

«Arbeiten im Call Center»

Eine Fallstudie zur Arbeitssituation und
der beruflichen Perspektiven von Call-
Center-Beschäftigten in der Schweiz

Aufbau des Vortrags

1. Informationen zur Forschung
2. Forschungsgegenstand Call Center
3. Ergebnisse und Thesen
 - Arbeitsgestaltung und -situation
 - Anforderungen/Entwicklungsmöglichkeiten/
Berufsbild
 - Call Center in der öffentlichen Diskussion

1. Forschung

- Auftragsstudie der Gewerkschaft Medien und Kommunikatoin *syndicom* & Stiftung sovis
- Dauer der Studie ca. 1 Jahr (Mai 2014 bis Juli 2015)
- Studie bezieht sich auf die Branchensituation in der gesamten Schweiz

Untersuchungsrahmen

- Entwicklungen in der Call-Center-Branche
- Arbeitssituation in Call-Center-Betrieben
- Perspektiven der beruflichen Grundausbildung

Fachfrau_mann Kundendialog

Interviewanalyse

- 12 Unternehmen als Stichprobe
- Insgesamt wurden 45 Interviews durchgeführt
- Medienanalyse aus 5 Jahren, 138 Artikel
- Themeschwerpunkte:
 - Erwerbsbiografie
 - Arbeitssituation
 - Berufliche Perspektiven

2. Forschungsgegenstand «Call Center»

„Call Center sind Grenzstellen und bezeichnen eine bestimmte rationalisierte Organisationsform kommunikationsorientierter Dienstleistungsarbeit.“

«Call Center»

- Grenzstelle zwischen Unternehmen und Umwelt (Kunden)
- Arbeitsabläufe sind von Technologien geprägt
- Kommunikationsarbeit auf zwei Ebenen:
 - Sachbearbeitungsebene
 - kommunikationsebene

3. Ergebnisse - Arbeitssituation

- Zwischen effizienz- und kundenorientierter Arbeit
- Flexible Arbeitsweise in starren Arbeitszeitstrukturen
- Erweiterung des Aufgabenspektrums
- Beschleunigung der Arbeit

Arbeitsleistung

Effizienzorientierte Arbeitsweise erfordert von Agent_innen eine beschleunigte und standardisierte und routinierte Bearbeitung der Arbeit.

Kundenorientierte Arbeitsweise erfordert von Agent_innen unmittelbare situative und flexible Anpassungen an die Bedürfnisse und Anliegen des Gegenübers.

„...wenn der Kunde anruft, ist es unsere Pflicht dem Kunden den Wunsch zu erfüllen. Das ist meine Grundeinstellung. Das hat sich nach wie vor nicht verändert aus Sicht der Unternehmung. Aber aus Sicht der Arbeitnehmer hat es sich schon verändert. Ich denke das Dienen, was vielleicht ein bisschen altmodisch tönt, haben viele heute verloren. Es ist heute eher egoistisch. Die Leute schauen nur noch für sich. Was mich immer stresst mit meinen Vorgesetzten. Ich habe zu lange AHTs. Das sind die Zeiten, welche man braucht wenn der Kunden anruft und bis dieser Fall abgeschlossen ist. Ich setze auf Qualität, ich bin der Detektiv und wenn jemand ein Anliegen hat und ich es nicht gerade finde, dann gebe ich nicht auf, bis ich es gefunden habe. Durch das habe ich vielleicht 10 Minuten für ein Gespräch, aber ich weiss der Kunde ist zufrieden er hat seine Antwort bekommen. Andere sagen oftmals: Sie, ich finde es gerade nicht, rufen sie nochmals an. Dann kommt er besser an, weil er eine kürzere Zeit hat, aber der Kunde ist nicht zufriedengestellt. Da habe ich eine andere Ansicht und diese Ansicht umzusetzen ist mit Zeitaufwand verbunden. Da habe ich Mühe zu verstehen.“ (M6 CC5 S. 6)

„Jetzt kommt die Adresse automatisch, da können wir nichts machen, ausser anklicken, dass man frei ist für das nächste Gespräch. Wir können nichts machen, wie schnell die nächste Adresse reinkommt. Heute werden acht Leute gleichzeitig angerufen und wenn ein Agent frei ist wird durchgestellt. [...] Das ist heute eine Massenabfertigung geworden. Ich finde es am Anschlag, auch für den Kunden, bei dem läutet unter Umständen permanent das Telefon [...] Ich würde weniger schnell anrufen. Wenn er das Abo nicht mehr hat, rufen wir schon nach 14 Tagen an. Ich würde länger warten. Ich würde das Telefon auch so einstellen, dass es weniger oft anruft, damit wir mit jedem Kunden mehr Zeit verbringen können. Mehr auf Qualität wieder gehen. Wir hätten dann vielleicht ein paar Abos pro Tag weniger, würden auch weniger Adressen verbrauchen, aber wir würden den Kunden nicht so bombardieren, wir würden wieder etwas zurück zu den Wurzeln kommen.“ (MA 1 CC 10 S.5)

Flexible Arbeitsweise

- Unternehmensorientierte Arbeitszeitmodelle
- Arbeitszeitgestaltung von der Kapazitätsplanung abhängig
- Unvorhersehbare Entwicklung, tägliche Nachsteuerung
- Bereitschaft zur Flexibilität

Aufgabenspektrum für Call-Agent_innen steigt



“How long have you been multitasking?”

Herausforderung im Arbeitsalltag

Beschleunigung der Arbeit:

- erhöhtem Arbeitsvolumen und/oder Zusatzleistungen bei gleichbleibender Arbeitszeit
- der zeitlichen Verdichtung der einzelnen Arbeitsabläufe (Anrufbearbeitungszeit) und der daraus folgenden höheren Arbeitstaktung
- der Automatisierung und Standardisierung von Abläufen und der daraus resultierenden kürzeren Reaktionszeit für Agent_innen
- der Straffung von Kundengesprächen.

Anforderungen

- Fachkenntnisse: Sprachenkenntnisse, technisches Verständnis, abgeschlossene Ausbildung (gerne KV, Detailhandel oder Gastronomie)
- Sozialkompetenzen: Kommunikationsfähigkeit, Stressresistenz, Teamfähigkeit, Motivation, positive Einstellung, angenehme Stimme...

Entwicklungsmöglichkeiten

- Stundenlohn -> Festanstellung -> diverse Skills und Betreuungsbereiche als Agent hinzugewinnen -> Karrierepfade in drei Bereichen: Personalführung, technischer Support (2nd Level) oder Planung und Projektarbeit -> Callcentermanagement
- Viele ehemalige Agents in mittleren Ebenen – evtl. mit Nachholen einer spezifischen Ausbildung
- Managementebene: AkademikerInnen
- Aber: „die Spitze der Pyramide ist dünn“

Entwicklungsmöglichkeiten

„Alle die hier bleiben wollen, möchten aufsteigen. Es herrscht zumindest die Illusion dass jeder aufsteigen kann. Inwieweit es dann Realität wird kann ich auch nicht beurteilen. Wenn man natürlich sieht, dass die leitenden Positionen von Leuten besetzt sind, die in einem Call Center gearbeitet haben und die auch "gecallt" haben, dann verdeutlicht es ja auch, dass jeder eine Aufstiegschance hat. Es ist sicherlich für die Motivation der Mitarbeiter nicht schlecht. Also wenn Stellen ausgeschrieben werden, ist immer ein sehr grosses Feedback. Auf jeden Fall. Dann bewirbt sich jeder. Das ist schon so. Jeder fühlt sich berufen sich darauf zu bewerben.“ (MA2, Externes Callcenter Telekommunikation + IT), S.8/9)

Berufsbild

- **Professionalisierung:** Quereinsteiger ohne ausgewiesene Qualifikation -> Ausbildung/Diplome in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband Callnet -> seit 2011 Grundbildung Fachmann/Fachfrau Kundendialog
- 3 Lehrjahre, Arbeitsorganisation, Kommunikation, Stressmanagement, Kundenbindung, -rückgewinnung, Verkaufsstrategien...
- Meinungen zur Ausbildung gehen stark auseinander.

Call Center in der öffentlichen Diskussion



Es klingelt trotz Sterneintrag

Beschwerden-Rekord wegen nervigen Werbe-Anrufen

Publiziert: 09.04.2015

88 Kommentare · Drucken · E-Mail



(Thinkstock)

Wer sich mit einem Stern im Telefonbucheintrag vor unerwünschten Werbeanrufen schützen will, hat nicht immer Erfolg: Rund 20'000 Beschwerden wegen Missachtung des Sterneintrags hat das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) in den vergangenen drei Jahren registriert.

MEHR ZUM THEMA

Teilen 34

+1 0

Twittern 0

Medienanalyse

- Hohe Bedeutung für öffentliche Meinung
- Vorwurf: Undifferenzierte Berichterstattung
- Publikumsmedien: negativ bei Situation der Angerufenen, ansonsten ausgeglichen – auch Instrumentalisierung
- Fachmedien: zukunftsoptimistisch, Schwerpunkt auf techn. Entwicklungen, Mitarbeiter nur Effizienzfaktor

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

M.A. Riccardo Pardini
und BA/DAS Bianca Fritz
Seminar für Soziologie
Petersgraben 27
4051 Basel
Tel. +41 (0)61 267 28 10
Tel. +41 (0)79 787 39 51
riccardo.pardini@unibas.ch