

Neue Berufsbilder für das Dialogmarketing in Vorbereitung

MARTIN ELSNER

► **Am 1. August 2006 gehen zwei neue Berufe an den Start: Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/Kauffrau für Dialogmarketing. Im BIBB laufen die letzten Vorbereitungen für die Einführung.**

Kunden fordern heute eine optimale und effiziente Betreuung offensiv ein und wechseln schneller zur Konkurrenz. Unternehmensleitungen erwarten gleichzeitig Nachweise des Nutzens von Aktivitäten der Kundenbetreuung (Customer-Relation-Managements) für das Gesamtunternehmen sowie ein Controlling der internen Abläufe in der Kundenbetreuung. Dialogmarketing zielt infolge auf eine optimale strategische Ausrichtung, Planung, Gestaltung und Steuerung von Kundenkontakten, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und zu erhalten. In der Praxis müssen sich dafür die Mitarbeiter, die organisatorischen Strukturen sowie die informationstechnische Unterstützung bewähren. In verschiedenen Forschungsprojekten wurde in der Vergangenheit das sich neu konstituierende Feld der Kundenschnittstelle von Unternehmen näher untersucht und insbesondere die Qualifikationsentwicklung der Beschäftigten analysiert und kontrovers diskutiert.¹

Call Center haben sich trotz schlechter Wirtschaftslage in der Vergangenheit stark entwickelt. So gab es Ende 2005 ca. 4.500 Unternehmen, 5.500 Call Center, 184.000 Arbeitsplätze mit 330.000 Beschäftigten.² Rund 50 Prozent der Call Center sind seit 1999 entstanden. Von 2001 bis 2004 stieg der Anteil der externen Dienstleister von 10 auf 18

Prozent, der Anteil der „Inhouse“-Dienstleister fiel von 78 auf 49 Prozent, während eine gemischte Aufgabenwahrnehmung von 12 auf 33 Prozent anstieg. Call Center sind häufig in Ballungsräumen wie Berlin, Hamburg, Frankfurt, Düsseldorf oder München angesiedelt. Aufgrund des starken Wachstums der Branche und einer Unzufriedenheit mit den bestehenden Qualifizierungswegen, insbesondere durch die von den Kammern angebotenen Weiterbildungen, hatte sich die Branche in der Vergangenheit intensiv um ein eigenständiges Berufsbild bemüht.

BERUFSBILDER „SERVICEFACHKRAFT BZW. KAUFMANN/KAUFFRAU FÜR DIALOGMARKETING“ GESCHAFFEN

Im Frühsommer 2005 wurde vom zuständigen Bundeswirtschaftsministerium die Erarbeitung zweier Berufsbilder für diesen Bereich beschlossen und das Bundesinstitut für Berufsbildung mit der Realisierung beauftragt. Zum einen soll das Berufsbild einer zweijährigen Ausbildung *Servicefachkraft für Dialogmarketing (SFDM)* geschaffen werden, zum anderen das Berufsbild eines *Kaufmannes bzw. einer Kauffrau für Dialogmarketing (KDM)*. Die Berufsausbildung zur Servicefachkraft ist nach dem Konzept auf die Ausbildung zum Kaufmann/-frau anrechenbar. Durch dieses Modell wird insbesondere dem – durch die seit 1. April 2005 wirksame Reform der beruflichen Bildung – neuen § 5 Absatz 2 BBiG genügt, der nunmehr eine Berufsausbildung in sachlich und zeitlich besonders gegliederten, aufeinander aufbauenden Stufen vorsieht, wenn es sinnvoll und möglich ist.

Nach den Ergebnissen der Erarbeitungsprozesse sind sowohl *Servicefachkräfte* als auch *Kaufleute für Dialogmarketing* in Call Centern, in Servicecentern von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen und in anderen dialogorientierten Organisationseinheiten, auch im öffentlichen Dienst, tätig. Das Arbeitsgebiet der Servicefachkräfte für Dialogmarketing liegt in der Kommunika-

Anmerkungen

- 1 U. a. Forschungsprojekte des BMBF betreut von Projektträger DLR: *Professionelle Services in innovativen Call Center Organisationen (INCCA)*; *Soziale Gestaltung der Arbeit in Call Centern (soCa)*, in Projektträger im DLR – *Arbeitsgestaltung und Dienstleistungen, Jahresbericht 2003/2004, Köln 2004*; *Bau-meister, H.; Westhoff, G.: Betriebliche Ausbildung als Strategie gegen Fachkräftemangel in neuen Dienstleistungsbereichen. In: BWP 31 (2002) 1, S. 12 ff.*; *Baumeister, H.: Call Center in Bremen, Bremen 2001*; *Schnalzer, K.; Gidion, G.: Fallstudien-bericht Call Center Inbound/Outbound, 2000, Projekt FreQueNzADeBar*; *Kruschel, H.; Paulini-Schlottau, H.: Ausbildung oder Fortbildung für den Call-Center-Bereich?. In: BWP 29 (2000) 3, S. 30 ff.*
- 2 *Angaben: Call Center Forum Deutschland e. V.*
- 3 *Näheres zum BIBB-Forschungsprojekt Berufsbezeichnungen www.bibb.de/de/wlk8276.htm*
- 4 *Entwürfe (Stand: 27. Januar 2006)*
- 5 *Weitere Informationen unter www.bibb.de/de/20720.htm bzw. www.bibb.de/de/20751.htm*

tion mit den Kunden in den Bereichen Kundenbetreuung, -bindung und -gewinnung, den operativen Kernprozessen eines Call Centers. Sie wirken dabei in einer Projektorganisation, die sie vorbereiten, durchführen und mit einem Projektcontrolling unterstützen. Dabei nutzen sie modernste Informations- und Kommunikationsmittel.

Kaufleute für Dialogmarketing haben ihren Schwerpunkt – aufbauend auf den Qualifikationen einer Servicefachkraft – in vermarktenden, organisatorischen und steuernden Aufgabenfeldern – den strategischen Nebenprozessen eines Call Centers. Der Schwerpunkt ist zum einen in Vertrieb und Marketing mit besonderen Anforderungen an die Kommunikation mit Auftraggebern zu sehen, zum anderen in der Personalwirtschaft, der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle sowie der Qualitätssicherung.

GEWÄHLTE BERUFSBEZEICHNUNGEN SICHERN GUTES IMAGE DER BERUFE

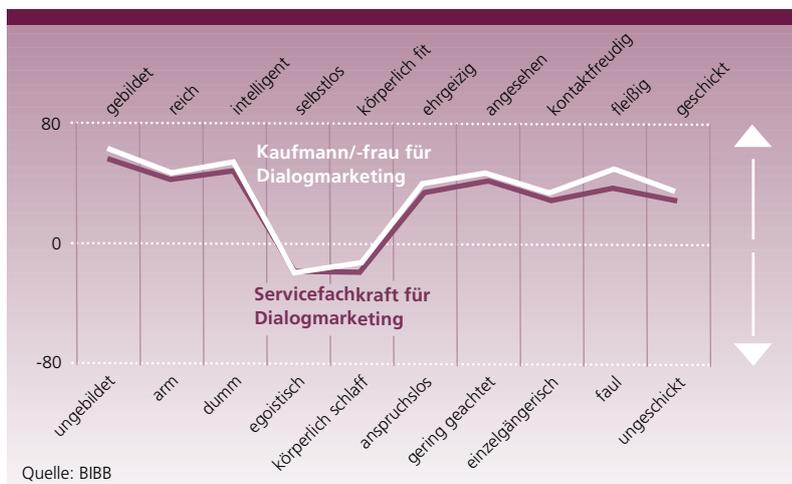
Die neuen Ausbildungsberufe im Dialogmarketing sind gerade auch mit ihren Berufsbezeichnungen eine gute Voraussetzung für die Rekrutierung von Ausbildungsbewerbern. Das zeigen die Ergebnisse eines von ULRICH betreuten BIBB-Forschungsprojektes „Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl“. Insgesamt wurden in dem Forschungsprojekt, das auch andere Berufe umfasst, rund 8.000 Jugendliche befragt. Berufsbezeichnungen weisen insbesondere eine Signal-, eine Selektions- sowie eine Selbstdarstellungsfunktion auf. Eine positive Wahrnehmung der im Dialogmarketing gewählten Berufsbezeichnungen resultiert insbesondere aus den bei der Berufswahl von Jugendlichen entscheidenden Kriterien (gebildet, reich, intelligent und angesehen), die gut repräsentiert sind. Bemerkenswert ist auch, dass die Servicefachkraft kaum schlechter als der Kaufmann bewertet wurde.

Allerdings ist der Grad der Vertrautheit mit den neuen Berufsbezeichnungen der Ausbildungsberufe noch sehr gering. Deshalb muss unbedingt Öffentlichkeitsarbeit eingeplant werden, um eine ausreichende Vertrautheit unter den infrage kommenden Berufswählern herzustellen. Diese sollte möglichst nicht nur verbal, sondern unter Einsatz konkreter Bilder gestaltet werden. Günstig ist es auch, in diese Kampagnen auch jüngere Jahrgänge mit einzubeziehen, die noch nicht unmittelbar vor der Berufswahl stehen. Das Gefühl der Vertrautheit lässt sich nicht rasch herstellen, ist aber neben dem Interesse und dem Gefühl, sich mit diesem Beruf sehen lassen zu können, eine zentrale Variable bei der Frage, ob der Beruf überhaupt in Betracht gezogen wird. Wie die bisherigen Untersuchungen vermuten lassen, besteht sonst die Gefahr, dass der Beruf nicht weiter beachtet wird, selbst von denen nicht, die für den Beruf infrage kommen.³

Abbildung 1 **Ausbildungsprofile⁴**

Servicefachkräfte für Dialogmarketing	Kaufleute für Dialogmarketing
<ul style="list-style-type: none"> ☐ kommunizieren und korrespondieren sicher und kompetent mit Kunden, bei gleichzeitiger Nutzung von Informations- und Kommunikationssystemen ☐ analysieren den Bedarf, beraten Kunden und bieten kundenspezifische Problemlösungen an ☐ setzen rhetorische Mittel und Gesprächsführungstechniken situationsangepasst ein ☐ präsentieren Produkte und Dienstleistungen kundenorientiert und verkaufen diese ☐ bearbeiten Kundenanfragen, Aufträge und Reklamationen ☐ nehmen aktiv mit potenziellen Kunden und Interessenten Kontakt auf ☐ wirken bei der Vorbereitung von Projekten mit, führen sie im Team durch und dokumentieren die Projektergebnisse ☐ berücksichtigen spezifische Kennzahlen und Steuerungsgrößen für das Projektcontrolling ☐ nutzen Datenbanken, pflegen und sichern Daten ☐ wenden einschlägige Rechts-, Datenschutz- und Sicherheitsvorschriften an 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ kommunizieren und korrespondieren sicher und kompetent mit Auftraggebern und Kunden und wenden dabei auch Fremdsprachenkenntnisse an ☐ planen, organisieren, kontrollieren und dokumentieren Kampagnen und Projekte ☐ planen und führen Maßnahmen zu Personalbeschaffung, -einführung, -einsatz und -entwicklung durch ☐ steuern und kontrollieren die Projektabwicklung unter betriebswirtschaftlicher Sicht, insbesondere mit Hilfe Call-Center-spezifischer Kennzahlen und Steuergrößen ☐ bearbeiten Aufgaben mit Unterstützung von Informations- und Kommunikationssystemen ☐ wirken bei Angebotsgestaltung, Vertragsanbahnung und Vertragsabschlüssen mit, kalkulieren Angebote ☐ präsentieren und verkaufen kundenorientiert Produkte oder Dienstleistungen für Auftraggeber ☐ bearbeiten Anfragen, Aufträge und Reklamationen von Auftraggebern und Kunden ☐ prüfen die Auftragsdurchführung mit Hilfe von Qualitätssicherungsinstrumenten ☐ beobachten Markt und Wettbewerber und wirken bei der Gestaltung des Dienstleistungsangebotes mit

Abbildung 2 **Vermutetes Fremdimage der Berufe Kaufmann/-frau bzw. Servicefachkraft für Dialogmarketing**



Die im Bundesinstitut für Berufsbildung durch die Sachverständigen des Bundes erarbeiteten Entwürfe zu den Verordnungen müssen nunmehr noch die zuständigen Gremien im Gesetzgebungsprozess durchlaufen, um dann voraussichtlich im April 2006 im Bundesgesetzblatt bekannt gemacht zu werden. Mit dem 1. August 2006 sollen die Berufsausbildungen für die Servicefachkraft und die Kaufleute für Dialogmarketing in Kraft treten und für eine Ausbildung zur Verfügung stehen.⁵ Für ausbildungswillige Betriebe besteht schon jetzt die Möglichkeit einer Eintragung von Ausbildungsverträgen durch die zuständigen Kammern. ■