

# Call-Center

BERATUNGSBRIEF VON **GÜNTER GREFF**



AUSGABE 11/2010 – NOVEMBER

www.Call-Center-Experts.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe November 2010

### Holen Sie sich Ihren Call-Center-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Günter Greff

#### Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im  
2-Monats-Abo



# www.Call-Center-Experts.de

**Die Macht der Verbände:**

## Wie sinnvoll sind Mindestlöhne?

**Die Löhne der Callcenter-Mitarbeiter sinken offenbar weiter. Auf eine kleine Anfrage der Partei „Die Linken“ liegt mittlerweile die Antwort der Bundesregierung vor (kann bei [www.Call-Center-Experts.de](http://www.Call-Center-Experts.de) heruntergeladen werden). Doch ist die Callcenter-Branche überhaupt verhandlungsfähig, wenn es um so entscheidende Themen geht? Call-Center-Experts sprach mit Dr. Simon Juraschek, der im DDV auch für die Callcenter verantwortlich ist.**



**Herr Dr. Juraschek, wie ist Ihre persönliche Einstellung zum Thema Mindestlohn für die Callcenter-Branche?**

Ich bin der Meinung, dass Callcenter-Agents mehr verdienen sollten. Der Job ist anstrengend und fordert ein gerüttelt Maß an Stressresistenz und Frustrationstoleranz ab. Wir dürfen aber nicht vergessen, dass es nicht die Dienstleister sind, die die Preise und damit den Marktwert dieser Dienstleistung bestimmen. Wer regelmäßig mit den Vorständen und Geschäftsführern unserer Branche spricht, der weiß sowohl um die Margen-Situation als auch um die Tatsache, dass viele gern besser entlohnen würden, dies wirtschaftlich aber nicht darstellbar ist. Wir können die Rechnung nicht ohne den Wirt machen. Einen Mindestlohn halte ich nur für das letzte Mittel der Niveauregulierung, da die Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen sehr schwer zu erreichen ist.

**Nun ist es ja so, dass viele firmeneigene Callcenter bereits in andere Tarifverträge eingebunden sind, z.B. der Versandhandel im Einzelhandel usw. Können DDV und CCF (Callcenter-Forum) in dieser Frage nur noch die Interessen der Dienstleister vertreten?**

Der Themenkreis rund um die Entlohnungssituation in Callcentern, den wir derzeit mit Klaus von Dohnanyi diskutieren, beschränkt sich richtigerweise auf die Dienstleistungsunternehmen.

**Apropos DDV und CCF, wie klappt denn da die Zusammenarbeit, gerade auch was das Thema „Mindestlöhne“ betrifft?**

Vernünftigerweise stimmen wir uns ab. Das ist ja wohl auch das Mindeste, was die Mitglieder beider Organisationen erwarten dürfen. Hier geht es ja nicht ums Kekse backen, sondern um politische Prozesse mit Reich- und Tragweite. Wer in einer solchen Situation Sachfragen hinter persönliche Eitelkeiten und Abteilungsegoismen stellt, handelt grob fahrlässig und verantwortungslos. Dennoch: Es sind zwei verschiedene Institutionen mit heterogener Mitgliederstruktur. Und die dürfen auch mal unterschiedlicher Meinung sein.

**Die Partei „Die Linken“ meint ja, gemeinsam könnten die beiden Interessenverbände durchaus den notwendigen Organisationsgrad von 50 Prozent erreichen und wären dadurch auch ein Gesprächspartner für den Tarifpartner, sprich die Gewerkschaft „Ver:di“. Was meinen Sie dazu, Herr Dr. Juraschek?**

Ohne für Tarifverhandlungen werben zu wollen: Die Branche kann sich nicht mehr wegducken. Wer glaubt, dass die Kopf-in-den-Sand-stecken-Politik der letzten Jahre fortgeführt werden kann, hat nicht verstanden, was derzeit passiert. Der mangelnde Organisationsgrad der Callcenter-Dienstleistung kann kurzfristig dazu führen, dass man in Entscheidungsprozesse, von denen man unmittelbar und massiv betroffen ist, nicht mehr eingebunden wird. Das kann nicht gewollt sein. **Fortsetzung auf Seite 5**

### Dr. Simon Juraschek

ist CEO der JCG Consulting Group AG. Der ausgewiesene Vertriebs- und Marketingexperte war zuvor im Managementteam von HanseNet (vormals AOL Deutschland) für das strategische Partnermanagement des Konzerns verantwortlich. Dr. Juraschek ist seit über 12 Jahren im Customer-Care-, Dialogmarketing- und Callcenter-Umfeld aktiv. In Toppositionen europäischer und weltweit aufgestellter Unternehmen prägte er die Trends und Entwicklungen auf diesen Gebieten aktiv mit. Neben seiner unternehmerischen Tätigkeit ist er gleichzeitig Vorstand im Deutschen Dialogmarketing Verband (DDV) und leitet dort das Council Telemedien- und Callcenter-Services. Darüber hinaus ist er Vorstandsmitglied im Branchenverband FST Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V., Vorsitzender des Aufsichtsrats der DialogTeams AG in Bensheim sowie Dozent an verschiedenen Universitäten und Akademien, unter anderem an der Deutschen Dialogmarketing Akademie (DDA).

Fortsetzung von Seite 4

**Mal im Ernst, Mindestlöhne wären doch wirklich gut für unsere Branche. Welche wirklich ernsthaften Anstrengungen machen denn da der DDV und das CCF?**

Gut wäre eine bessere Bezahlung in einzelnen Strukturen, Bereichen und Unternehmen. Dass es dafür Mindestlöhne braucht, das sagen Sie. Der DDV hat als Branchenverband kein Mandat dieses Zeppter aufzunehmen. Nichtsdestotrotz wissen wir als größter nationaler Zusammenschluss von Unternehmen der Dialogmarketingbranche in Europa und einer der Spitzenverbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland um unsere Verantwortung und nehmen diese auch wahr. Ich bitte um Verständnis, dass ich dies zum jetzigen Zeitpunkt nicht konkretisieren möchte.

**Mir fällt da gerade noch ein anderes Thema ein. Ich erinnere mich an eine große Imagekampagne, die mal geplant war. Was ist eigentlich daraus geworden?**

Die wurde auch umgesetzt, mit Anzeigen in Stern und Fokus, digitaler Kommunikation sowie intensiver Lobbyarbeit. So etwas kann aber immer nur eine flankierende Maßnahme sein. Um unser Image nachhaltig zu verbessern, müssen wir unser Handeln nachhaltig verändern. Die viel zitierten schwarzen Schafe sucht man am Rand oft deswegen vergebens, weil sie sich teilweise eben auch in unserer gefühlten Mitte befinden. In meinem Impulsvortrag „Imagerevision“

zur CallCenterWorld 2011 werde ich noch deutlicher. Das wird nicht jedem gefallen.

**Herr Dr. Juraschek, es wäre doch toll, wenn die Branche mal wirklich an einem Strang ziehen würde. Wir brauchen weder fünf überregionale Veranstaltungen noch zwei Verbände. Sehen Sie die Chance, dass DDV und CCF mal zusammengehen?**

Ihre These unterstütze ich ohne Einschränkung. Ich antworte so: Mit mir wäre das zu machen. Allerdings müssten die Rahmenbedingungen stimmen. Der DDV, 1948 gegründet, ist als der Ansprechpartner für Dialogmarketing in der Politik angekommen und betreibt intensive und erfolgreiche Lobbyarbeit in Berlin und Brüssel. Dieses Profil darf nicht verwässert werden.

**Und die letzte Frage an Sie persönlich, welche Rolle werden denn die Callcenter in der nahen Zukunft noch für Kundenservice und Verkauf spielen?**

Eine wichtige, wenn wir verstehen lernen, dass man diesen tollen Kanal nicht weiter überreizen darf, dass nicht immer die kurzfristige Kampagnenprofitabilität im Vordergrund stehen muss, um nachhaltig wirtschaftlich erfolgreich zu handeln, und dass die Floskel „Schön, dass ich Sie erreiche“ aus jedem Gesprächsleitfaden auf ewig verbannt gehört.

## NEWS

**UC-LÖSUNGEN:**

**Polycom diskutiert mit Partnern**

Highlight der fünften deutschen Polycom Partnerkonferenz, die in diesem Jahr am 12. Oktober 2010 in Frankfurt stattfand, war die Podiumsdiskussion mit führenden Entwicklungs- und Vertriebspartnern des „Polycom® Open Collaboration Network“. Gemeinsam mit namhaften Vertretern von Microsoft, HP, Siemens, Juniper und Broadsoft hat Polycom die Zukunft von Unified Communication & Collaborations (UCC) sowie gemeinsame Strategien und Pläne auf einer offenen Podiumsdiskussion erörtert. Die Botschaft war eindeutig: Bestimmte in der Vergangenheit noch die klassische Kommunikation per Telefon über Festnetz oder Handy sowie E-Mail den Alltag in Unternehmen, setzen sich innovative Lösungen wie Video-Conferencing, Messaging und Content-Sharing sowie Presence-Funktionen immer weiter durch. Gleichzeitig spielen Managed-Services und Cloud Computing eine immer größere Rolle, und das nicht nur in Konzernen. Unternehmen jeder Größe setzen auf UC, um

ihre Kommunikationslösungen miteinander zu kombinieren, die bislang isoliert voneinander genutzt wurden. Daher ist es nicht überraschend, dass kein einzelner Anbieter allein in der Lage ist, Komplettlösungen anzubieten oder die führende, allumfassende Lösung abzubilden, die sämtliche Anforderungen der Kunden erfüllt. Die Polycom Open Collaboration Network Strategy verfolgt das Ziel, integrierte, umfassende UC-Lösungen für Unternehmen jeder Größe und Branche anzubieten, die die Lücke zwischen IT und Telekommunikation schließen. Durch die Zusammenarbeit mit führenden Anbietern von UC-Lösungen ist Polycom in der Lage, Unternehmen produktivitätssteigernde und kostensenkende Telepresence-, Video- und Sprachkommunikationsprodukte als integrierte Komponenten von UC-Umgebungen bereitzustellen. Diese ermöglichen es Anwendern, bei ihren täglichen Arbeitsabläufen jederzeit problemlos auf Technologien zurückzugreifen, die in eine leicht zu implementierende und einfach zu verwaltende Gesamtlösung eingebettet sind. [www.polycom.com](http://www.polycom.com)