



# Kontrolle zahlt sich aus

Kundendaten sind das wertvollste Gut eines Unternehmens. Kontrolladressen können Missbrauch durch Dritte verhindern, etwa durch externe Dienstleister.

**Contact Center** sind ein entscheidendes Element der Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden. Sowohl der Inbound-Service als auch das Telemarketing

- Welche Gefahr bedeutet der Datenklau?
- Wie können Unternehmen dem Diebstahl vorbeugen?
- Was bringen authentische Kontrolladressen?
- Wie sinnvoll ist der Einsatz externer Dienstleister?

mithilfe von Outbound-Telefonie sind mittlerweile tragende Säulen der Vertriebsaktivitäten von Unternehmen. In den vergangenen Jahren ist die Call Center-Landschaft in Deutschland deshalb stark ausgebaut worden. Seit einiger Zeit aber sorgt die schwache Konjunktur für Probleme bei vielen Call Center-Betreibern. Die Kosteneinsparungen bei den Auftraggebern führen zu Auftragskürzungen und zu wachsendem Kostendruck bei internen und externen Dienstleistern. Manche Unternehmen versuchen, dieser Herausforderung mit der Verlagerung von Kapazitäten ins Ausland zu begegnen. Gerade bei kleineren Einheiten ist dies aber so einfach nicht möglich, sie stehen mit dem Rücken zur Wand. Das führt dazu, dass einige im Wettbewerb auch zu unlauteren Mitteln greifen, beispielsweise dem Missbrauch von Adressdaten.

## Prävention gegen Datenklau

Kundendaten und Adressen sind in vielen Branchen zu einem enormen Wirtschaftsfaktor geworden. Zu wissen, wer der Kunde

ist und was ihn charakterisiert, macht in enger werdenden Märkten oft den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg aus. Die personenbezogenen Daten unterliegen jedoch dem Persönlichkeitsrecht nach dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG). Unternehmen müssen also, neben dem wirtschaftlichen Interesse, schon aus juristischen Gründen am Schutz ihrer Datenbestände interessiert sein. Fahrlässige oder mutwillige Verstöße gegen das BDSG können mit Geldstrafen in sechsstelliger Höhe oder mit mehrjährigen Gefängnisstrafen bestraft werden. Sorgloser Umgang mit sensiblen Informationen ist also keineswegs ein Kavaliersdelikt, wie immer noch viele Unternehmen glauben.

Ein anderer Irrglaube ist, dass vom Datenklau nur die großen Unternehmen, etwa die bekannten Versandhändler, betroffen sind. Diebstahl kann überall dort vorkommen, wo Daten von Kunden, Lieferanten oder Dienstleistern erfasst, verarbeitet oder genutzt werden, also auch in einem Call Center.

In der Regel wird ein Adressbestand beim Dienstleister nach Abschluss einer Aktion an den Auftraggeber zurückgegeben oder die Daten werden gelöscht. Manche Contact Center-Unternehmen aber machen dies nicht, obwohl sie dem Auftraggeber die Löschung bestätigen. Nun verfügen sie über Adressdaten und Telefonnummern, die sie für Outbound-Aktivitäten einsetzen können. Einem anderen Kunden gegenüber werden sie als eigene Bestände und zu günstigen Konditionen angeboten. Der betroffene Kunde weiß in der Regel nicht, dass die Daten, die für seine Aktion eingesetzt werden, un-

rechtmäßig in den Besitz seines Dienstleisters gelangt sind.

Der eigentliche Besitzer aber muss ein massives Interesse daran haben, derartige Praktiken, die häufiger vorkommen als gemeinhin angenommen, zu unterbinden. Ein Erfolg versprechender Weg zu mehr Sicherheit ist ein Adresskontrollsystem, wie es unter anderem Adress-Control anbietet.

## Fangadresse auch im Telefonbuch

Die Idee, einem Datenbestand Kontrolladressen mitzugeben, ist nicht neu. Hausgemachte Lösungen aber, etwa das Anreichern mit den Namen, Adressen und Telefonnummern von Verwandten oder Freunden des Geschäftsführers, sind völlig unzureichend. Wer sich mit krimineller Energie an die Wertgegenstände seiner Geschäftspartner heranmacht, wird sich durch derartig dürftige Schutzmaßnahmen kaum abschrecken lassen. Auch fiktive Adressen führen nicht zum Ziel, denn nichts ist einfacher als ein Abgleich mit dem Telefonbuch, und da lassen sich die Fantasie-Namen nicht finden.

Gefragt sind also echte Personen und Adressen, deren Identität als Kontrollorgan nicht zu knacken ist. Bei Adress Control werden die Outbound Calls an diese Rufnummern in die Zentrale durchgestellt. Den Kontrolleuren wird durch ihr Telefon angezeigt, von welcher Fangadresse der Anruf kommt und wie sie sich somit zu melden haben. Namensvariationen machen es dabei möglich, eine eindeutige Zuordnung zum Adressseigner vorzunehmen.

Durch dieses System wird auch ein weiteres Problem von Kontrolladressen ausge-

geschlossen: Bei real existierenden Anschlüssen, also Telefonen in Privathaushalten, können schon einmal der Ehepartner oder die Kinder ans Telefon gehen und damit die Effektivität des Systems minimieren. Dies schließt das Routing aus.

Ein effizientes System von Kontrolladressen und verdeckten Telefonnummern ist nicht auf eine Einzelaktion beschränkt. Stehende Adressbestände werden in der Regel dauerhaft geimpft. Dadurch lassen sich auch bei mehrfacher Vermietung und Weitergabe an unterschiedliche Dienstleister unzulässige Calls aufdecken. Die so genannte Watchlist erfasst alle Anrufe, so dass ein Abgleich mit den genehmigten Aktionen möglich ist.

### Externes Monitoring

Neben der Prävention und dem Aufdecken von Missbrauchstatbeständen kann ein funktionierendes Kontrollsystem aber noch einen weiteren wesentlichen Aspekt abdecken, nämlich die Qualitätskontrolle. Unabhängig von juristischen Diskussionen über die Zulässigkeit von Monitoring ist es unstrittig, dass es zur Sicherung einer gleichbleibenden Qualität im Call Center und zur Schulung der Mitarbeiter unverzichtbar ist.

Effekte, die eine objektive Überprüfung inhouse schwierig machen, etwa die Ankündigung einer Überprüfung, können mit verdeckten Adressen im Datenbestand ausgeschlossen werden.

Sowohl bei Inbound- als auch bei Outbound Calls erlebt der Agent eine reale Gesprächssituation. Wie jeder Kunde stellen auch die Mitarbeiter des testenden Unternehmens Fragen, sind manchmal forsch, manchmal zögerlich, am Ende des Telefonats werden sie einen Kauf tätigen, eine weitere Information anfordern – oder auch nicht. Was sie wirklich von einem echten Kunden unterscheidet, ist die Tatsache, dass sie einen mit dem Auftraggeber abgestimmten Fragebogen abarbeiten. Dieser gibt in der Auswertung ein eindeutiges Urteil über die Leistung des Agents.

Auch wenn ein gut geschulter Agent seinen Gesprächsleitfaden verinnerlicht hat, wird er nach einer Reihe von Anrufen seine eigenen Prioritäten setzen. Dabei kann er durchaus zu fordernd beim Kunden ankommen, er kann aber auch zu lasch auftreten, beide Fälle beeinflussen das Ergebnis negativ. Durch die Kontrolle lassen sich derartige Entwicklungen rasch aufdecken und vom Auftraggeber abstellen.

In der schon angesprochenen schwachen Konjunkturphase treten einige Anruftypen besonders häufig auf: Im Inbound sind das Reklamationen und Beschwerden, im Outbound-Bereich Inkasso- und Mahnanrufe. In all diesen Fällen ist es besonders wichtig, auf den Kunden einzugehen, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Gerade hier können Abweichungen vom vorgegebenen Gesprächsverlauf fatale Folgen haben.

Natürlich kann ein Contact Center-Betreiber versuchen, selbst ein Kontrollsystem aufzubauen. Es wird sich für ein einzelnes Unternehmen allerdings nicht rentieren, ein komplexes Kontrollsystem zu etablieren, und das System wird sich ganz sicher nicht im Geheimen installieren lassen. Hinzu kommt, dass Dienstleister garantieren, europaweit rund um die Uhr mit qualifiziertem Personal erreichbar zu sein.

### ► DIETER SÜPPMAYER



► Dieter Süppmayer ist Geschäftsführer von Adress-Control Dieter Süppmayer.

E-Mail: dsuuppmaier@  
adresscontrol.de

## STANDPUNKT: BEIM OUTSOURCING ZÄHLT QUALITÄT

Das Thema Prozessoptimierung beherrscht seit langem die Diskussion um Call Center-Services. Viele Anbieter versuchen, dem härter werdenden Wettbewerb durch Kosteneinsparungen zu begegnen. Doch das ist nur eine Seite der Medaille. Die Verbesserung der Qualität entwickelt sich im täglichen Kampf um die Kundengunst zum zentralen Aspekt. Unternehmen erkennen, dass die Güte der Dienstleistung eine wichtige Rolle spielt und ihren Preis hat, egal ob sie inhouse oder von einem externen Partner erbracht wird.

Glaubt man Studien, dann werden zunehmend Outbound-Calls an externe Dienstleister vergeben. Nur etwa ein Drittel der Inhouse-Call Center nutzt selbst diese aktive Form der Kundenansprache. Die Gründe dafür liegen einerseits in teils unklaren rechtlichen Voraussetzungen, andererseits in fehlendem Knowhow. Für die Abwicklung von Outbound-Aufträgen sind spezialisiertes Fachwissen und qualifizierte Skills nötig, damit durch das Telefonmarketing kein Imageschaden entsteht. Schließlich geht es oft um den Erstkontakt zu potenziellen Neukunden. Zudem bieten einige Dienstleister zusätzlich Services zur Aktualisierung von Adressbestän-

den an. Nur mit tagesaktuellen Daten nämlich ist es möglich, effizientes Dialogmarketing ohne Streuverluste zu betreiben.

Gerade bei der Kundenzufriedenheit geraten Inhouse-Call Center häufig in eine Sackgasse. Im Inbound-Bereich erwarten die Kunden heute eine hohe Erreichbarkeit, am besten zu jeder Tages- und Nachtzeit und ohne Warteschleifen auch in Stoßzeiten. Allein um die Erreichbarkeit rund um die Uhr sicherzustellen, muss die eingesetzte Technik redundant ausgelegt werden, um Pannen zu überbrücken. Seats und Personal für Spitzenlasten sind ebenfalls vorzuhalten. Unternehmen, die dies selbst erfüllen, binden viele Ressourcen im Aftersales-Geschäft und sind darüber hinaus ständigem Druck ausgesetzt, in Call Center-Technik und Agent-Schulungen zu investieren.

### Teilprozesse oder Prozessketten

Mit den passenden Outsourcing-Partnern ist ein Unternehmen in der Lage, deutlich mehr aus dem Call Center herauszuholen als im reinen Inhouse-Betrieb. Professionelle Dienstleister können sie bei Teilprozessen unterstützen und einzelne Projekte bearbeiten. Zunehmend gefragt sind Gesamtlösungen entlang der Wert-

schöpfung. Mittels strategischer Allianzen ist es möglich, ganze Prozessketten in der Kundenkommunikation abzubilden.

Dass optimierte Prozesse nicht nur Einsparungen, sondern vor allem Qualitätssteigerung mit sich bringen, haben Call Center-Betreiber früh erkannt und sich entsprechend organisiert. Der Faktor Mensch, der Agent, ist entscheidend für die Qualität der Dienstleistung. Die Ansprüche an die Mitarbeiter steigen, zumal viele Call Center-Dienstleister sich auf bestimmte Branchen spezialisieren, um dem Auftraggeber so einen Mehrwert zu bieten.

Wer einen passenden Outsourcing-Partner für seinen Kundenservice sucht, sollte sich nicht primär am Preis orientieren. Ein Dienstleister mit guten Referenzen aus ähnlichen Branchen, qualifizierten Mitarbeitern und hoher Flexibilität kann durch die Qualität der Kundenansprache einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg des Auftraggebers leisten.

### MATTHIAS MASSIER

Matthias Massier ist Direktor Call Center-Services bei Telegate.  
E-Mail: matthias.massier@telegate.com