

Zum vierten Mal führte CallCenterProfi den BewerberCheck unter den zehn größten Arbeitgebern in der Call Center-Dienstleistungsbranche durch. Wer der Meinung war, dass es für die Kandidaten einfach würde, die bereits bekannten Testkriterien zu erfüllen, wird im Folgenden – leider – enttäuscht. Doch wo viel Schatten ist, da gibt es immer auch ein Licht.

CallCenterProfi-BewerberCheck 4.0

Auf dem Boden der Tatsachen

In der Einleitung des Artikels zum letzten BewerberCheck hatten die Autoren dieser Zeilen noch behauptet, es sei leicht, eine Überschrift dafür zu finden. Überraschenderweise war das Gefühl bei der Auswertung der aktuellen 2012er Ergebnisse genau dasselbe. Der Grund dafür war unter anderem der, dass man die Überschrift aus dem vergangenen Jahr glatt hätte wiederholen können: „Schlimmer geht’s immer“ titelte man damals. Niemand hatte ernsthaft damit gerechnet, dass sich diese Floskel auch bei der vierten Auflage unseres Mystery-Checks bewahrheiten würde.

Natürlich kann man keinen Artikel wie den vorherigen in einer Reihe benennen, und schon stand das nächste Problem im Raum: Es fallen einem langsam keine negativen Steigerungsformen mehr ein – jedenfalls nicht mehr so leicht.

DIE ZEHN GRÖSSTEN ARBEITGEBER IM BEWERBERCHECK

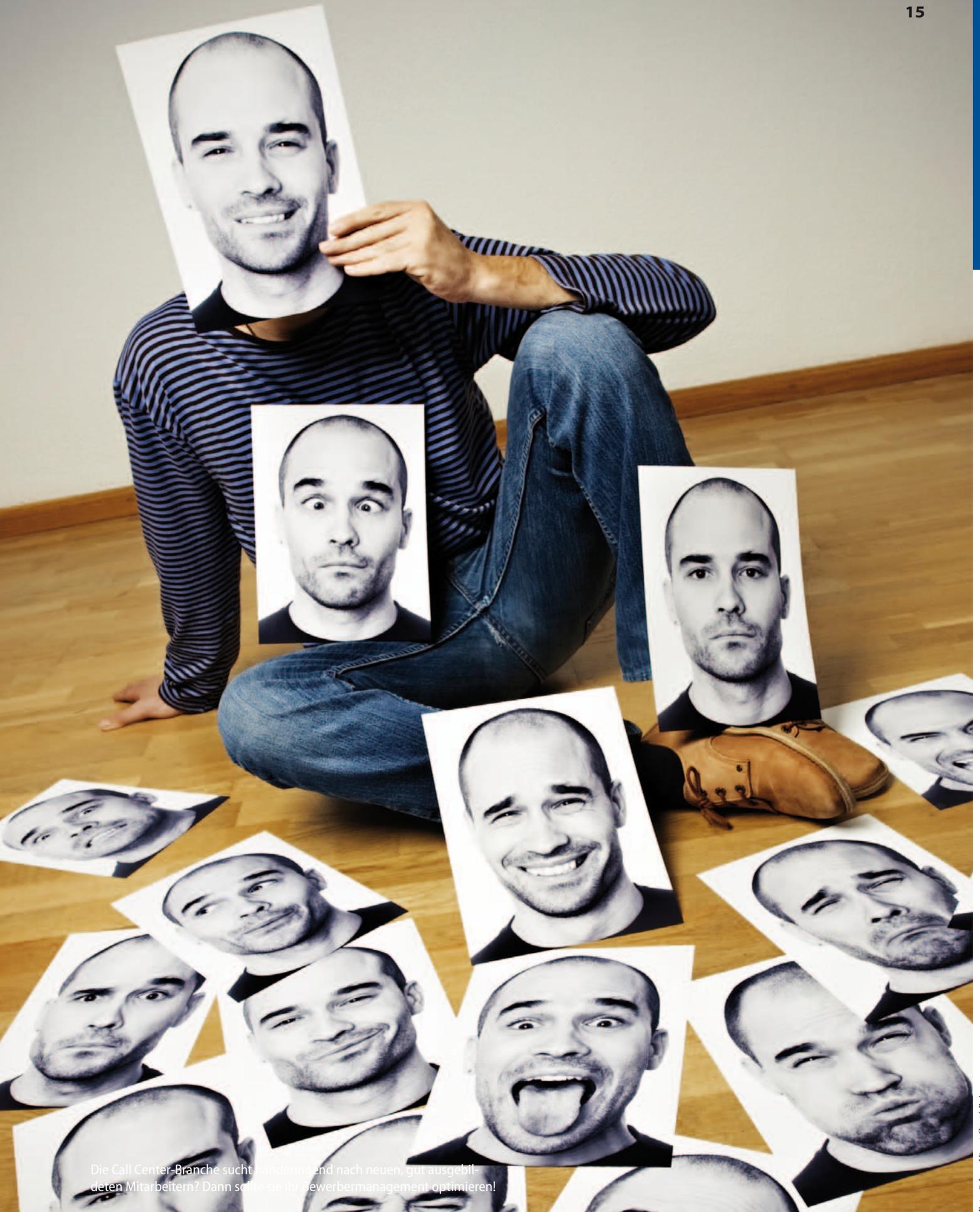
Die Rahmenbedingungen und insgesamt mehr als 50 einzelnen Testkriterien sind seit vier Jahren die gleichen: Die aktuell* zehn größten Arbeitgeber unter den deutschen Call Center-Dienstleistern werden durch das „european institute for service quality (eisq)“ in Sachen Bewerbermanagement getestet. (*Basis: CallCenterProfi-Ranking 2012) Sie müssen 20 Mystery-E-Mails beantworten, ebenso viele Mystery-Calls entgegennehmen und je-

weils fünf Fulfillment-Sendungen auslösen. Aufgabe war es zum einen, möglichst alle Kontakte mit den vermeintlichen Bewerbern erfolgreich zu absolvieren. Zum anderen sollten die gegebenen Antworten eines Testkandidaten möglichst konform zueinander sein – und das kanalübergreifend via Telefon und E-Mail.

Seit Anbeginn des BewerberChecks waren alle Beteiligten der Meinung, dass es angesichts des Mangels an guten Arbeitskräften und der Paradedisziplin der Call Center – nämlich „Kommunikation“ als Kernkompetenz – keine allzu große Überraschung im Ergebnis geben dürfte. Allein die Testkandidaten legten in jeder Neuauflage eine weitere oben drauf. 2012 war es eindeutig die Erkenntnis: Es wird nicht wirklich besser!

Auch wenn der Durchschnitt über alle zehn Testteilnehmer im BewerberCheck 2012 zum ersten Mal über dem Ergebnis der Vorjahresuntersuchung liegt, so darf man die Verbesserung gut und gerne als „marginal“ bezeichnen. Im Jahr der Erstauflage unseres Checks erreichte das Testfeld noch ein Gesamtergebnis von 2,834 (von maximal fünf erreichbaren) Punkten. 2010 rutschte der Wert auf 2,617 Punkte und im letzten Jahr sogar auf 2,446 Punkte ab. Der aktuelle Durchschnittswert in der 2012er Messung – durchgeführt im Juli dieses Jahres – liegt mit 2,452 gerade einmal 0,06 Punkte höher. Dies ist nicht das Verdienst des

Das Bewertungssystem					
Bewertung	5	4	3	2	1
Erfüllung	sehr gute Erfüllung	gute Erfüllung	teilweise Erfüllung	schlechte Erfüllung	ungenügende Erfüllung
Kategorie	sehr gut	gut	mittel	schlecht	ungenügend
Prozent	81 bis 100 %	61 bis 80 %	41 bis 60 %	21 bis 40 %	bis 20 %
Definition	Anforderungen voll und ganz erfüllt	Anforderungen gut erfüllt	Anforderungen teilweise erfüllt	Anforderungen schlecht erfüllt	Anforderungen nicht erfüllt



Die Call Center-Branche sucht unendlichs nach neuen, gut ausgebildeten Mitarbeitern? Dann sollte sie ihr Bewerbermanagement optimieren!



» REINGEHÖRT

Der Anrufer sucht nach einer Anstellung im Call Center und fragt nach den Verdienstmöglichkeiten. Der Agent ziert sich: „Sie können ja sagen, was Sie brauchen, und ich sage Ihnen dann, ob das interessant ist oder nicht.“

Anrufer beschwert sich, dass er noch kein Feedback auf seine E-Mail-Anfrage erhalten hat. Agent: „Wir können nicht auf jede E-Mail antworten!“

Anrufer bittet um Informationen zum Berufsbild Call Center-Agent und erfährt: „Es ist gerade keiner im Büro. Rufen Sie in einer Stunde wieder an. ... Warum ich Ihnen nicht helfen kann? Ja, das überlassen Sie bitte mir!“

Anrufer ist auf der Suche nach einem Teilzeitjob, ist aber zeitlich recht unflexibel. Agent: „Nee, wir brauchen flexible Mitarbeiter. Das war's dann wohl. Danke. Tschüss!“ Tester hakt schnell noch einmal nach: „Und andere Stellen?“ Agent: „Ich sagte doch: Danke. Tschüss!“

Anrufer hat eine Frage zu Weiterbildungen. Agent: „Weiß nicht, ich hab bis jetzt noch keine gemacht. Wir sind hier ein Call Center – vielleicht sollten Sie sich noch einmal mit der Thematik beschäftigen?“ Tester: „Das heißt?“ Agent: „Ja also ... ich weiß nicht, was Sie mit ‚Weiterbildung‘ meinen.“

Anrufer erbittet Hilfe bei einer Seminararbeit. Agent: „Das ist nicht meine Aufgabe. Suchen Sie sich die Rufnummer von X raus.“ ... „Nein, ich kann Sie nicht durchstellen, weil ich für den Standort in Y arbeite. Verstehen Sie?“

Testerin will sich als Bewerbertrainerin selbstständig machen und bittet um eine Personalbroschüre. Agent: „Wir haben keine Unternehmensbroschüren. Das heißt, wir haben natürlich welche, aber eben nicht für Sie.“

In einem Fall erreichen die Tester einen Mitarbeiter, der erklärt, nicht zuständig zu sein. Nach einer längeren Suche nach der „richtigen Telefonnummer“ nennt er schließlich den Anschluss, der von den Testern angewählt wurde.

Der Tester erkundigt sich nach der Einarbeitung und erfährt: „Zwei Tage Ausbildung: Erster Tag reinhören, zweiter Tag erst reinhören und dann selber telefonieren. Dritter Tag: Los geht's!“ Der Tester äußert Skepsis. Darauf der Agent: „Das geht und das muss reichen. Pünktlich sein ist alles.“

Der Agent erklärt dem Tester an der Bewerberhotline, dass er für Bewerbungen nicht zuständig ist: „Da sind Sie bei mir an der falschen Stelle rausgekommen. Ich kann und will Ihnen dazu nichts sagen. Rufen Sie bitte ...“ Der Tester entgegnet, dass er eben diese Nummer gerade gewählt hat. Antwort: „Dann probieren Sie es später. Der Überlauf kommt eben jetzt zu uns. Wie gesagt: Ich bin der falsche ...“

Tester fragt nach Arbeitsmöglichkeiten am Standort X. Agent: „Dazu kann ich Ihnen nichts sagen. Rufen Sie bitte direkt in X an.“ Tester: „Würde ich ja gern, aber auf Ihrer Webseite ist keine andere Rufnummer.“ Agent: „Stimmt.“

Tester fragt nach Verdienstmöglichkeiten und wird aufs Internet verwiesen. Auf die Frage des Testers, ob dort auch steht, wie viel er verdiene, erfährt er: „Ja, ... äh, nein. Da müssten Sie schon mit jemandem sprechen.“

Tester wird mehrfach hin und her verbunden. Stimme: „Sie sind hier im Management gelandet. Da haben die da unten wieder was falsch gemacht. Ich verbinde Sie.“ Daraufhin landet der Tester im Marketing. Dort: „Ich weiß nicht, was die da immer rüberschicken, nur weil dort zur Mittagszeit keiner erreichbar ist.“

Tester fragt, ob die Telefonnummer im Netz richtig ist. Ein Agent erwidert: „Telefonnummer auf der Homepage? Das finde ich interessant. Da sehe ich mal nach ... tatsächlich!“

Ein Tester beschwert sich, dass er keine Antwort auf seine E-Mail erhalten hat. Darauf ein Agent am Telefon: „Dann müssen Sie es nochmals ausprobieren.“ Auf den Einwand, der Agent könne doch auch helfen, folgt der Spruch: „Dann wollen ja alle etwas von mir.“

kompletten Testfeldes, sondern der eines einzigen Dienstleisters im BewerberCheck 2012. Und abgesehen davon: Wie im vergangenen Jahr auch entspricht das Durchschnittsergebnis über alle zehn untersuchten Dienstleister nur einer „schlechten Erfüllung“ der Testparameter (siehe auch das Bewertungssystem Seite 14 unten).

DIE TESTKATEGORIEN

Wie eingangs erwähnt, messen sich die Call Center-Dienstleister in drei Kategoriegruppen, deren Durchschnittswerte in unterschiedlichen Gewichtungen zu einem Gesamtergebnis summiert werden:

- 1. Quantität:** Mit einer Gewichtung von zehn Prozent am Gesamtergebnis wurde hier die Erreichbarkeit der Dienstleister per Telefon und E-Mail untersucht. Warum nur zehn Prozent? Weil die Tester davon ausgingen, dass „Erreichbarkeit“ an sich bei einem Call Center-Dienstleister per se vorausgesetzt werden darf. Dass dies für potenzielle Bewerber, die sich über die für jedermann offen kommunizierten Kanäle an die Unternehmen wenden, nicht unbedingt zutrifft, stellen wir seit nunmehr vier Jahren in unserer Untersuchung fest. Trotzdem überraschte die Erkenntnis, dass man in der Kategoriegruppe „Quantität“ nicht nur eine Verschlechterung gegenüber der Vorjahresuntersuchung gemessen hatte, sondern dass das erreichte Ergebnis von 2,341 Punkten nahezu einen neuen Tiefpunkt in diesem Segment markiert. Nur bei der Erstjahresuntersuchung wurde mit 2,253 erreichten Punkten eine schlechtere Performance abgelegt. Am entsprechenden Prädikat für die Leistung ändert dies hingegen – damals wie heute – nichts: Es bleibt eine „schlechte Erfüllung“ der gestellten Anforderungen.
- 2. Inhalte:** Diese Testkategorie, die mit einer Gewichtung von 30 Prozent ins Endergebnis eingeht, analysiert die

„Die SNT Deutschland AG gewinnt zum dritten Mal in Folge den CallCenterProfi-BewerberCheck.“

Konformität der gegebenen Antworten. Also: Gibt Agent A die gleiche Antwort wie Agent B? Oder: Gibt es telefonisch dieselbe Information wie per E-Mail? In dieser Testkategorie gab es nicht nur (wie bisher bei jeder Untersuchung) eine Verschlechterung zum Vorjahr, sondern in der aktuellen Untersuchung sogar einen neuen Negativrekord. Mit 1,665 erreichten Punkten fehlen 0,077 Punkte zum Erreichen des Vorjahresergebnisses und 0,548 zum in dieser Kategorie besten Ergebnis aus dem Jahr 2009. Damit bleibt es bei einem Durchschnittswert unter 2 Punkten und damit nur bei einer „ungenügenden Erfüllung“. Oder anders ausgedrückt: Anforderungen nicht erfüllt – durchgefallen!

- 3. Kommunikation:** Auch diese Kategoriegruppe wurde wieder medienübergreifend – also für Telefon und E-Mail gemeinsam – betrachtet. An der Anzahl der hier getesteten Einzelparameter gemessen, stellt diese den umfangreichsten Teil in der Untersuchung dar, der sich dementsprechend

KOMMENTAR DER TESTER

Rein wirtschaftlich betrachtet ist der Test der Top 10 2012 für eisq mit dem geringsten Aufwand in den vier Jahren seit Bestehen verbunden:

- Das Gros der Probanden schränkt die telefonische Erreichbarkeit und die Servicezeiten weiter ein. 18 Uhr mutet fast schon exotisch an.
- Es liegt ein Trend zu standardisierten E-Mails vor – sofern denn überhaupt eine Antwort erfolgt. Von 200 möglichen Antworten erhielten wir nur 109.
- Insgesamt reduziert sich die inhaltliche Aussagekraft der erhaltenen Informationen. Motto: Standardantworten anstelle von Aussagen.
- Bis auf SNT versendet kein Proband mehr Post.

Mich erinnert die Situation an die der Fluglinien und deren Service-Defensive. Bekam der umworbene Kunde früher bei Lufthansa und Co. ein Menü, Bonusmeilen oder einen persönlichen Empfang am Check-In, sieht die Lage heute anders aus. 0,15 Liter Wasser oder Saft, manchmal Erdnüsse, weniger Bonusmeilen für höhere Prämien und eine Self Service-Offensive: Bordkarte, Gepäckaufgabe und die Eingabe der Daten im Falle eines Gepäckverlustes übernimmt der Passagier jetzt selbst. Die Flugpreise sinken kontinuierlich, weshalb Kunden den Aufwand für Self Service offensichtlich bereitwillig auf sich nehmen. Doch funktioniert das auch mit Personal? Lassen sich die Kosten je neuem Mitarbeiter für eine faktisch schlechtere Leistung dauerhaft reduzieren? Wie wirkt sich das auf die Leistungserbringung für Auftraggeber aus?

SNT agiert nach anderen Prämissen und steigerte den Service für potenzielle Mitarbeiter. Im Test unterscheidet sich das Unternehmen damit positiv von seinen

Bernhard Gandolf, Geschäftsführer und Certified Management Consultant/BDU bei eisq.



„Personalwachstum mittels Service-Defensive halte ich für teuer, respektive schwer möglich!“

Marktbegleitern. Gewinnt der Dienstleister damit schneller neues Personal? Bindet das Unternehmen Kräfte dadurch länger oder fester an sich? Wie verhält es sich mit den Kosten je besetzter Stelle? Benötigt SNT insgesamt weniger Bewerber? Als Berater vermute ich: SNT hat unter dem Gesichtspunkt der Gesamtprozesskosten die Nase vorn. Denn anders als im Markt für Fluglinien halte ich Personalwachstum mittels Service-Defensive für teuer, respektive schwer möglich.

Kontakt zu unserem Testpartner:

eisq GmbH & Co. KG – european institute for service quality

Franz-Lenz-Straße 1A, 49084 Osnabrück

Tel.: (05 41) 58 05 43 - 0, Fax: (05 41) 58 05 43 - 29

Web: www.eisq.eu



Anzeige



www.baur-fs.de
info@baur-fs.de
 Tel.: 0 95 72 / 60 990-0

BAUR
 FULFILLMENT SOLUTIONS



Ihr Dreifach-Spezialist für
 Kundendialog, Warenhandling
 und Zahlungsmanagement



KUNDENDIALOG

- NEUKUNDENGWINNUNG
- KUNDENBETREUUNG / BERATUNG
- AKTIVE MAHNUNG
- BESCHWERDEMANAGEMENT / TICKETING
- KUNDENBINDUNG / TELESALLES
- KUNDENRÜCKGEWINNUNG



WAREN-
HANDLING

- WARENANNAHME / QUALITÄTSKONTROLLE
- LAGERWIRTSCHAFT
- WARENVEREDELUNG / KONFEKTIONIERUNG
- WARENVERSAND / DISTRIBUTION
- RETOUREN-ABWICKLUNG



ZAHLUNGS-
MANAGEMENT

- BONITÄTSPRÜFUNG
- BEWERTUNGSVERFAHREN / SCORING
- ZAHLUNGSVERKEHR
- BUCHHALTUNG
- MAHNWESEN UND INKASSO

Besuchen Sie uns:
NEOCOM 12
 (Halle 5 / Stand 531)

Deutschlands Top 10 der größten Call Center-Dienstleister 2012 im BewerberCheck							
Kriteriengruppen	Gewichtung	Arvato	walter	SNT	Sitel	D+S Europe AG	
1. Quantität	10 %	1,389	2,565	4,775	1,923	2,245	
Platzierung		10	2	1	7	5	
2. Inhalte	30 %	1,000	1,421	4,875	1,000	1,667	
Platzierung		8	5	1	8	2	
3. Kommunikation	60 %	3,081	2,414	4,081	2,759	2,624	
Platzierung		2	9	1	6	8	
Gesamtergebnis	100 %	2,287	2,131	4,388	2,148	2,299	
Platzierung		5	9	1	8	4	

auch mit einem Anteil von 60 Prozent im Endergebnis niederschlägt. In drei Dimensionen wurde analysiert, ob der erreichte Gesprächspartner die gängigen Kommunikationsstandards beherrscht, in welcher Atmosphäre der Kontakt stattfindet und inwieweit das Gegenüber die gängigen Kommunikationstechniken anwendet. Das tägliche Handwerkzeug der Call Center-Branche quasi! Umso erfreulicher war es deshalb für die Tester, dass in dieser Kategoriegruppe erstmals eine Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr gemessen werden konnte. In der 2012er Untersuchung erreichte das Testfeld hier 2,863 Punkte – ein (wenn auch mageres) Plus von 0,067 Punkten und immerhin 0,378 Punkte weniger als 2009. Damals wurde ein Wert von 3,241 Punkten gemessen. Oder anders ausgedrückt: eine „teilweise Erfüllung“ der gestellten Anforderungen. 2012 konnte (wie auch schon im letzten Jahr) nur eine „schlechte Erfüllung“ der gestellten Anforderungen attestiert werden.

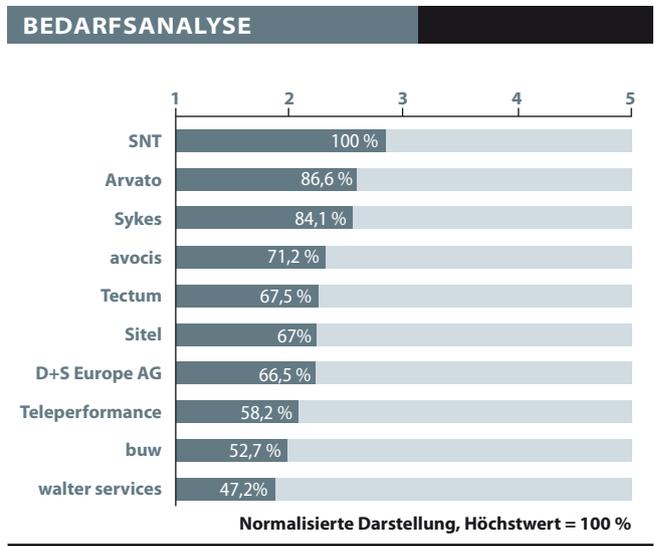
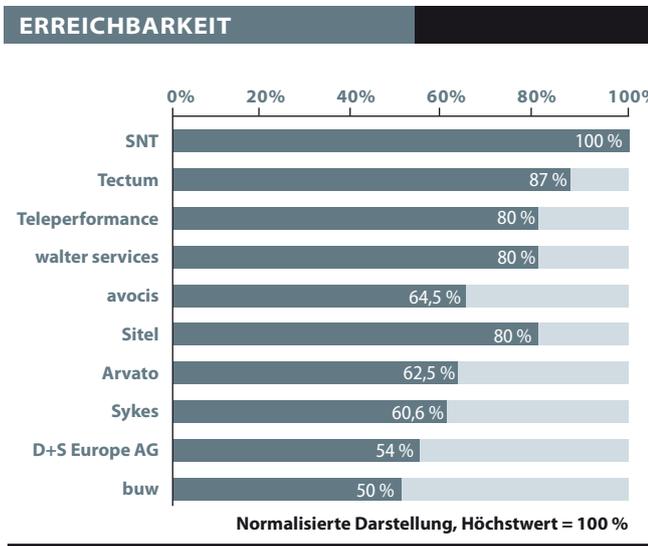
NUR EIN DIENSTLEISTER IST „GUT“

Wie immer werfen wir an dieser Stelle einen Blick vom Komplexen zum Einzelnen und untersuchen ein paar Detailergebnisse des BewerberChecks 2012. Die wichtigste Frage ist natürlich die nach dem Gewinner. An dieser Stelle fällt es den Testern seit

nunmehr drei Jahren recht schwer, eine echte Überraschung zu präsentieren. Alter und neuer Sieger im CallCenterProfi-BewerberCheck 2012 ist: die SNT Deutschland AG.

Noch einmal zur Erinnerung: In der ersten Untersuchung landete der Call Center-Dienstleister noch auf dem letzten Platz. Nach der Veröffentlichung der Ergebnisse dann die Kampfansage, man werde sich bei einer Neuauflage des Tests entscheidend verbessern. Der Nachweis gelang dann in der 2010er Untersuchung, in der SNT Deutschland sich vom letzten auf den ersten Platz verbesserte. Wie Leo Staub-Marx, Manager Human Resources bei SNT Deutschland, im vergangenen Jahr in einem Interview mit CallCenterProfi verriet, war das schlechte Abschneiden im 2009er BewerberCheck so etwas wie „ein Warnschuss“ für den Call Center-Dienstleister. Und die Konsequenz: „Ein vollumfängliches Programm“ bei der Neustrukturierung des Bewerbermanagements, was schließlich auch für die Endrunde des CAT-Awards für die Call Center-Manager des Jahres nominiert wurde.

Dass das Changemanagement an dieser Stelle hervorragend in die Praxis umgesetzt wurde, zeigte schon das Ergebnis im 2011er BewerberCheck. Damals fehlten mit dem erreichten Ergebnis von 3,944 Punkten noch ganze 0,056 Punkte, um sich vom Prädikat einer „teilweisen Erfüllung der Anforderungen“, auf das



	avocis	Teleperformance	Tectum	buw	Sykes	Mittelwert
	1,761	1,756	2,523	2,090	2,388	2,341
	8	9	3	6	4	
	1,667	1,000	1,250	1,235	1,533	1,665
	2	8	6	7	4	
	2,680	2,366	2,787	2,840	3,002	2,863
	7	10	5	4	3	
	2,284	1,895	2,299	2,284	2,500	2,452
	6	10	3	7	2	

Die Übersicht zeigt die Platzierungen der getesteten Call Center-Dienstleister in den drei Teilkategorien sowie die daraus resultierenden Gesamtergebnisse. Eine detaillierte Übersicht aller getesteten Parameter sowie eine Einzelauswertung der Dienstleister finden Sie im Download-Bereich von CallCenterProfi unter: <http://tiny.cc/CCPaddons>

Prädikat „gut“ zu verbessern. Wir fanden im letzten Jahr an dieser Stelle, dies sei doch ein guter Vorsatz für 2012. Und er wurde erfolgreich in die Tat umgesetzt: SNT erreichte in Summe 4,081 Punkte im aktuellen BewerberCheck und konnte damit als erster Call Center-Dienstleister im Test überhaupt, einen Wert oberhalb der 4-Punkte-Marke erzielen. Außerdem hat es SNT Deutschland als erstes Unternehmen geschafft, sich in allen drei Kriteriengruppen Quantität, Inhalte und Kommunikation an die Spitze zu setzen. Herzlichen Glückwunsch für diese großartige Leistung an dieser Stelle.

Hinter dem Erstplatzierten bleibt es in der Gesamtauswertung unseres 2012er BewerberChecks eine ganze Weile einsam. Genauso „gut“ wie SNT war keiner – auch nicht annähernd. Eine „teilweise Erfüllung“ der gestellten Anforderungen konnten die Tester nicht attestieren. Alle weiteren Testkandidaten kamen in der aktuellen Untersuchung über eine „schlechte Erfüllung“ nicht hinaus.

EIN NEUER DIENSTLEISTER UNTER DEN TOP 3

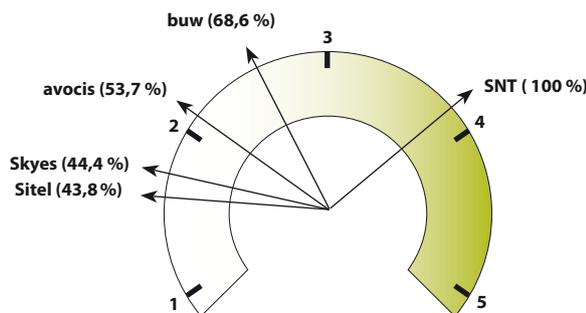
Dadurch, dass es sich bei den Testkandidaten 2012 genau um die gleichen Call Center-Dienstleister wie in der Vorjahresuntersuchung handelt (im CallCenterProfi-Ranking gab es unter den Top 10 der größten Arbeitgeber ebenfalls keine „Neuerscheinun-

gen“), fällt die Aufsteiger-Absteiger-Betrachtung natürlich besonders spannend aus.

Auf Rang 2 im BewerberCheck 2012 konnte sich Sykes platzieren. Im letzten Jahr mit 2,182 erreichten Punkten noch auf Platz 7, verbesserte sich der Dienstleister auf insgesamt 2,5 Punkte. Der Vorjahreszweite, walter services, blieb mit 2,131 erreichten Punkten weit hinter seinem Vorjahresergebnis zurück und rutschte in der aktuellen Untersuchung bis auf den neunten Platz ab. Ein ständiges Auf und Ab beim Call Center-Dienstleister mit Sitz in Ettlingen: 2010 hatte man sogar als Testletzter abgeschlossen, in der Erstuntersuchung erreichte man Platz 4.

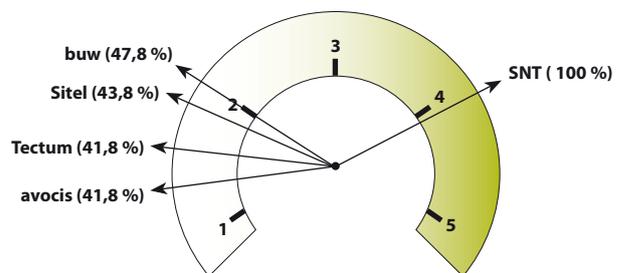
Neue (und alte) Nummer 3 im BewerberCheck ist die Tectum Gruppe mit 2,299 erreichten Punkten. Auch wenn die Call Center von D+S laut unserer Gesamtübersicht (auf dieser Seite oben) genau die gleiche Punktzahl trafen. Die erklärende Einschränkung heißt: Laut unserer Tabelle. Tatsächlich ist der Unterschied der beiden Testkandidaten erst in der dritten Nachkommastelle auszumachen. D+S erreichte in der aktuellen Untersuchung exakt 2,298699671355560 Punkte – die Tectum Gruppe hatte mit genau 2,299476205450000 erreichten Zählern letztlich haarscharf die Nase vorn. Aufgrund unserer Rundung auf die dritte Nachkommastelle ist dies in der Übersicht oben nicht nachzuvollziehen. Ähnlich verhält es sich übrigens bei avocis und buw.

EINWANDBEHANDLUNG



Normalisierte Darstellung, Höchstwert unter den Ergebnissen = 100 %

BESCHWERDEMANAGEMENT



Normalisierte Darstellung, Höchstwert unter den Ergebnissen = 100 %

Quelle: european institute for service quality

Auch hier ist aus der Gesamtübersicht eine scheinbare Punktegleichheit abzulesen, die jedoch ebenfalls auf die Rundung auf die dritte Nachkommastelle zurückzuführen ist.

ALTERNATIVE WEGE ZU NEUEN BEWERBERN

Halten wir fest: Bis auf SNT Deutschland scheint keiner der Teilnehmer am CallCenterProfi-BewerberCheck seine Prozesse in Sachen Bewerbermanagement via Telefon und E-Mail angepasst zu haben. Bleibt die Frage nach dem Warum. Vielleicht, weil Call Center-Dienstleister ihr Personal über andere Wege rekrutieren? Möglich! Deshalb hatten CallCenterProfi und esiq in der letzten Ausgabe die Bewerberkommunikation von fünf ausgewählten Dienstleistern über das soziale Netzwerk Facebook unter die Lupe genommen. Das Ergebnis fiel – bis auf eine Ausnahme – überraschend positiv aus. Doch noch längst nicht setzen alle Call Center-Dienstleister auf soziale Netzwerke, wenn es um die Ansprache potenzieller Bewerber geht.

In der Auswertung des 2011er BewerberChecks hatten wir deshalb bereits weitere Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung vorgestellt, die von den Top 10 der Dienstleister eingesetzt werden. Damals erwähnten wir die Tectum Gruppe und deren Kooperation mit dem Web-Magazin „Deutsch-Türkische-Nachrichten“. Ein anderer wichtiger Bewerberkanal bei Tectum sind diverse Sportsponsorings, mit denen der Call Center-Dienstleister aus dem Ruhrgebiet auf sich aufmerksam macht. Anfang dieses Jahres überraschte Tectum wieder einmal mit einer recht ausgefallenen Aktion. Über mehrere Wochen war man auf den Kartons von 20 Pizzabäckern aus Gelsenkirchen, Essen und Oberhausen präsent. Hier warb man für das eigens erstellte Bewerberportal „Hot-Jobs“, auf dem interessierte Besucher ihre Arbeits-Präferenzen (ähnlich wie bei einer Pizza) selbstzusammen stellen können und dann darauf passende Job-Vorschläge erhalten.

Einen anderen Weg wählten vier Call Center in Berlin: In einer Gemeinschaftsaktion des Call Center Verbands Deutschland, dem Hauptstadtvermarkter Berlin Partner und der Agentur für Arbeit in Berlin Mitte wurden Arbeitssuchende eingeladen, sich selbst ein Bild über die Arbeitsbedingungen in Call Centern zu machen – und zwar ganz unabhängig vom nicht so rosigen Image in der allgemeinen Bevölkerung. In einer geführten Bustour wurden die Call Center angefahren, besichtigt und es bestand die Möglichkeit, sich Arbeitsplätze im Kundenservice einmal vorurteilsfrei persönlich vor Ort anzuschauen.

„Webbasierte Prozesse“ und „Self Service“ waren in unserem letzten BewerberCheck die großen Stichworte, wenn es um das Bewerbermanagement bei Call Centern geht. Umso überraschter waren wir, als uns auf der CallCenterWorld 2012 ein Flyer des Call Center-Dienstleisters Sykes in die Hände fiel. Das Faltblatt in Form und Anmutung eines iPhones warb für eine App, die sich potenzielle Bewerber in Apples Appstore oder in Androids Market herunterladen sollten. Damit könne man sich zum einen über die einzelnen Standorte und verschiedenen Arbeitsmöglichkeiten beim Call Center-Dienstleister informieren oder sich auch gleich für einen vakanten Job bewerben. Die Idee war so gut, dass wir natürlich gleich den entsprechenden QR-Code auf dem Flyer scanneten, um uns das Portal etwas genauer anzusehen. Aber Fehlanzeige: Der Flyer war leider (noch?) nichts anderes als eine gute Idee. Auszubildende von Sykes, die am Wettbewerb „Young Professionals – Junge Talente im Dialog“ teilnahmen, hatten den Flyer erstellt. Deren Aufgabe war es, nach kreativen Wegen zu suchen, um das Image der Call Center-Branche



Längst nicht alle Call Center-Dienstleister setzen auf soziale Netzwerke, wenn es um die Ansprache potenzieller Bewerber geht.

zu verbessern und Menschen für die Arbeit im Call Center zu begeistern. Wir meinen: gut gemacht!

NACH DEM CHECK IST VOR DEM CHECK

„Gut gemacht“ – das würden wir so auch gern einmal als Zusammenfassung für unseren BewerberCheck formulieren. Dass es möglich ist, sich immer und immer wieder zu verbessern, hat SNT Deutschland eindrucksvoll bewiesen. Wir sind gespannt, ob dies auch anderen Dienstleistern gelingt. Möglich ist es aus unserer Sicht allemal. Auch wenn der genaue Zeitpunkt der Untersuchung natürlich keinem der Teilnehmer bekannt ist, gehört nicht viel Fantasie dazu, um ungefähr abzuschätzen, wann die Tester von esiq wieder in Aktion treten. Verbesserungsansätze haben wir hier eine Menge aufgezeigt (und noch mehr in der Detailsauswertung im Downloadbereich auf www.callcenterprofi.de). Spätestens beim BewerberCheck 2013 werden wir Klarheit haben, ob der Boden der Tatsachen wirklich schon erreicht ist.

Bernhard Gandolf und Alexander Jünger



15TH  **CALL CENTER CONVENTION**

**MEET THE
BEST
IN EUROPE**

How leading companies successfully
retain the market's pole position.

SAVE THE DATE

11th October 2012 | Start: 1 p.m. | Paris

LES SALONS DE L'AVEYRON
17 rue de l'Aubrac - 75012 Paris Bercy Village
Métro Cour Saint Emilion - ligne 14

An Event by **CCC**[®] **COMPETENCE CALL CENTER** for leaders, managers & decision makers in the Call Center Industry.

Please register at WWW.YOURCCC.COM