

# „Wir sind keine 08/15-Agenten“

## Im Callcenter bei der Ettliger walter TeleMedien-Gruppe ist Wissen gefragt

Von unserem Redaktionsmitglied  
Michael Schorpp

**Ettlingen.** „Wir sind keine 08/15-Agenten. Vielmehr verfügen wir über Fach- und Hintergrundwissen und müssen außerdem rhetorisch fit sein.“ Sigrid Genannt, Patricia Wipfler und Stephanie Stoll sind selbstbewusste Frauen, und sie sind stolz auf ihre Arbeit: Beschäftigt sind die drei bei der Ettliger walter TeleMedien-Gruppe als Callcenter-Agenten, wie die früheren „Telefonfachverkäuferinnen“ heute im Fachjargon genannt werden.

Tätig sind sie bei der Firma walter TeleMarketing & Vertrieb, deren Kunden vor allem die Pharmaindustrie, Hersteller von technischen Gebrauchsgütern, Telekommunikationsfirmen und Energieversorger sind. Sigrid Genannt und Patricia Wipfler haben eine Ausbildung

zur kaufmännischen Angestellten gemacht und sind schon lange dabei: Seit rund 20 Jahren arbeiten sie bei walter, heute unterstützen sie – wie auch die Apothekenhelferin Stephanie Stoll – den Außendienst von Pharmafirmen bei der Betreuung von Apotheken, es geht um Verkauf und Vertrieb. Geschätzt wird von den Frauen die regelmäßige Schulung und Weiterbildung genauso wie die flexible Arbeitszeit, die die Betreuung der Kinder – Patricia Wipfler und Sigrid Genannt haben jeweils zwei – erleichtert.

Gefragt sei bei der Arbeit „viel Feingefühl“, Stephanie Stoll spricht in diesem Zusammenhang vom „aktiven Hören“: So müsse man erkennen, ob der Gesprächspartner gestresst und damit der Zeitpunkt des Anrufs ungünstig ist. „In diesem Fall melden wir uns eben später noch einmal.“ Angenehm und freundlich muss

die Stimme der Mitarbeiter im Callcenter sein, sie müssen „mit ihrer Stimme lächeln“. Und die Frauen gestehen: „Man flirtet schon mal am Telefon, aber schließlich ist verkaufen ja wie flirten: man will etwas von dem anderen.“

Insgesamt sind bei der walter TeleMedien-Gruppe über 4 200 Mitarbeiter beschäftigt, davon mehr als 1 000 am Stammsitz in Ettlingen (Stand Oktober 2004). 2003 betrug der Honorarumsatz der Gruppe 98 Millionen Euro. Bei den Call- und Communicationcenter-Dienstleistungen gehört walter zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum und zu den größten derartigen Dienstleistern in Europa.

Die Investitionen in neue Technologie sowie die Schulung der Mitarbeiter durch die firmeneigene walter Akademie betragen 2,5 Millionen Euro im Jahr 2004. „Menschen sind unsere wichtigste Ressource“, unterstreichen denn auch Udo Litz und Marco Dahm, beide für das Personal zuständige Geschäftsführer: Litz bei walter TeleMarketing & Vertrieb und Dahm bei der auf Handel und Versandhandel spezialisierten Firma TS TeleMarketing Service. walter fordere von den Mitarbeitern Flexibilität, diese sei aber auch eine Chance für die Beschäftigten: So werde die Arbeitszeit individuell geplant. Sämtliche Arbeitszeitmodelle seien vertreten, wobei die Mehrzahl der Mitarbeiter eine 35-Stunden-Woche habe.

„Bewährt“ hat sich laut Litz und Dahm der seit Januar 2004 geltende Tarifvertrag bei walter: Die Ettliger Firmengruppe vereinbarte mit der Dienstleistungsgewerkschaft Verdi den ersten Haus-Rahmentarifvertrag für die Branche in Deutschland. Er bringe Flexibilität für Arbeitgeber und -nehmer mit sich und habe für die Arbeitnehmer den Vorteil, dass stabile Einkünfte an die Stelle schwankender Monatseinkommen treten. Möglich wird dies, indem Jahresarbeitszeitkonten geführt werden.

Und es bestehen auch Aufstiegsmöglichkeiten bei der walter TeleMedien-Gruppe: Karriere im Callcenter machte zum Beispiel Martina Hipp, die bei der Firma TS TeleMarketing Service seit 1994, dem Jahr der Gründung, beschäftigt ist. Vom Agenten arbeitete sie sich zum Teamcoach hoch und hat als solcher seit 1997 die Aufgabe der Qualitätskontrolle in einem Team von 20 Mitarbeitern. „Die Callcenter-Branche ist keine Einbahnstraße, der Weg nach oben ist offen“, unterstreicht die Mutter von zwei Kindern denn auch. Zwischenmenschlichkeit und die Motivation der Mitarbeiter stehen für sie im Vordergrund.

Martina Hipp verweist auch darauf, dass die Arbeit in der Branche vielseitig und anspruchsvoll sei. Die Mitarbeiter können mit qualifizierten Sachbearbeitern verglichen



DER INFORMATIONSAUSTAUSCH unter den Mitarbeitern der Firma TS TeleMarketing Service ist wichtig, Neuerungen im EDV-Programm müssen beherrscht werden. Fotos (2): Fabry

werden, erläutert sie. So werden nicht nur Bestellungen entgegengenommen, ebenso gehöre es dazu, Reklamationen zu bearbeiten und buchhalterische Aufgaben zu übernehmen. Martina Hipp selbst hat das aktive Telefonieren nie aufgehört, um weiter Kontakt zur Praxis zu haben und ihre Kenntnisse nicht zu verlieren.

Auch Seiteneinsteiger bekommen ihre Chance bei walter TeleMedien, betont Sabine Zoller, Leiterin der Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Gefragt seien Mitarbeiter, die gerne kommunizieren – und das unabhängig von der Ausbildung. So ist die Rechtsanwaltsfachangestellte Ariane Wagner, die in ihrem Beruf keinen Job bekam, bei walter „reingerutscht“. Sie habe nicht gewusst, was sie er-

wartet, erzählt die junge Frau, aber es mache ihr nun „sehr viel Spaß“. Zuständig ist sie für die „Kundenaktivierung“ im Versandhandel. Dabei nimmt sie Kontakt zu denjenigen auf, die einen Katalog bekommen, aber noch keine Bestellung aufgegeben haben.

Zu „08/15-Agenten“ werden sie jedenfalls auch in Zukunft nicht werden, die Mitarbeiter der Ettliger Firmengruppe. Schließlich entwickelt sich die Branche ständig weiter, und so ist derzeit bei walter der Ausbau der Dienstleistungen in Richtung „Prozessdienstleistungen“ die wichtigste strategische Stoßrichtung. Unter dem Leitsatz „Vom Callcenter zum Process-Center“ wird dabei für die Auftraggeber der gesamte Prozess des Managements ihrer Kundenbeziehungen übernommen.



ABWECHSLUNGSREICH ist die Arbeit im Callcenter bei walter TeleMarketing & Vertrieb in Ettlingen: Unser Bild zeigt (von rechts nach links) Sigrid Genannt, Patricia Wipfler und Stephanie Stoll.