

Callcenter: Besser als ihr Ruf?

Wer ärgert sich nicht über unerwünschte Werbeanrufe, die immer zur Unzeit kommen? Doch Callcenter sind mehr, viel mehr als Arbeitgeber von lästigen Telefonverkäufern; sie nehmen, was vielen Kunden nicht bewusst ist, in der Regel wichtige Funktionen zu Gunsten und im Sinne der Konsumenten wahr. callnet.ch ist der Verband der Contact- und Call-Center-Branche in der Schweiz und vertritt über 80 Unternehmen. Dieses Jahr kann callnet.ch das 25-Jahr-Jubiläum feiern.

Wir sprachen mit dem Präsidenten von callnet.ch, Dario Tibolla, über die aktuellen Herausforderungen des Verbandes und der Branche.

Herr Tibolla, was sind die aktuellen Herausforderungen für callnet.ch?

Dario Tibolla (DT): Im Jubiläumsjahr von callnet.ch wollen wir weiter an Mitgliedern wachsen. Zudem möchten wir unser Weiterbildungsangebot, ein wichtiger Pfeiler unseres Verbandes und unserer Branche, ausbauen. Gerade in der Romandie haben wir an Neumitgliedern, an Weiterbildungsaktivitäten und auch mit Events noch erhebliches Potential, welches wir vermehrt ausschöpfen wollen.

Und die Herausforderungen für die Call-Center-Branche?

DT: Ich stelle fest, und höre das zurzeit auch von vielen Mitgliedern, dass es enorm schwierig ist, qualifiziertes Personal wie Teamleiter oder Supervisoren zu finden. Und natürlich wird es diesen Herbst auch allenfalls nicht einfache Diskussionen geben unter den Sozialpartnern bei den GAV-Lohnverhandlungen per 2023. Ich bin aber zuversichtlich, dass es eine zufriedenstellende Lösung für alle Beteiligten geben wird.

Sie haben sicherlich auch schon unerwünschte Werbeanrufe erhalten. Diese sind ja in weiten Teilen ein Ärgernis. Ärgern Sie sich auch darüber?

DT: Ja, natürlich ärgere ich mich auch darüber! Es gilt aber klar festzuhalten, dass unsere Mitglieder einen Ehrenkodex für Telemarketing unterzeichnen müssen, an welchen sie sich auch halten. Der Ehrenkodex verpflichtet die Unternehmen

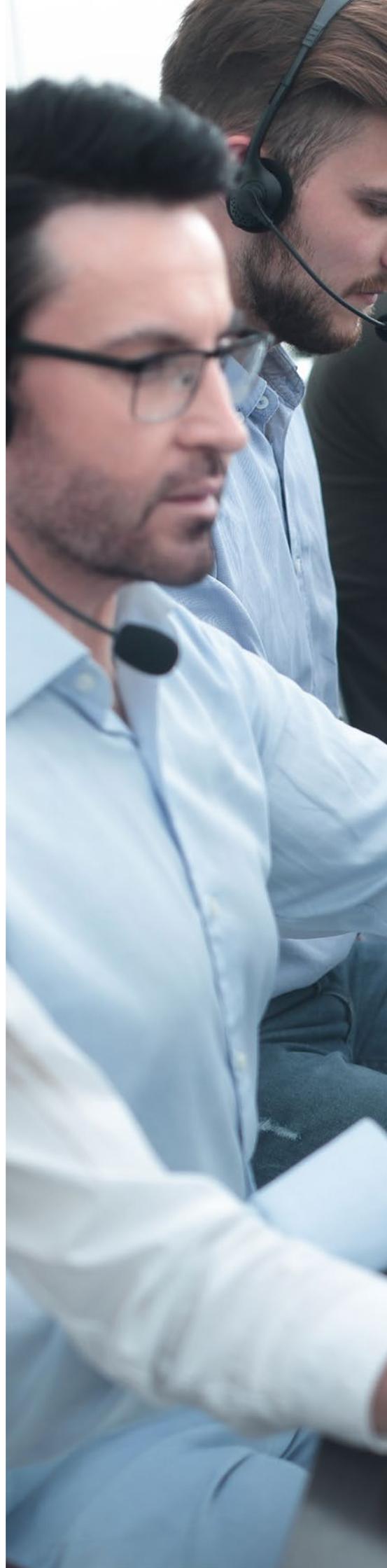
zu einem seriösen Verhalten im Umgang mit Kundenakquise und Eigenwerbung; d. h.: die Firmen sind registriert und tätigen keinerlei Anrufe an Personen mit Sterneintrag im Telefonverzeichnis. Die von Ihnen erwähnten unerwünschten Werbeanrufe kommen praktisch samt und sonders aus dem Ausland und schädigen unnötigerweise den Ruf unserer Branche und wohl auch das Geschäft unserer Mitglieder. Sie sind in der Tat ein Ärgernis und wenig hilfreich. Ganz abgesehen davon: ich bezweifle, dass mit einem solchen Geschäftsmodell ein gutes Geschäft gemacht oder gar Gewinn erzielt werden kann. Denn die Kaltakquise ist bekanntlich kosten- und zeitintensiv.

Warum gibt es trotz neuer Regulierungen im vergangenen Jahr durch den Bund weiterhin solche lästigen Anrufe?

DT: Ich antworte Ihnen mit einer Gegenfrage: Glauben Sie, dass mit weiteren Regulierungen und Verschärfungen diese lästigen Werbeanrufe gestoppt werden können? Ich sage Ihnen: Nein. Weil wohl 99 Prozent oder mehr dieser Anrufe von Call-Centern aus dem Ausland kommen. Da nützt die schärfste Regulierung im Inland nichts. Das Ärgernis wird bleiben – und schärfere Regulierungen treffen nur die falschen Unternehmen. Denn unseren seriösen Mitgliedern, die sich an die Regeln und die Gesetze halten, wird die Arbeit stetig erschwert. Jede neue Regulierung schränkt unsere Mitglieder in ihren Tätigkeiten weiter ein – und das, obwohl sie sich an die Vorgaben halten und kein Anlass zu Klagen geben. Es wäre wünschenswert, wenn die Politik dies ebenfalls erkennen würde. Schärfere Regulierungen im Inland ändern nichts an den unerwünschten Werbeanrufen aus dem Ausland; sie erschweren lediglich unseren Mitgliedern das Leben und gefährden im schlimmsten Fall Arbeitsplätze hier in der Schweiz. Zudem: Die überwiegende Mehrheit unserer Mitglieder verzichtet auf die Kaltakquise – die Quelle des grössten Ärgers für viele Menschen.

Was macht der Verband genau, um das Image der Branche zu verbessern?

DT: Die überwiegende Mehrheit unserer Mitglieder ist im Inbound-Bereich (Annah-





me von Telefonaten in Call-Centern durch anrufende Kundinnen und Kunden) tätig. Die Mitarbeiter unserer Mitgliedsfirmen leisten dank ihrer Ausbildung und ihrem Fachwissen täglich hochprofessionelle Arbeit und unterstützen die Kundinnen und Kunden bei der Lösung ihres Problems. Denken Sie beispielsweise an Banken, Versicherungen, Krankenkassen usw. Ich kann aber nicht bestreiten, dass uns der Ruf unserer Branche in Bezug auf Outbound-Telefonate (Anrufe von Call-Centern praktisch ausschliesslich aus dem Ausland an «wildfremde» Personen) Sorgen bereitet. Wir haben in den vergangenen Jahren viel unternommen, um das Image und den Ruf zu verbessern. So haben wir – wie bereits erwähnt – den Ehrenkodex eingeführt, welchen unsere Mitglieder einhalten. Wir bieten von unserer Seite auch das Abo der Fairlist an, führen jährliche Gespräche mit dem BAKOM und dem Seco und sprechen zudem mit den Konsumentenschutzorganisationen und mit Politikern. Und seit einigen Jahren existiert für die Branche ein allgemeinverbindlicher Gesamtarbeitsvertrag (GAV). Langsam, so glaube ich, tragen unsere Bemühungen Früchte. Aber es braucht Zeit; und gerade die aus dem Ausland getätigten unerwünschten Werbeanrufe sind Gift für den Ruf unserer Branche.

Glauben Sie, dass die Politik mit den Verschärfungen somit übers Ziel geschossen hat? Sind allenfalls sogar Arbeitsplätze in der Schweiz gefährdet?

DT: Ich kann gut nachvollziehen, dass die Politik mit den Verschärfungen die Outbound-Telefonate erschweren will. Allerdings sind die Möglichkeiten, diese praktisch ausschliesslich vom Ausland aus getätigten ärgerlichen Anrufe zu unterbinden, schwierig. Um auf Ihre Fragen zurückzukommen: ja, ich habe tatsächlich den Eindruck, dass die Politik mit den Verschärfungen für unsere in der Schweiz ansässigen Contact- und Call-Center über Ziel hinausgeschossen hat. Der Ruf nach weiteren Regulierungen ist zwar verständlich in Zeiten von Social-Media und den sogenannten Shitstorms. Allerdings würde ich jenseits von unnötigem Aktionismus erwarten, dass man versucht, das Ganze im Blick zu haben. Wie bereits erwähnt,

nützen diese Verschärfungen bei den ausländischen schwarzen Schafen wenig bis nichts; sie schaden vielmehr unserer Branche im Inland und gefährden Arbeitsplätze. Denn eines sollte einem bewusst sein: Die Margen in unserer Branche sind klein, womit der Spielraum der Unternehmen gering ist.

Zum Geburtstag darf man sich ja etwas wünschen. Was wünschen Sie sich um 25-Jahr-Jubiläum von callnet.ch konkret von der Politik?

DT: (lacht) Wünsche sind immer schön – nur gehen sie leider zumeist nicht in Erfüllung... Nein, im Ernst. Ich würde mir wünschen, dass bei spezifischen Fragen zu unserer Branche wir als Verband auch kontaktiert werden und unsere Expertise einfließen lassen können. Was dann die Politik daraus macht, ist eine ganz andere Frage. Doch ich glaube, es würde sich lohnen, hier partnerschaftlich zu agieren und die Probleme, sofern sie auftauchen, gemeinsam anzugehen und zu lösen.



Dario Tibolla, 53, wohnhaft in Horgen (ZH), präsidiert callnet.ch seit November 2019. Der Verband wurde 1997 gegründet. Er bündelt und vertritt die Anliegen und Interessen der Schweizer Contact- und Call-Center-Branche in der Öffentlichkeit und Politik. callnet.ch bietet verschiedene Weiterbildungen an. Zurzeit zählt der Verband gut 80 Mitglieder – Tendenz steigend.

Verbandsmitglied kann werden, wer als Unternehmen seinen Sitz oder zumindest eine Niederlassung in der Schweiz hat.

Weitere Informationen sind zu finden unter www.callnet.ch.