die für IT-Sicherheit und DSGVO erforderlichen Mindeststandards, obgleich der erhöhten Risiken des Datendiebstahls und der Cyberangriffe nicht bedacht, in falscher Sicherheit wiegend unterbewertet und bewusst ignoriert. Auf dem Spiel stehen neben der Reputation, finanzielle und rechtliche Risiken und nicht weniger als das substantielle Vertrauen der Kunden in die Qualität und Seriosität der deutschen Customer Care Center Landschaft.

Umso mehr sind Contact Center und Auftraggeber nun gefordert, „Provisorien“ konsequent und wirksam abzulösen und eine langfristig ausgerichtete Remote Work Strategie zu etablieren, Betriebsstrukturen zu schaffen, die flexible Arbeitsorte ermöglichen, das betriebswirtschaftliche Potenzial hybrider Strukturen erschließen und die Sicherheit der Kundendaten gewährleisten. Die hybride Organisation ist das „New Normal“ im Customer Care!

Über den Autor:



Thomas Dehler ist Gründer und Geschäftsführer der GEFTA mbH, die Unternehmen bei der Professionalisierung von dezentralen Arbeitsstrukturen begleitet. Als Remote Work Pionier gibt er seine Praxis-Erfahrung aus über 20 Jahren weiter, so auch bei der Jahrestagung der Call- und Contactcenter-Wirtschaft 2021.

Kontakt:

Thomas Dehler, Geschäftsführer  
**GEFTA Gesellschaft für Telearbeit mbH**  
Charlottenstraße 16, 10117 Berlin  
Tel.: 030 408171 450  
E-Mail: [info@gefta.eu](mailto:info@gefta.eu)  
Web: [www.gefta.eu](http://www.gefta.eu)

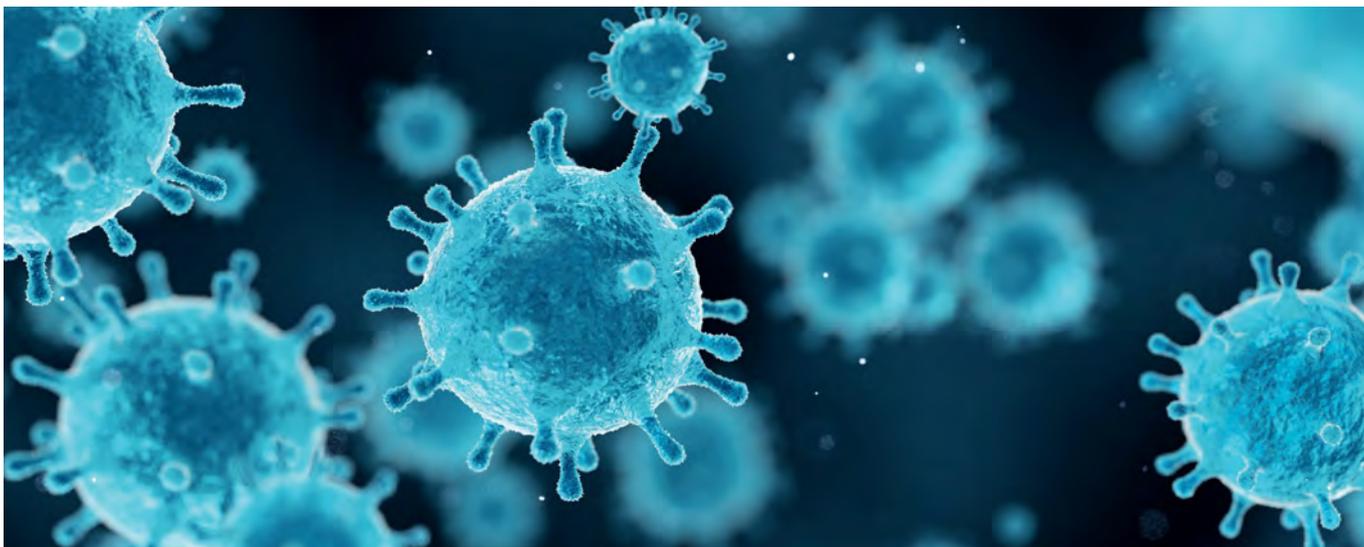


Sie wünschen einen kostenlosen, persönlichen Austausch? Buchen Sie [hier](#) oder über den QR-Code Ihren Wunschtermin.



# Die Branche in Zeiten der Pandemie

## CCV-Umfragen zu Corona und Homeoffice



**A**m 31. Dezember 2019 wurde die Weltgesundheitsorganisation WHO über eine Reihe ungewöhnlicher Fälle von Lungenentzündung in der chinesischen Stadt Wuhan informiert. Am 7. Januar 2020 gaben die chinesischen Behörden bekannt, dass es sich offenbar um ein neuartiges Coronavirus handelt. Zum damaligen Zeitpunkt war Corona für die meisten Menschen ein noch sehr weit entferntes und kaum greifbares Thema. Die ersten Meldungen liegen fast zwei Jahre zurück. Was ist zwischenzeitlich passiert?

Die Entwicklung von COVID19 und die Pandemie haben in den letzten nun fast zwei Jahren zu Veränderungen in allen Teilen des Lebens beigetragen. So richtig spürbar waren die Auswirkungen im Frühjahr 2020. Bereits in den Anfängen der Pandemie haben wir uns als Verband sehr stark mit den veränderten Rahmenbedingungen und den Auswirkungen für unsere Branche beschäftigt.

### Branchenbefragungen des CCV

Im Sommer 2020 haben wir Unternehmen unserer Branche dazu befragt, wie sie mit der neuen Situation umgehen und welchen Einfluss die Pandemie auf ihr Geschäft hat. 175 Branchen-Teilnehmer beteiligten sich, die Hälfte davon waren Call- und Contactcenter. Die Umfrage hat bereits im letzten Jahr deutlich gemacht, dass drei Viertel der befragten

Unternehmen nur bedingt oder gar nicht auf die neue Situation vorbereitet waren. So gaben zum damaligen Zeitpunkt 42 Prozent der befragten Unternehmen an, dass sie zu Beginn der Pandemie über keine Konzepte für die Arbeit im Homeoffice verfügt haben, 10 Prozent der Unternehmen waren hier im Planungsstadium. Dennoch waren bei 39 Prozent der befragten Unternehmen fast 90 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in kürzester Zeit im Homeoffice. Anfang Juli waren nach unserer Erhebung bei 72 Prozent der Call- und Contactcenter 70 Prozent der Mitarbeiter im Homeoffice.

Ein Jahr später haben wir in einem zweiten Durchlauf erneut die Fach- und Führungskräfte zu der Entwicklung in den letzten Monaten befragt. Hier beteiligten sich 90 Unternehmen, 78 davon Call- und Contactcenter.

### Neue Normalität hat sich eingespielt

Ein Vergleich der Feedbacks aus den letzten beiden Jahren zeigt, dass sich hier eine gewisse Normalität eingespielt hat. Die Unternehmen grundsätzlich, das Management aber auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich mit den neu geschaffenen Rahmenbedingungen arrangieren können.

Bei der Befragung im Frühsommer 2021 gaben 39 Prozent der befragten Unternehmen an, dass immer noch alle Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter dauerhaft im Homeoffice beschäftigt sind. Der größte Teil der Unternehmen setzt auf einen Hybrid-Ansatz. Hier wechseln die Beschäftigten beispielsweise tageweise (12 Prozent) oder wochenweise (16 Prozent) zwischen Büro und Homeoffice.

Mittlerweile hat sich die dauerhafte Zusammenarbeit in virtuellen Teams oder zumindest der Hybrid-Ansatz in vielen Unternehmen etabliert.

„ Bei fast 40 % der Befragten arbeiten immer noch alle Mitarbeitenden im Homeoffice.

### Produktivität und Krankenstand im Homeoffice? Kein Problem!

Zur Produktivität haben 45 Prozent der Befragten angegeben, dass diese in den Teams unverändert geblieben ist, nur 12 Prozent der Unternehmen verzeichneten in den letzten Monaten eine gesunkene Produktivität ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bei 17 Prozent der Teams ist die Produktivität sogar gestiegen.



Ein deutlicher Trend lässt sich bei der Betrachtung der Mitarbeiterzufriedenheit erkennen. So gaben 45 Prozent der Unternehmen an, dass die Mitarbeiterzufriedenheit messbar gestiegen sei. Bei nur 10 Prozent der Firmen konnte eine Verschlechterung der Mitarbeiterzufriedenheit identifiziert werden. Bei 42 Prozent der Unternehmen sind die Ergebnisse der Mitarbeiterzufriedenheit gleichbleibend im direkten Vergleich mit dem Vorjahr.

„ Bei fast der Hälfte der Unternehmen stieg die Mitarbeiterzufriedenheit.

Ein ebenfalls deutlicher Trend lässt sich bei der Entwicklung der Krankenstände erkennen. Auch hier geben 54 Prozent der befragten Fach- und Führungskräfte an, dass der Krankenstand im Unternehmen in den letzten Monaten gesunken ist. Nur bei 5 Prozent der Unternehmen ist ein Anstieg der Krankentage verzeichnet worden.

**Recruiting wird hybrid**

Auch im Recruiting haben die letzten Monate dazu beigetragen, dass viele Unternehmen ihre Prozesse dementsprechend umgestellt haben. So setzen 18 Prozent der Befragten auf ein 100% virtuelles Bewerbungsverfahren. Bei 47 Prozent der Unternehmen wird auf einen Hybrid-Ansatz bestehend aus Online-Meetings und einem Kennenlernen vor

Ort gesetzt. Nur noch 9 Prozent der Unternehmen führen ausschließlich persönliche Interviews vor Ort durch.

„ Weniger als 10 % der Branche bleiben bei persönlichen Bewerbungs-Interviews im Office.

**Pandemie als Herausforderung und Chance**

Für viele Wirtschaftszweige hat die Pandemie in den letzten Monaten entweder zu großen Herausforderungen oder zu ganz neuen Chancen geführt. Als Dienstleistungsbranche arbeiten wir mit unseren über 560.000 Beschäftigten für Unternehmen und Auftraggeber aus allen Zweigen der Wirtschaft. Entsprechend divers verteilen sich die Rückmeldungen der Befragten zu den wirtschaftlichen Einflüssen auf das eigene Unternehmen.



In der zuletzt durchgeführten Befragung haben 29 Prozent angegeben, dass sie in den letzten Monaten Umsatzeinbrüche verzeichnet haben, bei 12 Prozent ist das Unternehmen in der aktuellen Situation immer noch gefährdet. Auf der anderen Seite konnten 24 Prozent der Unternehmen steigende Umsätze verzeichnen. Die Treiber waren hier insbesondere die Anzahl gesteigerter Bestellungen im Versandhandel und die damit verbundenen höheren Kontaktvolumina im Customer Service der Distanzhändler.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen spiegeln sich auch bei den in Anspruch genommenen Möglichkeiten der Kurzarbeit wieder. Bei 27 Prozent der Unternehmen wurde in den letzten Monaten Kurzarbeit angeordnet, bei 46 Prozent der Unternehmen wurde weder Kurzarbeit angeordnet noch ist dies zukünftig geplant. Staatliche Coronahilfen wurden nur von 13 Prozent der Befragten in Anspruch genommen.

„ Kurzarbeit bei weniger als einem Drittel der Branche.

Die aktuelle Entwicklung lässt hoffen, dass sich mit dem Jahr 2022 auch etwas mehr Normalität in den Unternehmen unserer Branche einpendelt und es ein Stückchen mehr in Richtung der alten und vielleicht teilweise vergessenen Normalität geht.

In einigen Bereichen werden die vergangenen Monate aber zu einer dauerhaften Veränderung der Arbeitswelt beitragen – die Arbeit im Homeoffice und in virtuellen Teams hat sich erfolgreich etabliert und wird auch weiter in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen – für die Unternehmen, aber auch insbesondere für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Ergebnisse der CCV-Umfragen zum Thema Corona finden Sie hier: <https://callcenter-verband.de/publikationen/studien/ccv-umfrage-zum-thema-corona/>.

Benjamin Barnack,  
CCV-Vorstand Mitglieder & Neue Medien  
mitglieder@callcenter-verband.de



# HeadsetHelden 2022

## Jetzt dabei sein und anmelden

**Immer noch beflügelt durch den CCV-Sonder-Award 2019 für Imagearbeit wollen wir jetzt der Welt zeigen, dass wir verdammt stolz darauf sein können, in einer so vielseitigen Dienstleistungsbranche arbeiten zu dürfen, wie in der der Contactcenter. Und dabei ist es völlig egal, ob es Kontakt-, Kundenservice- oder Callcenter genannt wird. Fakt ist, dass zu jeder Tages- und Nachtzeit, an 365 Tagen im Jahr, Menschen an der anderen Seite der Telefonleitung erreichbar sind, um Anrufern zu helfen. Sie unterstützen, klären auf, nehmen Bestellungen entgegen, erleichtern uns allen den Alltag und ja, sie retten Leben!**

Ich möchte alle Teamverantwortlichen für Telearbeitsplätze in den Unternehmen aller Branchen herzlich bitten, die Kampagne HeadsetHelden 2022 durch die Teilnahme von einem oder mehreren 3er-Teams, zu unterstützen.

„HeadsetHelden – und stolz darauf!“ lautet der Slogan. Für jede:n Teilnehmer:in am Wettbewerb gibt es dieses Mal ein tolles, sehr hochwertiges HeadsetHelden Shirt von TRIGEMA.

Lassen Sie uns gemeinsam stolz darauf sein, dass genau die Gesellschaft, die immer nur die negativen Schlagzeilen aus der CC-Welt verbreitet, ohne die Dienstleistungen, die die HeadsetHelden Tag ein Tag aus am Telefon vollbringen, nicht mehr lebensfähig wäre.

Was würde passieren, wenn nichts mehr passiert? Wie oft nutzen wir alle – auch diejenigen, die ein Kundenservicecenter immer nur mit Abzocke in Verbindung bringen, tagtäglich telefonische Hilfe?

Wer schon mal Probleme beim Einrichten von Software oder technischen Geräten hatte, schon mal nachts im Winter auf der Autobahn

liegendeblieben ist, den letzten Flug im Nirgendwo verpasst hat, oder einfach nur jemanden brauchte zum Reden, um nicht durchzudrehen, weiß wovon ich rede, wenn ich behaupte, dass ohne die Heldinnen und Helden am Telefon nichts mehr ginge.

Mir ist es selbst passiert: Am Heiligen Abend noch schnell in die Reinigung, dann die Tochter abholen und fix nach Hause zum Rest der Familie. Der Weg über die Autobahn ist schneller – kaum ein paar Kilometer gefahren, ein dumpfer Schlag, alles piepst und blinkt, im Display steht „Druckverlust – sofort anhalten!“ Wir haben es noch auf den nächsten Parkplatz geschafft. Es war kalt und regnerisch. Der Reifen war hin. Selber wechseln kann man ja heute auch nicht mehr. Also haben wir den Pannenservice des Autoherstellers gerufen. Was soll ich sagen? Ich habe mich selten so gut und sicher aufgehoben gefühlt, wie mit der netten Dame am Telefon. Sie hat sich nach unserem Wohlbefinden erkundigt, gefragt, ob wir in einer verkehrssicheren Position sind, ob unser Akku noch hält, damit sie uns weiterhin erreichen kann, und und und. Wir wussten immer genau, wie lange es noch dauern würde, bis Hilfe eintrifft. Wir wussten, dass wir sicher nach Hause zum Weihnachtsfest kommen würden und dass es uns gut ging. Dafür kann ich nur immer wieder danken.

In diesem Sinne freue ich mich auf eine grandiose Fortsetzung der HeadsetHelden in 2022.

Ihr und Euer

Jens Bestmann

Alle Informationen und den Link zur Anmeldung hier:  
[www.headsethelden.de](http://www.headsethelden.de)

# Wie geht es für die Branche weiter nach der Pandemie?

## Hybrides Arbeiten, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz – auch im Fokus der CCW 2022



**B**ei aller Digitalisierung: Menschen persönlich zu treffen, Gedanken auszutauschen, Ideen zu entwickeln – das kann eben kein Teams-Meeting ersetzen. Umso mehr haben viele 2021 die CCW vermisst. Welche Themen 2022 auf der Kongressmesse diskutiert werden, darüber haben wir mit Daniela Bopp, Kongressmanagerin beim CCW-Veranstalter Management Circle, gesprochen.

Liebe Frau Bopp, immer mehr Menschen sind geimpft, die Fallzahlen sinken. Langsam kehren die Arbeitnehmer wieder an ihre Arbeitsplätze zurück. Was denken Sie, wie es in den Unternehmen jetzt weitergehen wird?

Da fallen mir gleich die Worte ein, mit denen einer unser CCW-Referenten, Uwe Richter, Director Customer Service bei HSE, seine aus dem Homeoffice zurückkehrenden Kolleginnen und Kollegen begrüßte: „Jetzt ist es Zeit, wieder an die Kulturtankstelle zu fahren, aufzutanken und gemeinsam nach vorne zu schauen!“

Vierelorts, wie auch bei HSE, wird es nun hybrid weitergehen. Unsere Referentinnen von OTTO oder N26 stellen die Frage, wie hierbei Onboarding und Coaching aussehen werden. Es gibt technische Lösungen – ein KI-basierter digitaler Coach beispielsweise. Doch ich habe

natürlich auch schon Gegenstimmen gehört: Nur im persönlichen Kontakt erfahre man, wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ticken und sie gefördert werden können. Das ist eine spannende Diskussion. Deshalb freue ich mich auf die CCW, um beide Seiten auf dem Prüfstand zu erleben.

**Auch abgesehen von Homeoffice war das vergangene Pandemie-Jahr für viele Unternehmen herausfordernd. Ist der technische Fortschritt in den Contact Centern dadurch ins Stocken geraten?**

Nein, das denke ich nicht, eher im Gegenteil. Im Bereich Digitalisierung hat sich das Innovationstempo enorm beschleunigt. Hier stellt die CCW in Kongress und Messe einige beeindruckende Beispiele aus der Praxis vor – Unternehmen, die gerade in der Krise zu Höchstform aufgelaufen sind, und Lösungsanbieter, die mit einfachen technischen Mitteln ihre Kunden befähigt haben, auch in der Krise ihr Business erfolgreich fortzusetzen und zum Beispiel den Außendienst auch dauerhaft nach drinnen zu verlegen.

**Welche Themen sollten Entscheider im Kundendialog Ihrer Meinung nach also als nächstes angehen?**

Das Thema „Künstliche Intelligenz“ wird uns nicht so schnell loslassen. Wir werden dazu

einige interessante Anwendungsfälle auf der CCW 2022 kennen lernen, zum Beispiel den der DNB Bank aus Oslo. Wer sich noch mehr zum Thema Künstliche Intelligenz informieren möchte, dem lege ich einen Besuch der nagelneuen KI-Konzeptfläche „World of AI“ im CCW-Messebereich ans Herz.

**Auf welches CCW-Highlight freuen Sie sich nächstes Jahr am meisten?**

Zunächst einmal freue ich mich natürlich, alle aus der Branche wiederzusehen! Für die Besucherinnen und Besucher wird es einige neue Formate in Messe und Kongress zu entdecken geben. Sehr gespannt bin ich zudem auf den neuen Award – den „European Customer Champion“ – kurz EUROCC. Wir haben bereits einige großartige Bewerbungen eingesammelt und freuen uns sehr, diesen im März 2022 endlich die große Bühne bieten zu können.



Daniela Bopp ist Senior Kongressmanagerin beim CCW-Veranstalter Management Circle AG



[www.ccw.eu](http://www.ccw.eu)

# INFOS AUS DEM VERBAND

Aktuelles vom CCV



# #25JahreCCV Was bisher geschah ...



## 1995

Gründung als Call Center Forum Deutschland e. V.



## 2000

Delegationsreise mit dem Bayerischen Wirtschaftsministerium in die USA nach Atlanta und Charlotte

„Faire Chance mit Handicap“ Vorläufer des AK Inklusion; Pressekonferenz mit Bundesarbeitsminister Riester als Schirmherrn, Thomas Zacharias (damals CEO Camelot AG) als Hauptsponsor.



## 2007

Umzug der CCF-Geschäftsstelle von Saalfeld nach Berlin

Start des Ausbildungsberufes Kauffrau-/Mann für Dialogmarketing



Erste CCF-Broschüren: „Call Center erfolgreich optimieren“ und „Call Center erfolgreich betreiben“

## 1999

Erste Call Center World

## 2001

Erste eigene Präsenz des CCF auf der Call Center World

## 2002

Einführung Quality Award



## 2008

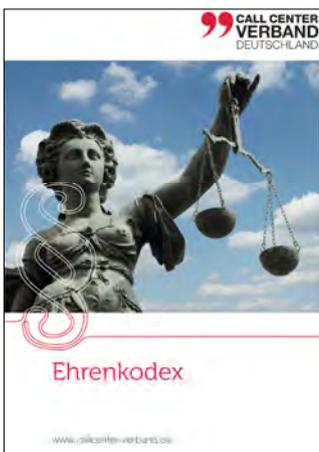
CCF-Pressereise



Anschluss der Arbeitsgemeinschaft Berliner & Brandenburger Call Center e. V. (ABCC) an den CCF

# 2009

CCV-Ehrenkodex



§ **Novelle Telekommunikationsgesetz (TKG)**

# 2010

Gründung CCF-Arbeitskreis Integration (heute CCV-Arbeitskreis Inklusion)



# 2011



Aus CCF (Call Center Forum Deutschland e. V.) wird CCV (Call Center Verband Deutschland e. V.)



§ **Kostenlose Warteschleife (TKG)**

# 2012

§ **Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken (Anti-Abzocke-Gesetz)**

# 2013

CCV Callcenter Branchen-Studie

**Zahlen, Daten, Fakten – die CCV Callcenter Branchen-Studie 2012**

- ✓ **Das Management Summary**
  - 15 Charts mit Analyse
  - Interaktive Berichte für iPad / iPhone (mobile BI by Roambi)
  - Kostenfrei auf der CCV 2013 am Stand des Call Center Verbands H18/J17 in Halle 4 und ab dem 01.02.2013 per Download unter [www.callcenter-verband.de](http://www.callcenter-verband.de)
- ✓ **Das Special Summary**
  - 30 Charts mit Analyse inkl. Abgleich mit Erzeug auf Daten der „Call Center Benchmark Studie 2009“
  - Ab dem 27.03.2013 unter [www.callcenter-verband.de](http://www.callcenter-verband.de): 99,- € (Download) oder 109,- € (Druckversion/Datenstick)
- ✓ **Die Vollversion**
  - 30 Charts mit Analyse inkl. Abgleich mit Erzeug auf Daten der „Call Center Benchmark Studie 2009“
  - Zusätzlich der gesamte Tabellenband
  - Ab dem 27.03.2013 unter [www.callcenter-verband.de](http://www.callcenter-verband.de): 499,- € (Download) oder 519,- € (Druckversion/Datenstick)

QR Code: [www.cc-studie.de/registrierung](http://www.cc-studie.de/registrierung)

§ **SEPA-Begleitgesetz**

§ **Mindestlohngesetz**

§ **Verbraucherrechte-richtlinie**

# 2014

Umzug der CCV-Geschäftsstelle in die Zimmerstraße in Berlin

§ **Klagerecht für Verbraucher-schutzverbände**

§ **Bundesverwaltungs-gerichtsurteil Sonn- und Feiertagsbeschäftigung**

# 2015

CCV/DDV-Branchenkodex



Broschüre zur Sonntagsarbeit



# 2016

20 Jahre CCV



Verschärfung des Branchenkodex und neues Signet für CCV-Mitglieder



CCV Callcenter Trendstudie

Beschluss des CCV-Grundsatzprogramms: „Verantwortung für heute – Perspektiven für morgen. Wofür wir einstehen“



# 2017

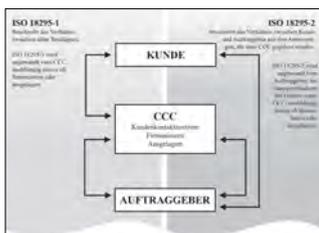


**CCV-Vorstand:**  
 Präsident, Vorstand Recht & Regulierung – Dirk Egelseer  
 Vizepräsident, Vorstand Marketing – Roy Reinelt  
 Vorstand Finanzen (Schatzmeister) – Joachim Priessnitz  
 Vorstand Mitglieder & Neue Medien – Benjamin Barnack

Wahl von Manfred Stockmann zum CCV-Ehrenpräsidenten



**ISO 18295:** Neue Norm für Customer Contact Center weltweit



# 2018

CCV-Webauftritt: Neuer Look und Responsive Design



§ Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

CCV-Roadshow zur DSGVO



# 2019

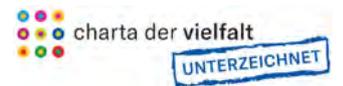
Dirk Egelseer für den CCV als Sachverständiger im Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages



Umzug in neue CCV-Geschäftsstelle in Berlin



CCV unterzeichnet die Charta der Vielfalt



CCV-Roadshow „Mitarbeiterführung und Arbeitsrecht“

**Neu im CCV-Vorstand:**

Vorstand Finanzen (Schatzmeister) – Andreas Bopp  
 Vorständin Verbandsorganisation – Andrea Höhling



# 2020

Neue CCV-Themenseite:  
Informationen zum  
Coronavirus



CCV-Jahrestagung digital



# 2021

§ Gesetz für faire Verbraucherverträge

§ TKG-Novelle

§ Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz (TTDSG)

Kampagne #WirSindBereit – Unterstützungsangebot in der Pandemie

**#WirSindBereit**      **#HeadsetHelden**

„Die Call- und Contactcenter-Branche kann unterstützen, behördliche Kapazitätsengpässe bei der Terminvereinbarung für Impfzentren zu lindern.“

**DER VORSTAND**  
STELLVERTRETEND FÜR SEINE RUND 300 MITGLIEDER



Kampagne #WirSagenDanke – CCV dankt den Helfern der Corona-Krise aus unserem Wirtschaftszweig

**#WirSagenDanke**      **#HeadsetHelden**

„Allen Beratenden in den Call- und Servicecentern, die mit ihrem unermüdlichen Engagement für Menschen mit Sorgen und Nöten zur Seite stehen!“

**DER VORSTAND**  
STELLVERTRETEND FÜR SEINE RUND 300 MITGLIEDER



# Der CCV – die starke Stimme der Branche

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

#25JahreCCV

**„Ich engagiere mich seit Jahren ehrenamtlich im CCV, weil wir eine starke Stimme der Branche gegenüber Politik & Regulierung benötigen.“**



**25** JAHRE  
Die Stimme der Branche

**DIRK EGELSEER**  
Präsident,  
Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

#25JahreCCV

**„Man muss sich entscheiden: Beobachten, wie die Contactcenter-Branche immer weiter reguliert wird, oder handeln und aktiv eingreifen!“**



**25** JAHRE  
Die Stimme der Branche

**ROY REINELT**  
Vizepräsident,  
Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

#25JahreCCV

**„Der CCV verschafft der Branche Gehör in Medien und Politik, bietet praxisnahen Informationsaustausch und ein lebendiges Netzwerk. Sichtbar, hörbar, engagiert!“**



**25** JAHRE  
Die Stimme der Branche

**ANDREAS BOPP**  
Schatzmeister,  
Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

#25JahreCCV

**„Der CCV hat gerade auch in schwierigen Zeiten immer alles getan, um seine Mitglieder erfolgreich durch bewegte Abschnitte zu begleiten.“**



**25** JAHRE  
Die Stimme der Branche

**BENJAMIN BARNACK**  
Vorstand Mitglieder und Neue Medien,  
Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

#25JahreCCV

**„Es ist wichtig, dass es den Verband gibt! Denn wir sind das Sprachrohr für alle Servicehelden unserer Branche.“**



**25** JAHRE  
Die Stimme der Branche

**ANDREA HÖHLING**  
Vorstand Verbandsorganisation,  
Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

# Unsere Mitglieder und Sponsoren über #25JahreCCV

„  
Interessens-  
vertretung,  
Wissensaustausch,  
Networking –  
wertvoll für die  
gesamte Branche.“

„Ob Branche oder Berufsgruppe, wer seinen Themen zu übergeordneten Entscheidungsinstanzen in Politik und Gesellschaft Gehör verschaffen will, braucht eine starke Interessensvertretung. Für Führungskräfte und Unternehmer im Kundenservice, u.a. auch als Customer Care oder Contact Center bezeichnet, ist dies der Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV). Dazu gehört auch den direkten Nutzen für sich aus einem starken Wissensnetzwerk mit arbeitsspezifischer juristischer Kompetenz zu ziehen. Es gibt noch viele weitere individuelle Gründe Teil eines so starken Partners zu sein. Viel Erfolg auf die nächsten 25 Jahre in einem sich dynamisch entwickelnden Umfeld.“



**Manfred Stockmann,**  
C.M.B.S. Change Management Beratung,  
CCV-Ehrenpräsident

„Poly ist stolz darauf, mit dem CCV schon über viele Jahre zusammen zu arbeiten, um die Zukunft der Callcenter-Branche mitzugestalten. Angesichts der Tatsache, dass Callcenter durch KI gestört werden und die Auswirkungen von COVID die Implementierung neuer Arbeitspraktiken vorantreiben, war ein Verband, der die besten Gedanken und Praktiken vertritt, noch nie so wichtig wie heute. Die Branche steht dank der Führung des CCV in einer deutlich besseren Position. Ihre Veranstaltungen geben die Richtung der Branche vor und bringen das Beste aus Networking und Wissensaustausch zusammen und sind ein Muss für jeden Call Center-Leiter. Als stolzer Partner des CCV freut sich Poly darauf, weiterhin von den Mitgliedern zu lernen, Hinweise auf Trends und Richtungen zu geben und Call Center dabei zu unterstützen, die beste Kundenerfahrung zu liefern.“



**Henning Schäfer,**  
Poly

„Eine Branche, die üblicherweise im Hintergrund agiert und nur wahrgenommen wird, wenn man als Kunde Fragen hat, braucht eine starke Stimme nach außen. Das ist der CCV! Für uns als Marktführer für KI-basierte Lösungen für das Contact Center von morgen ist es selbstverständlich Mitglied des wichtigsten Branchenverbandes zu sein. Hier erfahren wir Trends und können unser Wissen zurückspielen. Der CCV bietet ein unvergleichliches Netzwerk aus Anwendern, Umsetzern und Anbietern. Das macht ihn so

wertvoll für die gesamte Branche. Herzlichen Glückwunsch.“



**Sylvia Lohr,**  
Nuance

„Die Gründung des damaligen Call Center Forum Deutschland e.V. markiert den Beginn der Professionalisierung des Kundendialogs in Deutschland. Ein Jahr später starteten wir mit HCD, weil die Anforderungen an die Arbeitswelt im Kundendialog schnell stiegen. Für uns ist der Verband seit Anfang an Plattform für den Austausch, für das gemeinsame Arbeiten an einem gemeinsamen Ziel: qualitätvollen Service von Menschen für Menschen – mit guten Bedingungen und einer wertschätzenden Arbeitswelt. Gerade die Vernetzung und der Austausch unter Kolleg:innen der Inhouse-Serviceeinheiten ohne Konkurrenzgedanken ist fruchtbar und wertvoll. Allein das ist schon ein guter Grund für eine CCV-Mitgliedschaft.“



**Sandra & Michael Stüve,**  
HCD Planungsges. mbH

# Ausbildung und Imagearbeit.

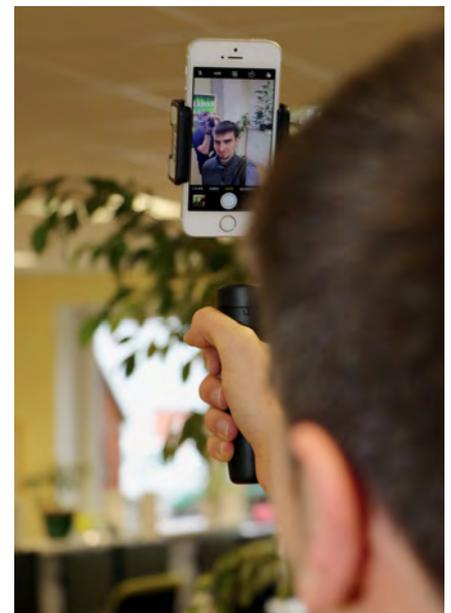
So wird's authentisch.

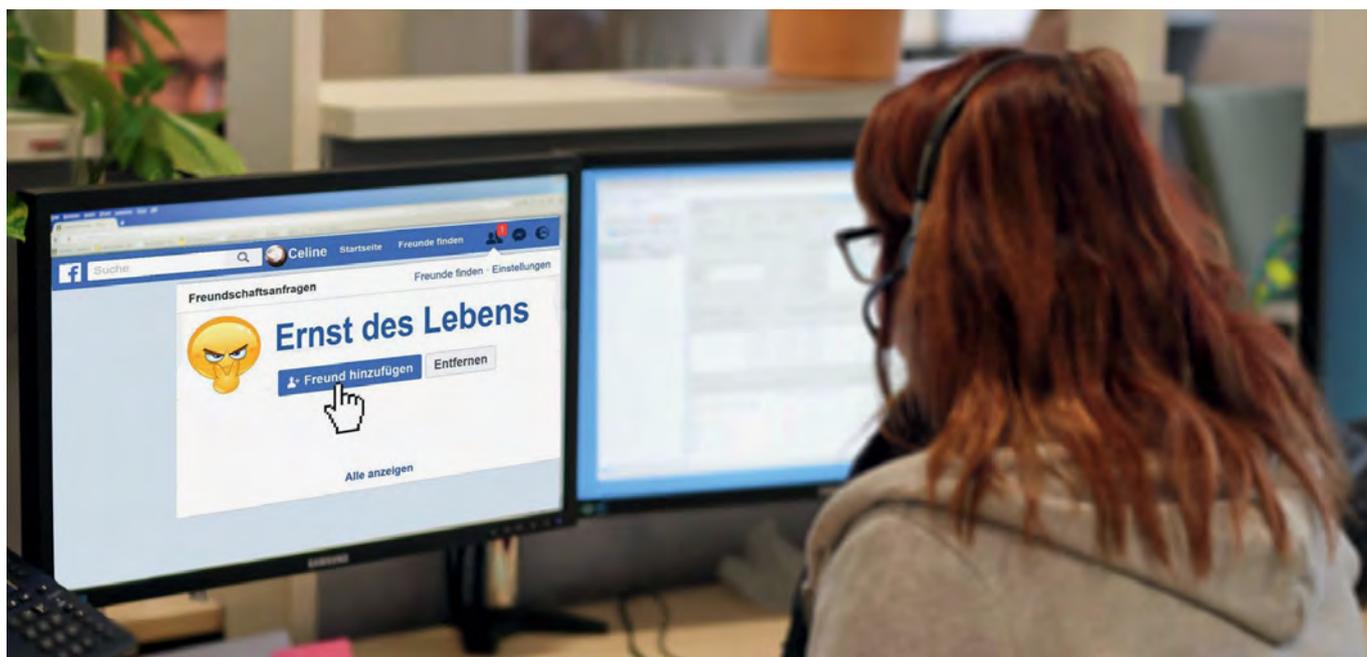


**H**i. Ich bin Sören und gehöre zur Generation Y („why“), DER Generation die zwischen 1980 und 1990 geboren wurde, immer alles hinterfragt und hinter jedem Tun einen Sinn sehen muss. Außerdem gehöre ich zu der Sorte Mensch, die gerne Dinge ausprobiert, welche auf den ersten Blick gar nicht so „en vogue“ zu sein scheinen. Also stieß ich 2017 auf ein etabliertes Callcenter Unternehmen in Sarstedt (bei Hannover), das sich als meine neue berufliche Erfüllung entpuppte. Die T.D.M. Telefon-Direkt-Marketing GmbH hat mich schon beim ersten Kennenlernen in einen sinnereichen Bann gezogen. Das liegt unter anderem daran, dass ich hier als Mitarbeiter im Marketing genau DAS tun darf, was meine Generation ausmacht: Anderen Menschen den Sinn und die Vorzüge des eigenen Handelns (in einem Callcenter) aufzeigen. Das Tolle: in einem

Callcenter helfen und beraten die Mitarbeitenden wiederum andere Menschen und Unternehmen. Egal ob im Kundenservice, technischen Support oder der Vertriebsunterstützung. Ein zyklischer Kreislauf der mein inneres „Sinn-Sucher-Bedürfnis“ komplett befriedigt.

Wie erreicht man nun die Generation Z? Ein paar Fakten über diese zu lesen, sollte einen noch lange nicht anmaßen zu glauben, über jene Bescheid zu wissen. Umso schöner, dass man sich auch hier wieder einen Kreislauf zu Nutzen machen kann, um an die wertvollen Informationen dieser Generation zu gelangen. T.D.M. bildet seit 2006 junge Menschen, unter anderem im Bereich des Dialogmarketings, aus. Was liegt also näher, als sich mit ihnen hinzusetzen und darüber zu philosophieren und zu debattieren, was jede und jeden im Leben bewegt und motiviert.





Die Zeiten in denen junge Bewerber:innen nach Noten und Bewerbungswunsch kategorisiert oder aussortiert werden, haben bei T.D.M. zum Glück nie stattgefunden. Die individuellen Stärken, Schwächen und Wünsche werden in den Telefoninterviews, in den Bewerbungsgesprächen und den Kennenlernaufgaben vor Ort sondiert und ausgewertet. So bekommen die angehenden Azubis eine ehrliche und aussagekräftige Information an die Hand, welche Aufgaben zu ihnen passen und welcher Beruf geeignet oder eben nicht geeignet ist. Unsere Branche kann sich sehr glücklich schätzen, dass wir hierzu die richtigen Berufsplattformen haben. Neben der dreijährigen Ausbildung „Kaufleute im Dialogmarketing“ gibt es ja auch noch die „Servicefachkraft im Dialogmarketing“. Eine zweijährige Ausbildung in Kommunikation, Selbstsicherheit und strukturiertem Arbeiten. Danach kann ein drittes Jahr zum Kaufmann bzw. zur Kauffrau drangehängt werden. Und wenn nicht, hat man trotzdem eine vollwertige Ausbildung in der Tasche.

Imagearbeit beginnt bereits durch diese individuelle Betreuung genau an diesem Punkt. Die Stärke dieser Ausbildungsberufe zu kennen und sie den jungen Menschen darzulegen. Und da kommen wir zu einem weiteren Kreislauf. Je mehr uns DAS gelingt, desto mehr Fachkräfte bekommen wir für unsere Branche. Leider gehen die Ausbildungszahlen seit 2014 zurück. Beide Ausbildungsberufe sind aus oben genannten Gründen wichtig und haben ihre Daseinsberechtigung. Würde man die zweijährige Ausbildung zur Servicefachkraft abschaffen, schlüge man ebenso in den Stamm der Kaufleute. Was aber ist der Grund

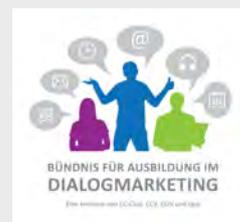
des allgemeinen Rückgangs? Ja, ich gebe zu, ich bin anfällig für Werbeslogans und bunte Bilder. Aber auch ich glaube nicht mehr, dass die „Extra Portion Milch“ in der Milchschnitte steckt. Die Generation Z ist mittlerweile noch aufgeklärter. Sie glaubt keinen geschönten Werbeslogans mehr, sondern nur noch ihren „Influencern“ und persönlichen Empfehlungen von Freunden und Familie.

Ebenfalls seit 2017 bin ich mit T.D.M. im „Bündnis für Ausbildung im Dialogmarketing“ tätig. Das Bündnis hat sich zur Aufgabe gemacht Ausbildungsbetriebe für die Ausbildung im Dialogmarketing zu gewinnen, die Ausbildung auf Aktualität zu prüfen und das Image zu verbessern. Bei Letzterem blüht mein Marketing-Herz voll auf. Da ich keine Kapazitäten habe Vollzeit-Influencer zu werden, werden unsere eigenen Azubis eben zu Markenbotschafter:innen der Ausbildung im Dialogmarketing. Neben den selbstverständlichen Präsentationsmedien einer Internetseite ([www.ausbildung-im-dialog.de](http://www.ausbildung-im-dialog.de)), einer Facebookseite (<https://www.facebook.com/Ausbildung.im.Dialogmarketing>) sowie einem bald erscheinenden Instagram-Auftritt, haben wir gemeinsam mit dem Bündnis einen Azubi-Blog ins Leben gerufen (<https://ausbildung-im-dialog.blogspot.com/>).

Hier dürfen sich die Azubis aller teilnehmenden Unternehmen und Schulen inhaltlich zu ihrer Ausbildung austoben. Dazu gehören positive wie negative Erfahrung. Wichtig ist, dass es ehrlich und authentisch ist. Geteilt werden die erstellten Blogbeiträge auf den anderen Kanälen, so dass nur dieser Blog mit Leben gefüllt werden muss und man nicht zig

Baustellen hat. Bei T.D.M. haben wir zudem extra Hardware angeschafft. Ein eigenes Social Media Smartphone und ein Gimbal (eine Stabilisierung für das Smartphone). Dann noch einen Redaktionsplan, Datenschutzrichtlinien und schon wird der Content kreiert. Von Azubis für Azubis. Und nebenbei lernen wir selber unsere Generation Z besser kennen. Win-Win.

#### Wer Was Wie? Bündnis für Ausbildung im Dialogmarketing:



Das Bündnis wurde 2017 von Unternehmen der Call-centerbranche, dem CC-Club, CCV, DDV und dem bkal ge-

gründet. Ziel ist die Gewinnung qualifizierter Ausbildungsbetriebe, das Image des Ausbildungsberufs im Dialogmarketing zu verbessern um potentielle Auszubildende zu gewinnen und das Ausbildungsberufsbild fortwährend auf Aktualität und Anpassungen zu prüfen. Mitmachen kann jedes Unternehmen, jede Schule oder jeder Interessierte der gerne sein Know-how in die Ausbildung junger Menschen stecken möchte.

**JETZT gebührenfrei dem Bündnis beitreten und den Dialog stärken:**  
[www.ausbildung-im-dialog.de](http://www.ausbildung-im-dialog.de) .



# POLITISCHER ENDSPURT IM TELEKOMMUNIKATIONS- UND DATENSCHUTZRECHT

CCV-Forderung erfüllt

**CONSTANTIN JACOB,**  
LEITER RECHT & REGULIERUNG  
UND VERBANDSJUSTITIAR  
IM CALL CENTER VERBAND  
DEUTSCHLAND E. V. (CCV)

**I**m Endspurt hielt die 19. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages noch einige Änderungen des Telekommunikations- und Datenschutzrechts bereit.

## TKG-Novelle 2021

Mit der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKG) wird die „EU-Richtlinie über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation“ in deutsches Recht umgesetzt. Ziel der Richtlinie ist, den EU-Rechtsrahmen weiter zu vereinheitlichen. Die deutsche Umsetzung erfolgte jedoch zu spät. Bis Ende 2020 hätten alle EU-Mitgliedstaaten ihre Gesetze anpassen müssen. Da dies in vielen Staaten nicht geschah, leitete die EU-Kommission im Februar 2021 ein Vertragsverlet-

zungsverfahren gegen 24 Mitgliedstaaten ein, darunter Deutschland. Das Gesetz sieht bspw. Investitionen in den Glasfaserausbau sowie ein Recht auf schnelles Internet vor. Zudem ist eine zentrale CCV-Forderung der letzten Jahre enthalten: Das Aufsetzen deutscher Rufnummern bei Verbindungen aus dem Ausland wird unterbunden.

## Rufnummernübermittlung

Der CCV betont seit Jahren im Rahmen diverser Regulierungsvorhaben, welche unsere Branche unverhältnismäßig stark einschränken sollen, dass Betrugsdelikte aus dem Ausland das größte Problem darstellen. Diese Fallgruppe kann etwa mithilfe des sogenannten Textformerfordernisses nicht beseitigt

werden. Hier muss vielmehr z. B. das Überblenden von Rufnummern aus dem Ausland unterbunden werden, um dem eigentlichen Problem unzulässiger Telefonanrufe (teils mit strafrechtlicher Relevanz) Herr zu werden. Darum fordert der CCV seit geraumer Zeit, das Aufblenden von deutschen Rufnummern bei Anrufen aus dem Ausland zu verhindern, um solchen Betrugsdelikten mit manipulierten Absenderrufnummern zu begegnen. Mit Erfolg: Dieser Forderung trägt nun die Politik mit dem neuen § 120 TKG Rechnung. Um dem Missbrauch effektiv entgegen zu treten, wird in § 120 Abs. 4 TKG (neu) eine entsprechende Regelung verankert: Die an der Verbindung beteiligten Anbieter öffentlich zugänglicher Telekommunikationsdienste müssen sicherstellen, dass nur dann eine Rufnummer des deutschen Nummernraums angezeigt wird, wenn die Verbindung ihnen aus dem deutschen Telefonnetz übergeben wird. Handelt es sich um eine Verbindung, die aus einem ausländischen Telefonnetz übergeben wird, ist diese Anzeige beim Angerufenen zu unterdrücken. Anrufe des internationalen Roamings aus dem Mobilfunknetz sind hiervon ausgenommen.

#### Anwählprogramme (Dialer)

Gesetzliche Regelungen zum Anrufverhalten und zur Konfiguration von Dialern gab es bislang nicht. Hier kann es laut Politik aufgrund der Umstände der Anrufversuche (Uhrzeit, Anwahlwiederholungen etc.) zu einer Belästigung kommen. Die Branchenkodizes (z. B. der Branchenkodex von CCV und DDV) sollen zu einer Reduzierung des Beschwerde-

aufkommens beitragen. Sie entfalten jedoch keine Bindungswirkung für die Bundesnetzagentur (BNetzA), finden in Verwaltungsverfahren gleichwohl Berücksichtigung.

§ 114 Abs. 2 und 3 TKG (neu) enthält erstmals Vorgaben zum Einsatz von Dialern. Diese sehen vor, dass die BNetzA Verfahren und Grenzwerte für deren Nutzung festlegt. Denkbar sind z. B. Grenzwerte für Anruhfrequenz und -zeiten. Nach Ablauf einer Umsetzungsfrist dürfen Dialer nur eingesetzt werden, wenn die festgelegten Grenzwerte, welche in ihrer Wirksamkeit regelmäßig überprüft werden sollen, eingehalten werden. Vor der Festlegung durch die BNetzA sind Unternehmen und Verbände anzuhören. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass die Interessen von Verbrauchern und Branchen gleichermaßen Gehör finden. Der CCV wird sich für seine Mitglieder und die Branche einsetzen, damit die Verhältnismäßigkeit gewahrt bleibt.

#### TTDSG

Mit dem „Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz“ (TTDSG) werden die bisher im TKG enthaltenen Regeln zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses und des Datenschutzes sowie die im Telemediengesetz (TMG) enthaltenen Bestimmungen in einem neuen Gesetz zusammengeführt. Das Gesetz passt zudem die Vorgaben an die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und an die neuen TKG-Begriffsbestimmungen an.

So enthält § 15 TTDSG Vorgaben zur Rufnummernanzeige und -unterdrückung, wel-

che im Wesentlichen den im bisherigen § 102 TKG enthaltenen Regelungen entspricht.

§ 25 TTDSG regelt den Schutz der Privatsphäre bei Endeinrichtungen und orientiert sich dabei eng am Wortlaut von Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-Richtlinie. Die Norm soll der Rechtssicherheit im Hinblick auf die erforderliche Einwilligung in das Speichern von Informationen in Endeinrichtungen oder den Abruf von Informationen, die in Endeinrichtungen der Endnutzer gespeichert sind, dienen.

Der Wortlaut ist technologieneutral gehalten, erfasst also nicht nur die aktuell gebräuchlichen Cookies, sondern jegliche Techniken, die ein Speichern und/oder Auslesen von Informationen auf Endeinrichtungen erfordern. Ebenso erfasst sind die Vielzahl von Gegenständen im Internet, die inzwischen an das öffentliche Kommunikationsnetz angeschlossen sind, z. B. Smarthome-Produkte. Hierfür wurde grundsätzlich ein Einwilligungserfordernis geschaffen. Am Bedarf und an der Gestaltung von Cookie-Bannern ändert sich durch das neue TTDSG nichts.

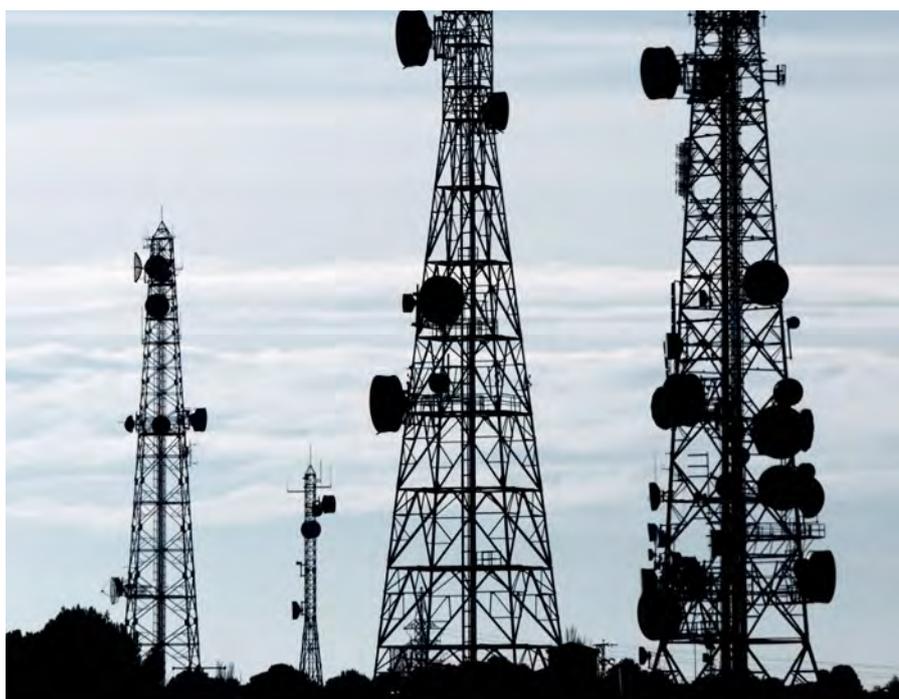
Mittelfristig soll der Rechtsrahmen für Telemedien und Telekommunikation in der ePrivacy-Verordnung europaweit einheitlich geregelt werden. Sollte die ePrivacy-Verordnung künftig beschlossen und anzuwenden sein, würde das TTDSG obsolet oder müsste in weiten Teilen geändert werden.

Das neue TKG sowie das TTDSG werden voraussichtlich am 1. Dezember 2021 in Kraft treten.

#### ePrivacy-Verordnung

Die ePrivacy-Verordnung sollte parallel mit der DSGVO ab 25. Mai 2018 anwendbar sein. Dies war wegen Differenzen unter den EU-Mitgliedstaaten nicht zu halten. Im Februar 2021 einigte sich der Europäische Rat überraschend schnell auf den portugiesischen Entwurf. Dieser enthält vielfältige Ausnahmen von der bisher enthaltenen Einwilligungspflicht für die Nutzung von z. B. Cookies. Der Bundesdatenschutzbeauftragte kritisierte den Vorschlag darum scharf. Inwieweit dieser Entwurf Bestand hat, ist unklar. Er wird nun gemeinsam mit dem EU-Parlament, das sich strengere Regelungen wünschen dürfte, und der EU-Kommission verhandelt.

Der CCV wird, unterstützt von CCV-Silbersponsor Nuance, im Herbst 2021 eine Fachpublikation zu den Themen Datenschutz und Wettbewerbsrecht veröffentlichen, in der ausgewählte juristische Fragestellungen aufbereitet werden.





## Vier Jahre Große Koalition

### Fazit aus Sicht der Branche

**CONSTANTIN JACOB,**  
LEITER RECHT & REGULIERUNG  
UND VERBANDSJUSTITIAR  
IM CALL CENTER VERBAND  
DEUTSCHLAND E. V. (CCV)

**A**m 26. September 2021 wurde der 20. Deutsche Bundestag gewählt. Für unseren Wirtschaftszweig war die abgelaufene Regierungszeit von großer Bedeutung. Nachdem lange Zeit wenige branchenrelevante Entscheidungen getroffen wurden, waren die letzten Monate hektisch: Das „Gesetz für faire Verbraucherverträge“ steht hierfür exemplarisch. Auch die Neufassung des Telekommunikationsgesetzes sowie das Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz betreffen die Branche und werden gesondert behandelt. Dagegen wurde z. B. das Beschäftigtendatenschutzgesetz, vom CCV und von anderen führenden Branchenverbänden seit Jahren gefordert, auch diesmal nicht angegangen.

#### **Faire Verbraucherverträge und Energiewirtschaftsgesetz**

Ende Juni 2021 beschloss der Bundestag das „Gesetz für faire Verbraucherverträge“. Das Gesetz war eines der zentralen Themen der CCV-Interessenvertretung. Der Verband führte hierzu zahlreiche Gespräche, etwa mit Prof. Dr. Karl Lauterbach (SPD), Sebastian Steineke (CDU), Tabea Rößner (Bündnis 90/Die Grünen), Katharina Willkomm (FDP) sowie Gerd Billen (damaliger Staatssekretär im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz), und erarbeitete eine ausführliche Stellungnahme, die der Verband Fachpolitikern sowie Ministerien überreichte. Daneben trat CCV-Präsident Dirk Egelseer als Sachverständiger in einer Bundestagsanhörung auf.

Bei Dauerschuldverhältnissen, welche die regelmäßige Lieferung von Waren oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen zum Gegenstand haben, ist weiterhin eine Laufzeit von bis zu zwei Jahren möglich. Ursprünglich war eine vom CCV kritisierte Verkürzung der Maximallaufzeit von zwei Jahren auf ein Jahr geplant. Verträge bis zu zwei Jahren hätten hierbei weiterhin möglich sein sollen, wenn ein Vertrag über die gleiche Leistung mit einer Laufzeit von einem Jahr angeboten wird. Dieser Vertrag hätte im Monatsdurchschnitt maximal 25 Prozent teurer sein dürfen als der Vertrag mit der längeren Laufzeit. Zuvor gab es gar Pläne, Verträge mit mehr als einem Jahr Laufzeit gänzlich zu verbieten. Darüber hinaus ist eine bindende stillschweigende Verlängerung der obigen Vertragsverhältnisse nicht möglich, es sei denn, das Vertragsverhältnis wird nur auf unbestimmte Zeit verlängert und dem anderen Vertragspartner wird das Recht eingeräumt, das verlängerte Vertragsverhältnis jederzeit mit einer Frist von höchstens einem Monat zu kündigen. Es darf im Übrigen nicht eine längere Kündigungsfrist als einen Monat vor Ablauf der zunächst vorgesehenen Vertragsdauer bestimmt sein.

Ferner wird der sogenannte Kündigungsbutton eingeführt, wenn Verbraucher über eine Website einen Vertrag schließen können. Dies gilt nicht für Verträge, an die eine strengere Form als die Textform (also etwa Schriftform und notarielle Beurkundung) geknüpft ist, sowie für Verträge über Finanzdienstleistungen.

Überdies wurden umfassende Dokumentations- und Aufbewahrungspflichten im telefonischen Kundenservice beschlossen. Danach soll die vorherige ausdrückliche

## #WirSindBereit

## #HeadsetHelden

**„Die Call- und Contactcenter-Branche kann unterstützen, behördliche Kapazitätsengpässe bei der Terminvereinbarung für Impfzentren zu lindern.“**

**DER VORSTAND**  
STELLVERTRETEND FÜR SEINE RUND 300 MITGLIEDER

**CCV**  
Die Stimme der Branche.

Social-Media-Kampagne #WirSindBereit

Einwilligung des Verbrauchers in die Telefonwerbung zum Zeitpunkt der Erteilung in angemessener Form dokumentiert und ab Erteilung sowie nach jeder Verwendung für fünf Jahre aufbewahrt werden. Die werbenden Unternehmen haben der Bundesnetzagentur (BNetzA) den Nachweis auf Verlangen vorzulegen. Die BNetzA kann Hinweise veröffentlichen, wie sie den unbestimmten Rechtsbegriff der „angemessenen Dokumentation“ auslegen wird. Der CCV wird darauf drängen, dass solche Hinweise allgemein zugänglich veröffentlicht werden und die Anforderungen praktikabel sind.

Der CCV lehnt diese Pflichten ab. Sie sollen lediglich die Arbeit der BNetzA erleichtern, kehren dabei jedoch die Beweislast als elementares Grundprinzip des Straf- und Ordnungswidrigkeitsrechts um. Auch sind die Regelungen in Hinblick auf das Fernmeldegeheimnis und den Datenschutz problematisch. Weshalb zudem eine Aufbewahrungspflicht von fünf Jahren einzuhalten

ist, während die Ordnungswidrigkeit bereits nach drei Jahren verjährt, konnte dem CCV kein Gesprächspartner erklären.

Parallel wurde die Novelle des Energiewirtschaftsgesetzes beschlossen. Diese sieht bei Energielieferverträgen mit Haushaltskunden außerhalb der Grundversorgung ein Textformerfordernis unabhängig vom Vertriebskanal vor. Damit ein Vertrag wirksam ist, muss er somit künftig zum Beispiel per E-Mail, SMS, Brief oder Fax vorliegen. Ursprünglich war die sogenannte sektorale Bestätigungslösung im Bürgerlichen Gesetzbuch geplant. Diese sah bei telefonisch geschlossenen Energielieferverträgen eine nachträgliche Bestätigung durch den Verbraucher vor.

#### Stärkung der Verbraucherrechte

Mitte Juni 2021 beschloss der Bundestag das „Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht“. Mit dem Gesetz werden



**#WirSagenDanke**

**#HeadsetHelden**

**„Allen Beratenden in den Call- und Servicecentern, die mit ihrem unermüdlichen Engagement für Menschen mit Sorgen und Nöten zur Seite stehen!“**

**DER VORSTAND**

STELLVERTRETEND FÜR SEINE RUND 300 MITGLIEDER



Social-Media-Kampagne #WirSagenDanke

europarechtliche Weiterentwicklungen des Verbraucher- und Marketingrechts in nationales Recht umgesetzt. Dabei wurde u. a. der Anhang zu § 3 Abs. 3 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, „Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen“) neu geregelt. Gemäß Nr. 26 wird das hartnäckige und unerwünschte Ansprechen des Verbrauchers mittels Telefonanrufen, unter Verwendung eines Faxgerätes, elektronischer Post oder sonstiger für den Fernabsatz geeigneter Mittel der kommerziellen Kommunikation als irreführende geschäftliche Handlung gewertet, es sei denn, dieses Verhalten ist zur rechtmäßigen Durchsetzung einer vertraglichen Verpflichtung gerechtfertigt.

**Pandemie**

Im Jahr 2020 bot der CCV Bundes- und Landesministerien, Behörden sowie ärztlichen Vereinigungen seine Unterstützung bei der Pandemiebewältigung an. Aufgrund der angelaufenen Impfkampagnen sowie der daraus resultierenden hohen Anzahl an Anfragen, die für Branchenkenner zu erwarten war, aber offenkundig die Institutionen überraschte, erneuerte der CCV Anfang 2021 das Unterstützungsangebot. Seine Offerte unterstrich der CCV durch die Social-Media-Kampagne #WirSindBereit.

Zudem kritisierte der CCV die Vergabep Praxis, da teils Subunternehmen außer-

halb Deutschlands und der Europäischen Union zur Hotlinebetreuung eingesetzt wurden. Inländische Call- und Contactcenter unterliegen den hohen arbeits-, datenschutz- sowie wettbewerbsrechtlichen Vorgaben des deutschen und europäischen Gesetzgebers sowie den Mindestlohnstandards. Bei nicht in Deutschland und der EU ansässigen Anbietern ist dies nicht der Fall. Während hierzulande viele Unternehmen Kurzarbeit anmelden mussten, wurde bei der öffentlichen Vergabe offenbar akzeptiert, dass zumindest Teile der Auftragsbearbeitung ins Ausland verlagert wurden. Die beste Wirtschaftshilfe ist jedoch, den inländischen Unternehmen im Rahmen der Vergabe von Aufträgen Verantwortung bei der Bewältigung dieser historischen Krise zu übertragen und die Verlagerung ins Ausland mit niedrigeren Schutzstandards zu vermeiden.

Der CCV dankte bereits 2020 im Namen des Vorstandes, der Geschäftsstelle, seiner Mitglieder, Interessenten und Unterstützer den Helfern der Corona-Krise aus unserem Wirtschaftszweig mit der Social-Media-Kampagne #WirSagenDanke. So wies der Verband auf den Einsatz aller Mitarbeitenden hin, die als Kommunikationsprofis am Telefon, im Chat, in der E-Mailbearbeitung oder im Vertrieb systemerhaltender Produkte und Dienstleistungen in Zeiten der Pandemie so wertvolle Arbeit leisten.

**Lobbyregister**

Der CCV ist bereits freiwillig in der öffentlichen Liste über die Registrierung von Verbänden und deren Vertretern beim Bundestag („Lobbyliste“) sowie im EU-Transparenzregister eingeschrieben. Die „Lobbyliste“ wird eingestellt und zum 1. Januar 2022 tritt dafür das in den vergangenen Jahren viel diskutierte, verpflichtende, öffentlich einsehbare Lobbyregister in Kraft. Der CCV befürwortet das Lobbyregister, kritisiert jedoch, dass bspw. Gewerkschaften, politische Stiftungen und Kirchen hiervon ausgenommen sind; Institutionen, die massive Lobbyarbeit betreiben.

**Netzwerke**

Der CCV unterstützt die „Charta der Vielfalt“ sowie das „NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge“.

Die „Charta der Vielfalt“ ist eine Arbeitgeberinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen. Ziel der Initiative ist es, die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt voranzubringen.

Das „NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge“ ist eine Initiative des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Viele Unternehmen in Deutschland engagieren sich bereits für die Integration von Geflüchteten oder haben das vor. Das Netzwerk bringt sie nun zusammen.

Über den Autor:



**Constantin Jacob, Leiter Recht & Regulierung und Verbandsjustiziar im Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)**

Constantin Jacob ist seit Mitte Januar 2017 als Leiter Recht & Regulierung und CCV-Verbandsjustiziar tätig. Er ist Volljurist und vertritt den Verband gegenüber Entscheidungsträgern der Legislative sowie Exekutive, analysiert Gesetzgebungsverfahren, entwickelt entsprechende Positionen und fungiert als Ansprechpartner für Politik, die Bundesnetzagentur, CCV-Partner und andere Verbände. Daneben betreut Herr Jacob den CCV-Arbeitskreis Recht & Regulierung, das CCV-Beschwerdegremium und ist Autor zahlreicher juristischer sowie politischer Fachartikel.



**charta der vielfalt**



# CCV – DIE STIMME DER BRANCHE!

## Sechs Gründe für Ihre Verbandsmitgliedschaft

**H**aben 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 und INTRE sowie spezielle Konditionen bei Tagungen, Kongressen und monetäre Vorteile im Rahmen abwechslungsreicher Kooperationsangebote.

### 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



Quelle: CanStockPhoto

Reglement soll auch dazu beitragen, die Zahl der Beschwerden bei der Bundesnetzagentur zu senken.

### 4. Gestalten Sie mit!

In internen Arbeitskreisen und Fachgruppen werden fachliche Themen gesetzt, Standards definiert und deren Umsetzung voran gebracht. Verbindliche Qualitätsmerkmale schaffen Transparenz für alle Marktteilnehmer. 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 Richtlinien-ausgestaltung. 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!

### Call Center Verband Deutschland e. V. (CCV)

Gertraudenstraße 20 | 10178 Berlin

Tel.: 0 30 / 2 06 13 28-0

info@callcenter-verband.de

[www.callcenter-verband.de/mitglieder/mitglied-werden](http://www.callcenter-verband.de/mitglieder/mitglied-werden)

[www.facebook.com/callcenterverband](https://www.facebook.com/callcenterverband)

[www.twitter.com/ccvev](https://www.twitter.com/ccvev)

[www.youtube.com/callcenterverband](https://www.youtube.com/callcenterverband)

[www.xing.com/pages/callcenterverband-deutschland-e-v](https://www.xing.com/pages/callcenterverband-deutschland-e-v)

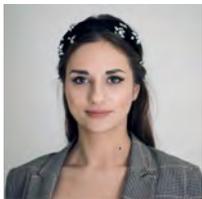
[www.linkedin.com/company/call-center-verband](https://www.linkedin.com/company/call-center-verband)

[www.instagram.com/callcenterverband/](https://www.instagram.com/callcenterverband/)

# NEUMITGLIEDER 2021

## Frischer Wind im CCV

### ■ Aircall



**Stefani Bodza**  
DACH-Bereichsleiterin  
Marketing

Aircall  
[aircall.io/de](http://aircall.io/de)

#### Wie sind Sie zum CCV gekommen?

„Weil gute Gespräche alles sind“ – wie wir es bei Aircall sagen – steht bei uns die Power der Kommunikation im Mittelpunkt all unserer Bemühungen und genau dies spiegelt sich auch im CCV wider. Vor allem die Förderung von Zusammenschluss und Austausch, wie wir es tagtäglich auch in der Telekommunikation erleben, begeisterten uns zur Mitgliedschaft.

#### Warum engagieren Sie sich im Verband?

Wir haben es uns zu einer Herzensangelegenheit gemacht, die Digitalisierung der Branche voranzutreiben. Mit der Förderung von Forschung, dem Austausch von Wissen und dem Aufbau von Verbindungen möchten wir die Zukunft unserer Industrie mitgestalten und sie auf dem Weg in ein Goldenes Zeitalter des Kundenservice begleiten. Dabei liegt es uns vor allem am Herzen, Mitgliedern unentdeckte digitale Chancen aufzuzeigen und gemeinsam innovative Strategien, Lösungen und Möglichkeiten zu finden und anzuwenden.

#### Was ist Ihre Erwartungshaltung an die Verbandsarbeit?

Uns ist insbesondere der Austausch zwischen Verbandsmitgliedern wichtig. Daher freuen wir uns vor allem das Networking im Verband zu fördern, als auch mit unserem Know-how zum Wissensaustausch beizutragen und damit einen Beitrag für unsere Industrie zu leisten.

### ■ Talkdesk



**Mark Vickery**  
Marketing Manager  
EMEA/Germany

TALKDESK  
[www.talkdesk.com/de-de](http://www.talkdesk.com/de-de)

#### Wie sind Sie zum CCV gekommen?

Als einer der führenden Verbände der CC-Branche führt kein Weg am CCV vorbei. Obwohl wir erst dieses Jahr aktiv auf dem deutschen Markt auftreten, haben wir seit mehreren Jahren sowohl Partner als auch Kunden in Deutschland. Durch diese ist uns klar geworden, was für großartige Networking-Möglichkeiten für CCV-Mitglieder bestehen, und was getan wird, um in der Branche Innovation und Integration voranzutreiben.

#### Warum engagieren Sie sich im Verband?

Von Gartner und Forrester als führender Cloudbasierter CCaaS-Anbieter angepriesen erhoffen wir die Möglichkeit, unsere innovativen Lösungen CCV-Mitgliedern zugänglich zu machen und an den Diskussionen der Branchenzukunft teilnehmen zu können. Dabei ist es wichtig, Zugang zu Entscheidungsträgern auf allen Ebenen zu haben, um sich fachlich und kompetent austauschen zu können. Zusätzlich erhalten wir einen Einblick in die Entwicklung des deutschen Markts und der Rahmenbedingungen im regulatorischen Bereich.

#### Was ist Ihre Erwartungshaltung an die Verbandsarbeit?

Wir erhoffen eine produktive und proaktive Verbandsarbeit, die die Vielfalt der Produkte, Service- und Dienstleistungen seiner Mitglieder positiv und innovativ darstellt und vertritt.

### ■ ANTES Solutions GmbH



**Michael Thewes**  
Berater und Trainer

ANTES Solutions GmbH  
[www.antes-group.com/de](http://www.antes-group.com/de)

#### Wie sind Sie zum CCV gekommen?

Durch die langjährige Zusammenarbeit mit verschiedenen Service-Centern sind wir auf den Verband aufmerksam geworden und sehen hier großartige Möglichkeiten, die Mitglieder tatkräftig zu unterstützen. Daher haben wir uns für eine Mitgliedschaft entschieden und freuen uns sehr auf eine gute Zusammenarbeit.

#### Warum engagieren Sie sich im Verband?

Eine optimale Zusammenarbeit auf allen Hierarchie-Ebenen zu erreichen, ist unsere Kernkompetenz und diese möchten wir den Mitgliedern im CCV zugänglich machen. Es war schon immer und besonders in der heutigen Zeit notwendig, den richtigen Mitarbeiter mit den richtigen Kompetenzen an der richtigen Position und im richtigen Projekt zu haben. Mit unseren Tools erreichen wir das.

#### Was ist Ihre Erwartungshaltung an die Verbandsarbeit?

Wir erwarten eine proaktive und moderne Verbandsarbeit, die die Vielfalt und Leistungsfähigkeit der Mitglieder positiv und innovativ darstellt.

Mitglied im



# ADVERTORIALS

Was die Branche bewegt



## INTELLIGENTER SERVICEKONTAKT

DATEV verbessert Service mit KI



fundig, und es muss gar  
ter involviert werden. Ste  
keine zufriedenstellende A  
ben. Auch DATEV-intern wir  
Technik nach ähnlichen Lös  
aber mit einer deutlich große  
weitere Lösungsquellen angebr  
Servicemitarbeiter verbindet d  
Die eigentliche Intelligenz steckt  
Rechner, sondern sitzt weiterhin  
neue Verbindung wird automati  
Fallbasis, sodass künftig für gleich  
Probleme die gewählte Lösung ange

Seit knapp zwei Jahren lernen die  
mitarbeiter die Suche im täglichen  
geschäft an. Dieses System wird Le  
der Schlüssel für den Erfolg des System  
dessen Prozess sind alle Servicemitar  
lösung. Damit hat sich die Tätigkeit von  
inklusive eine Unterstützung bekommen. Die  
ein schneller Service, der sich durch die  
gel werden muss. Aber das ist nicht  
mitten geschaltet. Die Unterstützung der Mitar  
weisen. Wenn die Mitarbeiter die Daten  
nicht angeht, ist es wichtig, dass die  
Systeme. Das System ist ein zentraler  
Indikator für den Service. Das System  
2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 2681, 2682, 2683, 2684, 2685, 2686, 2687, 2688, 2689, 2690, 2691, 2692, 2693, 2694, 2695, 2696, 2697, 2698, 2699, 2700, 2701, 2702, 2703, 2704, 2705, 2706, 2707, 2708, 2709, 2710, 2711, 2712, 2713, 2714, 2715, 2716, 2717, 2718, 2719, 2720, 2721, 2722, 2723, 2724, 2725, 2726, 2727, 2728, 2729, 2730, 2731, 2732, 2733, 2734, 2735, 2736, 2737, 2738, 2739, 2740, 2741, 2742, 2743, 2744, 2745, 2746, 2747, 2748, 2749, 2750, 2751, 2752, 2753, 2754, 2755, 2756, 2757, 2758, 2759, 2760, 2761, 2762, 2763, 2764, 2765, 2766, 2767, 2768, 2769, 2770, 2771, 2772, 2773, 2774, 2775, 2776, 2777, 2778, 2779, 2780, 2781, 2782, 2783, 2784, 2785, 2786, 2787, 2788, 2789, 2790, 2791, 2792, 2793, 2794, 2795, 2796, 2797, 2798, 2799, 2800, 2801, 2802, 2803, 2804, 2805, 2806, 2807, 2808, 2809, 2810, 2811, 2812, 2813, 2814, 2815, 2816, 2817, 2818, 2819, 2820, 2821, 2822, 2823, 2824, 2825, 2826, 2827, 2828, 2829, 2830, 2831, 2832, 2833, 2834, 2835, 2836, 2837, 2838, 2839, 2840, 2841, 2842, 2843, 2844, 2845, 2846, 2847, 2848, 2849, 2850, 2851, 2852, 2853, 2854, 2855, 2856, 2857, 2858, 2859, 2860, 2861, 2862, 2863, 2864, 2865, 2866, 2867, 2868, 2869, 2870, 2871, 2872, 2873, 2874, 2875, 2876, 2877, 2878, 2879, 2880, 2881, 2882, 2883, 2884, 2885, 2886, 2887, 2888, 2889, 2890, 2891, 2892, 2893, 2894, 2895, 2896, 2897, 2898, 2899, 2900, 2901, 2902, 2903, 2904, 2905, 2906, 2907, 2908, 2909, 2910, 2911, 2912, 2913, 2914, 2915, 2916, 2917, 2918, 2919, 2920, 2921, 2922, 2923, 2924, 2925, 2926, 2927, 2928, 2929, 2930, 2931, 2932, 2933, 2934, 2935, 2936, 2937, 2938, 2939, 2940, 2941, 2942, 2943, 2944, 2945, 2946, 2947, 2948, 2949, 2950, 2951, 2952, 2953, 2954, 2955, 2956, 2957, 2958, 2959, 2960, 2961, 2962, 2963, 2964, 2965, 2966, 2967, 2968, 2969, 2970, 2971, 2972, 2973, 2974, 2975, 2976, 2977, 2978, 2979, 2980, 2981, 2982, 2983, 2984, 2985, 2986, 2987, 2988, 2989, 2990, 2991, 2992, 2993, 2994, 2995, 2996, 2997, 2998, 2999, 3000, 3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006, 3007, 3008, 3009, 3010, 3011, 3012, 3013, 3014, 3015, 3016, 3017, 3018, 3019, 3020, 3021, 3022, 3023, 3024, 3025, 3026, 3027, 3028, 3029, 3030, 3031, 3032, 3033, 3034, 3035, 3036, 3037, 3038, 3039, 3040, 3041, 3042, 3043, 3044, 3045, 3046, 3047, 3048, 3049, 3050, 3051, 3052, 3053, 3054, 3055, 3056, 3057, 3058, 3059, 3060, 3061, 3062, 3063, 3064, 3065, 3066, 3067, 3068, 3069, 3070, 3071, 3072, 3073, 3074, 3075, 3076, 3077, 3078, 3079, 3080, 3081, 3082, 3083, 3084, 3085, 3086, 3087, 3088, 3089, 3090, 3091, 3092, 3093, 3094, 3095, 3096, 3097, 3098, 3099, 3100, 3101, 3102, 3103, 3104, 3105, 3106, 3107, 3108, 3109, 3110, 3111, 3112, 3113, 3114, 3115, 3116, 3117, 3118, 3119, 3120, 3121, 3122, 3123, 3124, 3125, 3126, 3127, 3128, 3129, 3130, 3131, 3132, 3133, 3134, 3135, 3136, 3137, 3138, 3139, 3140, 3141, 3142, 3143, 3144, 3145, 3146, 3147, 3148, 3149, 3150, 3151, 3152, 3153, 3154, 3155, 3156, 3157, 3158, 3159, 3160, 3161, 3162, 3163, 3164, 3165, 3166, 3167, 3168, 3169, 3170, 3171, 3172, 3173, 3174, 3175, 3176, 3177, 3178, 3179, 3180, 3181, 3182, 3183, 3184, 3185, 3186, 3187, 3188, 3189, 3190, 3191, 3192, 3193, 3194, 3195, 3196, 3197, 3198, 3199, 3200, 3201, 3202, 3203, 3204, 3205, 3206, 3207, 3208, 3209, 3210, 3211, 3212, 3213, 3214, 3215, 3216, 3217, 3218, 3219, 3220, 3221, 3222, 3223, 3224, 3225, 3226, 3227, 3228, 3229, 3230, 3231, 3232, 3233, 3234, 3235, 3236, 3237, 3238, 3239, 3240, 3241, 3242, 3243, 3244, 3245, 3246, 3247, 3248, 3249, 3250, 3251, 3252, 3253, 3254, 3255, 3256, 3257, 3258, 3259, 3260, 3261, 3262, 3263, 3264, 3265, 3266, 3267, 3268, 3269, 3270, 3271, 3272, 3273, 3274, 3275, 3276, 3277, 3278, 3279, 3280, 3281, 3282, 3283, 3284, 3285, 3286, 3287, 3288, 3289, 3290, 3291, 3292, 3293, 3294, 3295, 3296, 3297, 3298, 3299, 3300, 3301, 3302, 3303, 3304, 3305, 3306, 3307, 3308, 3309, 3310, 3311, 3312, 3313, 3314, 3315, 3316, 3317, 3318, 3319, 3320, 3321, 3322, 3323, 3324, 3325, 3326, 3327, 3328, 3329, 3330, 3331, 3332, 3333, 3334, 3335, 3336, 3337, 3338, 3339, 3340, 3341, 3342, 3343, 3344, 3345, 3346, 3347, 3348, 3349, 3350, 3351, 3352, 3353, 3354, 3355, 3356, 3357, 3358, 3359, 3360, 3361, 3362, 3363, 3364, 3365, 3366, 3367, 3368, 3369, 3370, 3371, 3372, 3373, 3374, 3375, 3376, 3377, 3378, 3379, 3380, 3381, 3382, 3383, 3384, 3385, 3386, 3387, 3388, 3389, 3390, 3391, 3392, 3393, 3394, 3395, 3396, 3397, 3398, 3399, 3400, 3401, 3402, 3403, 3404, 3405, 3406, 3407, 3408, 3409, 3410, 3411, 3412, 3413, 3414, 3415, 3416, 3417, 3418, 3419, 3420, 3421, 3422, 3423, 3424, 3425, 3426, 3427, 3428, 3429, 3430, 3431, 3432, 3433, 3434, 3435, 3436, 3437, 3438, 3439, 3440, 3441, 3442, 3443, 3444, 3445, 3446, 3447, 3448, 3449, 3450, 3451, 3452, 3453, 3454, 3455, 3456, 3457, 3458, 3459, 3460, 3461, 3462, 3463, 3464, 3465, 3466, 3467, 3468, 3469, 3470, 3471, 3472, 3473, 3474, 3475, 3476, 3477, 3478, 3479, 3480, 3481, 3482, 3483, 3484, 3485, 3486, 3487, 3488, 3489, 3490, 3491, 3492, 3493, 3494, 3495, 3496, 3497, 3498, 3499, 3500, 3501, 3502, 3503, 3504, 3505, 3506, 3507, 3508, 3509, 3510, 3511, 3512, 3513, 3514, 3515, 3516, 3517, 3518, 3519, 3520, 3521, 3522, 3523, 3524, 3525, 3526, 3527, 3528, 3529, 3530, 3531, 3532, 3533, 3534, 3535, 3536, 3537, 3538, 3539, 3540, 3541, 3542, 3543, 3544, 3545, 3546, 3547, 3548, 3549, 3550, 3551, 3552, 3553, 3554, 3555, 3556, 3557, 3558, 3559, 3560, 3561, 3562, 3563, 3564, 3565, 3566, 3567, 3568, 3569, 3570, 3571, 3572, 3573, 3574, 3575, 3576, 3577, 3578, 3579, 3580, 3581, 3582, 3583, 3584, 3585, 3586, 3587, 3588, 3589, 3590, 3591, 3592, 3593, 3594, 3595, 3596, 3597, 3598, 3599, 3600, 3601, 3602, 3603, 3604, 3605, 3606, 3607, 3608, 3609, 3610, 3611, 3612, 3613, 3614, 3615, 3616, 3617, 3618, 3619, 3620, 3621, 3622, 3623, 3624, 3625, 3626, 3627, 3628, 3629, 3630, 3631, 3632, 3633, 3634, 3635, 3636, 3637, 3638, 3639, 3640, 3641, 3642, 3643, 3644, 3645, 3646, 3647, 3648, 3649, 3650, 3651, 3652, 3653, 3654, 3655, 3656, 3657, 3658, 3659, 3660, 3661, 3662, 3663, 3664, 3665, 3666, 3667, 3668, 3669, 3670, 3671, 3672, 3673, 3674, 3675, 3676, 3677, 3678, 3679, 3680, 3681, 3682, 3683, 3684, 3685, 3686, 3687, 3688, 3689, 3690, 3691, 3692, 3693, 3694, 3695, 3696, 3697, 3698, 3699, 3700, 3701, 3702, 3703, 3704, 3705, 3706, 3707, 3708, 3709, 3710, 3711, 3712, 3713, 3714, 3715, 3716, 3717, 3718, 3719, 3720, 3721, 3722, 3723, 3724, 3725, 3726, 3727, 3728, 3729, 3730, 3731, 3732, 3733, 3734, 3735, 3736, 3737, 3738, 3739, 3740, 3741, 3742, 3743, 3744, 3745, 3746, 3747, 3748, 3749, 3750, 3751, 3752, 3753, 3754, 3755, 3756, 3757, 3758, 3759, 3760, 3761, 3762, 3763, 3764, 3765, 3766, 3767, 3768, 3769, 3770, 3771, 3772, 3773, 3774, 3775, 3776, 3777, 3778, 3779, 3780, 3781, 3782, 3783, 3784, 3785, 3786, 3787, 3788, 3789, 3790, 3791, 3792, 3793, 3794, 3795, 3796, 3797, 3798, 3799, 3800, 3801, 3802, 3803, 3804, 3805, 3806, 3807, 3808, 3809, 3810, 3811, 3812, 3813, 3814, 3815, 3816, 3817, 3818, 3819, 3820, 3821, 3822, 3823, 3824, 3825, 3826, 3827, 3828, 3829, 3830, 3831, 3832, 3833, 3834, 3835, 3836, 3837, 3838, 3839, 3840, 3841, 3842, 3843, 3844, 3845, 3846, 3847, 3848, 3849, 3850, 3851, 3852, 3853, 3854, 3855, 3856, 3857, 3858, 3859, 3860, 3861, 3862, 3863, 3864, 3865, 3866, 3867, 3868, 3869, 3870, 3871, 3872, 3873, 3874, 3875, 3876, 3877, 3878, 3879, 3880, 3881, 3882, 3883, 3884, 3885, 3886, 3887, 3888, 3889, 3890, 3891, 3892, 3893, 3894, 3895, 3896, 3897, 3898, 3899, 3900, 3901, 3902, 3903, 3904, 3905, 3906, 3907, 3908, 3909, 3910, 3911, 3912, 3913, 3914, 3915, 3916, 3917, 3918, 3919, 3920, 3921, 3922, 3923, 3924, 3925, 3926, 3927, 3928, 3929, 3930, 3931, 3932, 3933, 3934, 3935, 3936, 3937, 3938, 3939, 3940, 3941, 3942, 3943, 3944, 3945, 3946, 3947, 3948, 3949, 3950, 3951, 3952, 3953, 3954, 3955, 3956, 3957, 3958

Fax 030 / 206 13 28 28  
E-Mail [ccvnews@callcenter-verband.de](mailto:ccvnews@callcenter-verband.de)

CALL CENTER VERBAND DEUTSCHLAND E. V.  
Gertraudenstraße 20  
10178 Berlin

**Frühbucherrabatt**  
in Höhe von 10%  
bis zum 31.07.2022

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

#### ADVERTORIAL (1/2 Seite)

##### Ausgabe 2022

- Ich bin CCV-Mitglied (490,00€ zzgl. 19% MwSt.)  
 Ich bin kein Mitglied (890,00€ zzgl. 19% MwSt.)

#### ADVERTORIAL (1/1 Seite)

##### Ausgabe 2022

- Ich bin CCV-Mitglied (590,00€ zzgl. 19% MwSt.)  
 Ich bin kein Mitglied (1.090,00€ zzgl. 19% MwSt.)

#### Titelbild U1 + 3 Seiten redaktioneller Beitrag

##### Ausgabe 2022

- Ich bin CCV-Mitglied (2.290,00€ zzgl. 19% MwSt.)  
 Ich bin kein Mitglied (3.290,00€ zzgl. 19% MwSt.)

#### ANZEIGE U2/U3 (1/1 Seite)

##### Ausgabe 2022

- Ich bin CCV-Mitglied (1.090,00€ zzgl. 19% MwSt.)  
 Ich bin kein Mitglied (1.490,00€ zzgl. 19% MwSt.)

#### ANZEIGE U4 (1/1 Seite)

##### Ausgabe 2022

- Ich bin CCV-Mitglied (1.290,00€ zzgl. 19% MwSt.)  
 Ich bin kein Mitglied (1.790,00€ zzgl. 19% MwSt.)

## IHRE KONTAKTDATEN

Firma

Vorname | Name

Straße | Nr.

PLZ | Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Ort | Datum

Unterschrift

**BITTE BEACHTEN SIE DEN ANZEIGENSCHLUSS  
AM 14. AUGUST 2022!**

# NEW WORK BRAUCHT FUTURE LEADERSHIP

## Führung ist der größte Hebel

**N**och nie war es wichtiger als heute, Führungskräfte fit für die Zukunft zu machen. New Work ist kein Modewort mehr.

Die Arbeitssituation hat sich durch die Rahmenbedingungen der letzten beiden Jahre dramatisch verändert. Was damals unmöglich war ist heute Realität. Hybrides Arbeiten und flexible Arbeitszeiten erfordern andere



Führung. Menschen in Homeoffices müssen anders geführt werden als vor Ort.

Wir qualifizieren mit Ihnen gemeinsam Ihre Führungskräfte für diese anspruchsvollen Aufgaben und begleiten Sie mit Blended Coaching und Blended-Learning Methoden über unsere digitalen Kanäle sowie persönlich vor Ort.

Gerade wenn Sie Ihre Nachwuchs-Führungskräfte aus den eigenen Reihen rekrutieren, dann nutzen Sie die einmalige Chance zur Entwicklung dieser Beschäftigten.

Vergessen Sie in der Zukunft Begriffe wie „Nachwuchskrätemangel“, „hohe Fluktuationsquote“, „schwache Produktivität und Qualität“ sowie „fehlende Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung“.

Wir erarbeiten die auf Ihre Erfordernisse zugeschnittenen Konzepte mit Ihnen. Coaching und Training gibt es bei uns nicht als Massen-

ware, sondern immer als individuelle Leistung für Sie und für jede Ihrer Führungskräfte.

Wir waren selbst jeder knapp 20 Jahre Führungskraft in der Branche. Wir kennen alle Herausforderungen und wir setzen erfolgreiche Konzepte praxisorientiert um.

**Unsere Kompetenz und Erfahrung für Ihren Erfolg mit unserer Erfolgsformel**

Machen Sie Ihr Unternehmen fit für die Herausforderungen der Zukunft!

**Kontakt zum Unternehmen:**



**Coachingkompetenz UG**

Gerd Conradt, Andrea Hafner

Esztergomstr. 79 | 63477 Maintal

Mail: [info@coachingkompetenz.org](mailto:info@coachingkompetenz.org)

Web: <https://coachingkompetenz.org>

Tel: + 49 6181 4236 297

Mobil: + 49 171 7814 756

# ZUSAMMENARBEIT TRANSPARENT MACHEN

Wenn ein Hilfswerk einen Teil der Telefonie auslagert, kann das Fragen aufwerfen.

**D**ie Arbeit von World Vision Deutschland wird sowohl durch private Spenderinnen und Spender als auch durch öffentliche Geldgeber ermöglicht. Dank der uns anvertrauten Mittel können wir derzeit 310 Projekte in 50 Ländern durchführen.

Das Vertrauen unserer mehr als 160.000 Spenderinnen und Spender in Deutschland ist mit der Erwartung verbunden, dass wir mit diesen Mitteln auch gewissenhaft umgehen. 86,2 % der Spendengelder fließen in die Projektförderung. Die verbleibenden 13,8 % decken unsere Kosten für Verwaltung, Werbung sowie Spenderbetreuung.

Der Einsatz von Agenturen der Customer-Care-Branche ist ein wichtiger Baustein in der Balance zwischen unserem saisonal schwankenden Bedarf, unserem Qualitätsanspruch und den Kosten. Diesen sehr positiven



Aspekt unserer unternehmerischen Steuerung haben wir in der Vergangenheit gegenüber unseren Unterstützerinnen und Unterstützern nicht transparent genug kommuniziert – vor allem, weil „Outsourcing“ nicht immer als positiver Begriff wahrgenommen wird. Wenn wir die Zusammenarbeit nicht aktiv kommunizieren, mindern wir aber neben der Transparenz auch die Wertschätzung, die wir bei unseren Partnern genießen. Aus diesem Grund sind wir dazu übergegangen, auf unserer Webseite darzustellen, mit welchen Partnern wir zusammenarbeiten ([www.worldvision.de/](http://www.worldvision.de/)

zusammenarbeit-agenturen). Auch im täglichen Kontakt mit Spenderinnen und Spendern klären wir viel aktiver über die Zusammenarbeit mit Partnern auf. Durch gezielte Hilfe zur Selbsthilfe unterstützt World Vision Kinder und ihr Umfeld im Kampf gegen Armut und Ungerechtigkeit. Dieser Kampf wird durch Mitglieder der Customer-Care-Branche aktiv unterstützt. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

**Kontakt:**

**World Vision Deutschland e. V.**



Am Zollstock 2 – 4,

61381 Friedrichsdorf

[www.worldvision.de](http://www.worldvision.de)

**Ansprechpartner:**

Oliver Schoenstein

Leiter Vertrieb & Service

[oliver.schoenstein@wveu.org](mailto:oliver.schoenstein@wveu.org)

# VIDEOS IM CUSTOMER CARE:

## Viel mehr als „nur“ Hilfe zur Selbsthilfe

**H**ilfe-Videos ergänzen und entlasten den persönlichen Support – sie steigern aber auch die Kundenzufriedenheit und stärken das Vertrauen in die Marke.

Rund 450.000 Kunden nutzen Software sowie Cloud- und IT-Dienstleistungen der DATEV eG. Und egal, ob bei der digitalen Zusammenarbeit zwischen Steuerkanzlei und Unternehmen oder beim „Selbstbuchen“: jedes Jahr entstehen dabei über 2 Millionen Kundenkontakte allein im Support. Bei diesen Mengen stoßen selbst die rund 1.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Service an natürliche Grenzen. Um die Beratung am Telefon oder per Mail zu ergänzen und insbesondere die häufig gestellten Fragen jederzeit schnell und komfortabel zu beantworten, setzt DATEV deshalb neben klassischen Hilfe-Texten unter anderem auch auf Hilfe-Videos. Die Bandbreite reicht dabei von kurzen Bildschirmaufzeichnungen, in denen der Sprecher oder die Sprecherin aus dem „Off“ kommt, bis hin zu nachrichtenähnlichen Formaten mit einer moderierenden Person, die im Bild zu sehen ist. Insbesondere bei letzterem Format zeigt sich im Kundenfeedback, dass gute Videos nicht „nur“ Fragen beantworten und Kenntnisse vermitteln, sondern auch die Kundenzufriedenheit steigern und das Vertrauen in die Marke stärken.

### Viele Aufrufe, positives Feedback, gute Noten

Mit im Schnitt über 70.000 Hilfe-Video-Aufrufen pro Monat auf unterschiedlichen Plattformen zeichnet sich auch bei DATEV eine Entwicklung ab, die viele Arbeits- und Lebensbereiche längst erobert hat: Video-Content ist omnipräsent und hilft in allen möglichen und unmöglichen Lagen beim Lösen von Problemen. Exemplarisch sei hier eine DATEV-Kundenstimme zitiert, die beschreibt, wie Videos wirken: „Durch die anschaulichen Hinweise im Programm mit den Erläuterungen der Moderatorin kann man die Änderungen besser nachvollziehen.“ Stimmen dieser Art sind zahlreich: Fast 5 Prozent Feedback-Quote bei den Videos mit Moderator oder Moderatorin sprechen ebenso für sich wie eine durchschnittliche Zufriedenheit von 4,75 Sternen (von 5).



Zum Vergleich: Bei den reinen Bildschirmaufzeichnungen liegt die Feedback-Quote aktuell bei unter einem Prozent und die Zufriedenheit bei 4 Sternen. Unabhängig von der konkreten Videogestaltung ist der positive Effekt von visuellen Informationen auch durch Studien gedeckt: Sie werden vom Gehirn 60.000 Mal schneller verarbeitet und auch länger gespeichert als reiner Text – die Wissenschaft spricht hier von so genannten „Picture Superiority Effect“.

### Biete Deinen Video-Content da an, wo der Kunde bereits ist

Feedback zu den Hilfe-Videos erhebt DATEV systematisch und lässt die Wünsche und Anforderungen in die Weiterentwicklung des Angebots einfließen: So entstand auch das neue Gerüst zum Relaunch des Hilfe-Video Channels auf Youtube, dessen Inhalte jährlich über 500.000mal geklickt werden und der mittlerweile mehr als 5.000 Abonnenten erreicht. Wer will, dass seine Videos gut gefunden werden, kommt an Youtube nicht vorbei. Seit 2006 gehört die weltweit größte Videoplattform zu Google, zu dem nicht mehr gesagt werden muss, welche Rolle es beim Suchen und Finden von Webinhalten spielt. Und auch Youtube selbst hat sich Schritt für Schritt zu einer eigenen Video-Suchmaschine entwickelt. Kurz gesagt: Biete Deinen Video-Content da an, wo der Kunde bereits ist.

### Videos helfen – auch beim Verkaufen

Dass die eigenen Videos gut gefunden werden, ist übrigens nicht nur aus Support-Perspektive relevant. Denn Videos spielen auch bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle: Knapp 50 Prozent der Interessenten schauen sich laut einer Salesforce-Studie vor dem Kauf unterschiedliche Content-Arten an, von denen wiederum Videos die meiste Aufmerksamkeit auf sich ziehen, noch vor White Papers und Blogs.

Diese Wirkung auf die eigene Marke sollten Entscheider im Customer Care immer mit in die Waagschale werfen, wenn sie im Unternehmen für Video-Budgets argumentieren. Wer ausschließlich auf meist günstiger und schneller zu produzierenden Text setzt, lässt viele Chancen ungenutzt.

### Kontakt zum Unternehmen



**DATEV eG**

Paumgartnerstraße 6–14 | 90329 Nürnberg  
Tel. +49 (0) 91 13 19-0  
[info@datev.de](mailto:info@datev.de) | [www.datev.de](http://www.datev.de)

# VIDEO – DER NÄCHSTE SCHRITT IM CONTACT CENTER

## Wie Unternehmen von Video-Chats profitieren können

**D**as Contact Center ist im Wandel – der telefonische Kontakt macht nach wie vor den Hauptanteil der Kommunikation aus, doch die digitalen Kanäle wachsen. Viele einfache Anfragen können Kunden bereits über Self-Service-Angebote wie Live-Chat oder Chat-Bots lösen. Bei wichtigen Anliegen wünschen sie sich immer noch die Möglichkeit, mit einem echten, empathiefähigen Menschen zu sprechen. Das Gefühl, wirklich gehört und verstanden zu werden, ist essenziell für das Vertrauen in ein Unternehmen. Als Hersteller professioneller Audio- und Videokonferenzlösungen betrachtet Jabra die Rolle des Telefons bzw. Voice- oder Video-Chats in der Kundenkommunikation sehr genau und sieht Video als nächsten logischen Schritt für Contact Center.

### Mehrwert durch Video

Im Bereich Online-Banking gibt es einige hervorragende Anwendungsfälle, bei denen die Video-Chat-Funktion einen enormen Mehrwert bringt. Um zum Beispiel ein Bankkonto online zu eröffnen, muss man als Kunde eine Postfiliale aufsuchen und sich mit dem Postident-Verfahren ausweisen. Seit 2015 bietet die Post die Alternative, dies über einen Video-Chat zu erledigen. Kunden halten ihren Ausweis in die Kamera, erhalten eine TAN-Nummer und können alle weiteren

notwendigen Schritte online vollziehen. Auch Banken selbst nutzen diese Form der Identifizierung für andere Leistungen und Services. Auf der Hand liegt der Mehrwert von Video auch bei Produkten, die beratungsinintensiv sind und ein besonderes Vertrauensverhältnis erfordern, wie zum Beispiel die Aufnahme eines Kredits. Browserbasierte Live- und Video-Chats bieten nützliche Features wie Screen Sharing oder Co-Browsing, die es dem Mitarbeiter erlauben, dem Kunden beim Ausfüllen von Formularen oder der Konfiguration von Produkten behilflich zu sein. Und auch für die Inklusion beispielsweise hörgeschädigter Menschen ist Video ein wertvoller Kanal.

### Auf die richtige Hardware kommt es an

Contact Center Agents müssen im Umgang mit ihren Kunden viel Fingerspitzengefühl beweisen. Doch ihre herausragenden Fähigkeiten nützen wenig, wenn die Technik nicht stimmt. Feinheiten in der Stimme wie Intonation oder Stimmlage drücken Emotionen aus und sind daher in der Kommunikation enorm wichtig, gleichzeitig können sie häufig am Telefon nicht so gut herausgehört werden. Hochwertige Headsets, die eine natürliche und klare Sprachübertragung ermöglichen, erzielen hier sehr gute Verbesserungen. Dasselbe gilt auch für Video: Wird die Körpersprache optimal über-



tragen, verbessert dies auch die Verständigung. Mit der PanaCast 20 hat Jabra nun eine persönliche Videokamera gelauncht, die genau für diesen Einsatz optimal ist. Mit fortschrittlichen Prozessoren sowie einer 13 Megapixel-Kamera liefert sie kristallklare Echtzeit-4K-Ultra-HD-Bilder. Dazu analysiert sie die Umgebung und optimiert automatisch die Beleuchtung des Bilds. Der intelligente Zoom folgt den Bewegungen des Nutzers und passt den Bildausschnitt an, sodass der Nutzer immer zentral im Bild ist. Ein Picture-in-Picture-Modus ermöglicht einen Dual-Stream, um beispielsweise eine Website zu zeigen. Dabei ist die PanaCast 20 klein, lässt sich an jeden Monitor anbringen und durch einfaches Plug-and-Play bedienen.

### Eine Chance für die Zukunft

Unternehmen und Contact Center sollten Video als zusätzlichen Kanal ernsthaft in Betracht ziehen. Kunden werden zunehmend danach fragen und es erwarten, dass sie einen Mitarbeiter des Unternehmens zu Gesicht bekommen können – besonders wenn alle anderen Touch Points digitalisiert und automatisiert sind. Speziell bei jüngeren Generationen, die beim Anblick eines Festnetztelefons die Stirn runzeln, wird der Video-Chat schnell Akzeptanz gewinnen.



### Kontakt zum Unternehmen



GN Audio Germany GmbH | JABRA  
Hochstraß-Süd 7  
D-83064 Raubling | Germany  
[www.jabra.com.de](http://www.jabra.com.de)

# CCC ist jetzt TELUS International

## Mit gewohnt hohen Qualitätsstandards



**S**eit Anfang 2020 ist CCC offiziell Teil von TELUS International. Die außergewöhnliche und international mehr als 60-fach ausgezeichnete Unternehmensgeschichte von CCC wird jetzt unter dem Namen TELUS International fortgesetzt.

Gestärkt durch diesen Zusammenschluss mit einem globalen Player blickt das Unternehmen in eine positive Zukunft mit weiteren Expansionsschritten. Mit aktuell 50.000 Teammitgliedern an mehr als 50 globalen Standorten, bietet TELUS International innovative End-to-End Lösungen und Technologien der nächsten Generation, mit dem Fokus auf der permanenten Optimierung der Customer Experience über alle klassischen und digitalen Kommunikationskanäle hinweg.

Ein wesentlicher Faktor der Marktdifferenzierung ist die Digital Experience und die optimale Verknüpfung der einzelnen Touchpoints. Das umfassende Angebot von AI-Expertise und BOT-Technologien ermöglicht menschliche Interaktionen mit Echtzeit-Einsichten zu ergänzen oder zu simulieren. Die Partnerschaften mit Marktführern, aus unterschiedlichen Branchen, stärken die Erfolgsbilanz von TELUS International.

Während der COVID-19-Pandemie ist es, mit großartiger Unterstützung der Mitarbeiter, Partner und IT gelungen, in kürzester Zeit

Lösungen im Home-Office zu schaffen und die gewohnt hohe Qualität beizubehalten. TELUS International konnte geplante Projekte umsetzen, bestehende Partnerschaften erfolgreich pflegen und vereinbarte Ziele erreichen oder übertreffen.

### Neuer Standort in Banja Luka, Bosnien und Herzegowina

Seit April 2021 ist TELUS International – neben Sarajevo – mit seinem zweiten Standort in Banja Luka operativ tätig.

Das Team von aktuell 100 Mitarbeitern arbeitet an einem internationalen Projekt in der Telekommunikationsbranche. Insgesamt betreuen derzeit rund 400 motivierte Mitarbeiter den lokalen und internationalen Markt durch erstklassigen Kundenservice an den beiden Standorten.

Bis Ende des Jahres erwartet Sarajevo ein Geschäftswachstum von über 70%, einen weiteren Geschäftsausbau sowie eine Verdoppelung der Mitarbeiterzahl in der Niederlassung in Banja Luka. Die aktuelle Expansion in Bosnien und Herzegowina stärkt die bestehende Präsenz in Südosteuropa.

### Auszeichnungen für das Team

Im vergangenen Jahr erhielt das bosnische TELUS International Team mit seinem Part-

ner Tchibo bei den International Business Stevie® Awards eine Auszeichnung in der Kategorie „Kundenservice-Team des Jahres“.

Beim weltweiten Finale der Global Top Ranking Performers Awards wurde das Projekt 2021 in der Kategorie „Best in Customer Service“ mit Gold ausgezeichnet.

### Über TELUS International:

TELUS International (NYSE und TSX: TIXT) entwirft, erstellt und liefert digitale Lösungen der nächsten Generation, um das Kundenerlebnis (CX) für globale Marken zu verbessern. Die Services des Unternehmens unterstützen den gesamten Lebenszyklus der digitalen Transformationsreisen seiner Kunden und ermöglichen digitale Technologien der nächsten Generation schneller zu nutzen, um bessere Ergebnisse zu erzielen. Die integrierten Lösungen und Funktionen von TELUS International umfassen digitale Strategien, Innovation, Beratung und Design, Lösungen für digitale Transformation und IT-Lebenszyklen, Datenanmerkungen und intelligente Automatisierung sowie Omnichannel-CX-Lösungen, die Content-Moderation, Vertrauens- und Sicherheitslösungen sowie andere verwaltete Lösungen umfassen. TELUS International unterstützt alle Phasen des Unternehmenswachstums und arbeitet mit Marken aus wachstumsstarken Branchen zusammen, darunter Technologie und Gaming, Kommunikation und Medien, E-Commerce und Fintech, Gesundheitswesen sowie Reisen und Gastgewerbe.

Erfahren Sie mehr unter:  
[telusinternational.com](https://telusinternational.com).

### Kontakt zum Unternehmen



**Jan Karls**  
Director Business  
Development

Tel.: 0049 (0)30 52 00 25-759  
[jan.karls@telusinternational.com](mailto:jan.karls@telusinternational.com)

# Competence Call Center ist jetzt

 **TELUS**<sup>®</sup> International

