

DEUTSCHLAND

Im Test: Bewerberservice in Callcentern

01. September 2011 13:04



Freundlichkeit gegenüber potenziellen Bewerbern in Callcentern: meist Fehlanzeige

Was von Bewerbern erwartet wird, gilt nicht für Arbeitgeber: natürliche Freundlichkeit, Spaß am Telefonieren, Flexibilität, Hilfsbereitschaft

Das Fachmagazin "CallCenterProfi" lässt seit drei Jahren den Bewerberservice der zehn größten deutschen Callcenter von eisq (european institute for service quality) testen. Insgesamt beschäftigen die Top Zehn der Branche in Deutschland an die 40.100 Mitarbeiter und glaubt man den Stellenanzeigen in Tageszeitungen, Online-Jobbörsen und in Social Media-Kanälen, ist der Personalbedarf permanent auf einem sehr hohen Niveau. Ganz im Gegensatz zum Bewerbermanagement der Callcenter, denn zum zweiten Mal in Folge sanken die ohnehin schlechten Testergebnisse auf nunmehr 48 Prozent.

"Einwandfreie Deutschkenntnisse, natürliche Freundlichkeit, Spaß am Telefonieren, Flexibilität, Sie helfen gerne" - so lauten die klassischen Formulierungen in den Stellenanzeigen für potenzielle Callcenter-Mitarbeiter. Wer sich dann jedoch selbst in die Bewerberkanäle der Callcenter begibt, merkt schnell: diese Anforderungen gelten nicht für den Arbeitgeber.

"Bewerber-Hotline" mit Hindernissen

Flexibilität? Fehlanzeige! So macht beispielsweise das Recruitment-Team hinter einer explizit als "Bewerber-Hotline" kommunizierten Telefonnummer kollektiv zwischen zwölf und ein Uhr Mittagspause. Die Telefone läuten einfach durch, bis sich ein nicht hilfsbereiter Mitarbeiter "erbarmt" und erklärt: "Rufen Sie bitte später wieder an! ... Ich kann Ihnen nicht weiterhelfen. Ich bin nur rangegangen, weil mich das Klingeln nervt."

Und Freundlichkeit? In den meisten der im Rahmen der Untersuchung geführten Testtelefonate und E-Mails war dies ebenfalls nicht die Stärke der Callcenter. Die zehn Größten in Deutschland erreichen im Schnitt in der Kategorie "Kommunikation" mit dieser genannten Eigenschaft gerade einmal 56 Prozent der möglichen Punkte.

Sofern man überhaupt eine Antwort erhielt - waren die Mails gespickt mit haarsträubenden Fehlern. Zudem hatten die Antworten nur selten etwas mit der eigentlichen Anfrage zu tun und widersprachen in zwei Dritteln aller Fälle den telefonisch erteilten Auskünften zum selben Thema. Konformität sieht anders aus. Einzig der Testsieger "SNT Deutschland" lässt mit 79 Prozent Zielerreichung vermuten, dass es doch Oasen in der Servicewüste Deutschland gibt. (Alexander Jünger*, Bernhard Gandolf*, Magazin CallCenterProfi, 1.9.2011)

Zu den Autoren

Alexander Jünger ist stellvertretender Chefredakteur des Magazins CallCenterProfi, Bernhard Gandolf ist Certified Management Consultant/BDU und Geschäftsführer von eisq

Über den CallCenterProfi Bewerberhotline-Test

Der Test wurde im Juli 2011 durchgeführt. Die zehn mitarbeiterstärksten Callcenter-Dienstleister Deutschlands kontaktierten die Tester mit je 20 E-Mails und 20 Anrufen. Das Zeitfenster lautete montags bis freitags von 08:00 Uhr bis 20:00 Uhr. Jeder Proband erhielt jeweils 15 Anfragen per E-Mail und Telefon von einem erwerbstätigen Bewerber auf der Suche nach einem Zweitjob. Hinzu kamen je Medium fünf Anfragen, die den Versand von Informationsmaterial zum Ziel hatten:

1. Student bittet um Unterstützung bei einer Seminararbeit und benötigt hierzu schriftliche Unterlagen.
2. Bewerber fragt nach der Möglichkeit des Kennenlernens auf Jobmessen und einer Unternehmensbroschüre für den ersten Eindruck.
3. Student fragt nach Praktikumsplatz, möchte eine Bachelor-Arbeit schreiben und benötigt eine Unternehmensbroschüre.
4. Arbeitssuchender Bewerber mit Aussicht auf eine von der Arbeitsagentur geförderte IHK-Ausbildung „Call Center-Agent“ will sich über das Berufsbild und mögliche Arbeitsplätze informieren und bittet um Unterlagen.
5. Nach einem Umzug sucht einer ausgebildete „Servicefachkraft Dialogmarketing“ einen neuen Arbeitgeber und bittet um eine Imagebroschüre.

Jobsuche

2.186 Jobs online

Berufsfeld wählen

Häufig gesucht:

Dienort wählen ▼

Suchen

[Erweiterte Suche](#) | [Kontakt](#) | [Hilfe](#)

> Assistent/in in Wien
> Techniker/in West-Österr.
> Softwareentwicklung
> Vertrieb Ost-Österr.

ADVERTORIAL



APPLE COMPUTER, IPADS UND CO.

ab sofort beim Computerspezialisten DiTech
Apple Einsteiger profitieren von Profi-Beratung, Apple Fans
freuen sich über Vorteile wie online Lagerstand & hohe
Verfügbarkeit.

BEZAHLTE WERBUNG

© derStandard.at GmbH 2011 -

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.

Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.