

CallCenter in Deutschland: Kein Platz für Emotionen?

Eine nicht unkritische Betrachtung zu einem kritischen Thema.

Jahrzehnte arbeiteten CallCenter-Nutzer und -Betreiber erfolgreich daran, jedwede zwischenmenschliche Regung in der Telekommunikation und im elektronischen Briefwechsel zu unterbinden, nahezu auszuschließen. Als äußerst hilfreich hierbei erwies sich der Wandel vom „Freisprechen“ zur kontrollierten „Sprach-Architektur“ – vom „Freidenken“ zur genormten „Korrespondenz-Prosa“ auf ultimativen Mausclick: „Richtlinien“, „Eckwerte“, „Bausteine“ – „powered by Call-Prompter“. Nichts bleibt so mehr dem Zufall überlassen, die ‚Center Agents‘ wissen „automatisch“, wie man in einen Outbound Call reinkommt und vom Inbound Call raus. Ohne zu zögern, ohne in Argumentationsnotstand zu geraten. Alles klinisch freundlich, emotionsbereinigt. „Perfekt!“, so scheint es.

„Wirklich perfekt?“ fragt sich seit Jahren Helmut Schiffner, Gründer, Inhaber und Geschäftsführer der Datex-Perfekt GmbH mit annähernd 400 Mitarbeiterinnen in Küps/Bayern. „Wie verträgt das sich eigentlich, die persönliche Entfaltungsmöglichkeit und Emotion der Mitarbeiter im Dialog mit Kunden „linear“ einzufrieren – und gleichzeitig zu erwarten, dass selbige Mitarbeiter die Emotionen, sprich: die Kauflust des Kunden schüren? Wer sagt eigentlich, dass ein Sach- und Fachdialog keine gewisse Individualität und „persönliche Duftnote“ verträgt – bestimmt nicht der Kunde!“

Zu dieser längst überfälligen Erkenntnis, so Schiffner, kommen mittlerweile selbst große Konzerne, die sich bekanntlich schwer tun damit, sich von gehegten und gepflegten Dogmen zu trennen: weg von der stereotypen teil- und vollautomatisierten eMail-Bearbeitungsideologie, zurück zur individuelleren Kundenansprache – im geschriebenen wie im gesprochenen Wort, das ist wieder das Zeichen der Zeit. „Der Kunde steht im Mittelpunkt“ als Standard-Credo alleine genügt nicht mehr – es kommt vielmehr darauf an, **w i e** er künftig im Mittelpunkt steht. „Darin sollten wir alle uns flexibel zeigen – denn wir, die Telefonpartner unserer Kunden, können durch eine besonders persönliche Art dafür sorgen, dass der gute Draht zu ihm weiterhin bestehen bleibt, statt ihn an die Fraktion *Anonyme Online User* zu verlieren.“

Datex-Perfekt jedenfalls praktiziert seit jeher eine gelungene Mischung von Emotion und Konvention – mit Erfolg. Deshalb beschäftigen wir auch *Nette Kolleginnen am Kundentelefon* und keine *Call- oder Customer Service-Agents*“, bemerkt Schiffner augenzwinkernd. Was können Nutzer und Betreiber von

CallCentern darüber hinaus tun, was ändern? ‚Big Number e.V., Verein zur Förderung des Call Center Standortes Bayern‘, unterstützt vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, macht es sich verstärkt zur Aufgabe, die Belange der CallCenter-Branche in der Öffentlichkeit zu kommunizieren – insbesondere was das durch „Schwarze Schafe“ und durch tendenziös negative bis böswillige Berichterstattung (Günter Wallraff) beschädigte Image anbetrifft. Es gilt, mit Klischees aufzuräumen, die zwar einer Minderheit zuzuschreiben sind, aber leider auf die gesamte Branche ausstrahlen. Es müsse auch die anspruchsvolle Dienstleistung sowie die qualifizierte Berufschance hervorgehoben werden, so der Bayerische Wirtschaftsminister a.D. Erwin Huber.

‚Big Number e.V.‘ wird sich in der bevorstehenden Jahreshauptversammlung konkret mit folgenden Themen befassen: „CallCenter sind besser als ihr Ruf! Sie verkaufen sich nur schlecht.“ Und: „Wir machen alles richtig. Was ist falsch daran?“ Die nötige Inspiration holen sich die Mitglieder u.a. bei „Neue Lernwelten auf Schloßhof Hain“.



Helmut Schiffner

Geschäftsführer Datex-Perfekt, Küps