



Qualifikationsanforderungen und Qualifizierungsmaßnahmen für das Personal in Call Centern

■ Der Call-Center-Markt ist als neuer Beschäftigungs- und Qualifizierungsbereich in den letzten Jahren zunehmend in das Blickfeld des öffentlichen Interesses gerückt. Für die neu geschaffenen Arbeitsplätze müssen Mitarbeiter/-innen qualifiziert werden. Das ist bisher nicht sichergestellt; die einstellenden Call-Center-Betreiber beklagen sich über den Mangel an geeignetem Personal¹. Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) führt zurzeit zu dieser Thematik eine Untersuchung durch. Der Beitrag informiert über den gegenwärtigen Stand der laufenden Arbeiten. Es wird dargestellt, welche Qualifikationsanforderungen in Call Centern bestehen, welche bisherigen Qualifizierungsmaßnahmen angeboten werden und welche Qualifizierungsstrategie künftig verfolgt werden soll.

Entwicklung im Call-Center-Bereich

Es gibt bundesweit insgesamt 1.500 Call Center mit 150.000 Agenten², 50 Prozent der Call Center existieren seit weniger als drei Jahren. Es wird prognostiziert, dass bis zum Jahre 2001 ca. 4.000 Call Center mit rund 240.000 Mitarbeitern/-innen existieren werden. Diesem Entwicklungspotential muß durch eine Qualifizierungsstrategie Rechnung getragen werden, die längerfristig ausgerichtet ist und Personalentwicklung ermöglicht, um auf diese Zukunftsaufgaben adäquat reagieren zu können.

Das Aufgabenfeld Call Center reiht sich ein in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Trend zu mehr Dienstleistungen. In Call Centern diente bisher das Telefon als Arbeitsmittel, zunehmend werden jedoch auch andere Kommunikationswege (Fax, Video, Internet, E-Mail) genutzt, d.h., Call Center entwickeln sich zunehmend zu Kommunikationszentren. Dabei zeigt sich die Tendenz, dass einfache Tätigkeiten wegrationalisiert werden, komplexe Aufgabenbündel dagegen übrigbleiben und diese die Kernaufgaben des Personals in Call Centern bilden.

Call Center werden in großen Unternehmen als Marketinginstrument eingerichtet, es werden aber verstärkt externe Dienstleister einbezogen.

Es gibt Call Center in allen Branchen, die einen intensiven Kundenkontakt pflegen. Von allen Call Centern insgesamt sind die Bereiche Finanz- und Beratungsdienstleistungen (27%) sowie die reinen Call-Center-Dienstleister (26%) am stärksten vertreten, gefolgt von Handel (17%) und Industrie (14%)³.



HANNELORE PAULINI

Wiss. Mitarbeiterin im Arbeitsbereich
„Ordnung der Ausbildung – kaufmännische und verwaltende Berufe“ im BIBB,
Berlin

Qualifikationsanforderungen

Die Aufgaben in Call Centern zeichnen sich aus durch ein großes Veränderungspotential, da sie in den unterschiedlichen Branchen ständig erweitert werden.

Im Einzelnen handelt es sich um folgende Aufgaben, die aber nicht in allen Call Centern anfallen:

- Auskunft erteilen;
- Reservierung vornehmen;
- Marketing betreiben;
- Verkauf (Direktverkauf, Telesales) durchführen;
- Bestellungen entgegennehmen und Versand der bestellten Waren veranlassen;
- Kundenbefragung durchführen;
- Kunden zurückgewinnen;
- Koordinationsaufgaben übernehmen, z.B. für den Vertrieb;
- fachliche Beratung durchführen (technischer Support/ Helpdesk, Bank- und Versicherungsleistungen);
- Reklamationen entgegennehmen, weiterleiten und regulieren (Beschwerdemanagement);
- Serviceleistungen anbieten, Kundensupport unterhalten;
- Follow-up-Tätigkeiten (Bestätigungsschreiben, Eintrag in Liste);
- Direct Response TV bedienen.

Darüber hinaus müssen in Call Centern Informations- und Kommunikationstechniken angewendet sowie Fremdsprachenkenntnisse beherrscht werden.

Bisherige Qualifizierungsangebote

Für Mitarbeiter/-innen in Call Centern existiert kein anerkannter Aus- oder Weiterbildungsabschluss nach dem Berufsbildungsgesetz (BBiG), es handelt sich weder um einen anerkannten Ausbildungsberuf wie Bürokaufmann/-frau (nach § 25 BBiG) noch um einen Weiterbildungsberuf mit anerkanntem Abschluss wie Fachberater/-in oder Fachwirt/-in (nach § 46 BBiG). Die Qualifizierung erfolgt in einem Zertifikatslehrgang, einer speziellen Trainingsmaßnahme nach §§ 48-52 SGB III (Sozialgesetzbuch), die vom Arbeitsamt vermittelt und finanziert wird⁴.

In über 40 IHKs (von insgesamt 83 IHKs) wird dieser Zertifikatslehrgang zum Call-Center-Agenten/zur Call-Center-Agentin mit 240 Stunden Dauer angeboten⁴.

Darüber hinaus bieten auch freie Träger (in Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg, Schleswig-Holstein) Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeiter/-innen in Call Centern an.

Die Qualifizierungsinhalte dieser Lehrgänge haben eine unterschiedliche Stundenanzahl und differierende Inhalte, die kein eindeutiges Qualifikationsprofil erkennen lassen. Anlässlich der Vielfalt und der Zersplitterung der angebotenen Qualifizierungsmaßnahmen spricht eine Autorin von

Ist ein neuer Beruf erforderlich?

einem Flickenteppich⁵. Es gibt aber auch Unternehmen, die für die Aufgaben im Call Center ausschließlich eine Inhouse-Qualifizierung anbieten, wie z.B. Mannesmann.

In dieser unklaren Qualifizierungssituation entwickeln sich unterschiedliche Vorstellungen, die strukturiert und gebündelt werden müssen: Auf der einen Seite sprechen sich zahlreiche Call-Center-Betreiber sowie Verbände für eine Weiterbildung aus, weil zum einen das Personal in einem Call Center für die Auskunfts- und Beratungstätigkeit am Telefon älter sein und damit über mehr Lebens-/Berufserfahrung verfügen soll, zum anderen weil wegen des großen Veränderungs- und Entwicklungspotentials von Call Centern das Qualifikationsprofil schwer festzuschreiben sei und sich daher nicht für eine rechtliche Kodifizierung eignen würde. Auf der anderen Seite gibt es Initiativen für die Schaffung eines neuen Ausbildungsberufs, z.B. in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Rheinland-Pfalz, um junge Leute früh an ein Unternehmen zu binden und innerhalb des Unternehmens zu fördern. Die Schaffung eines eigenen Ausbildungsberufs für den Call-Center-Bereich würde ferner zu einer Aufwertung der Unternehmen und des Personals führen, so die Ansicht von einzelnen Call-Center-Betreibern.

Personal in Call Centern

Bisherige Zielgruppen, die für die Tätigkeit in Call Centern rekrutiert wurden, sind Absolventen anerkannter Ausbildungsberufe, insbesondere kaufmännischer Berufe und Berufe des Tourismus, einschließlich des Gastgewerbes. 40 Prozent der Beschäftigten in Call Centern haben Abitur oder ein abgeschlossenes Hochschulstudium, häufig werden auch Studenten eingesetzt. Im geringeren Maße findet man auch Berufsrückkehrerinnen und Arbeitslose in Beschäftigungsverhältnissen. Das durchschnittliche Alter des eingesetzten Personals schwankt jedoch zwischen 20 und 30 Jahren.⁶

Aktivitäten des Bundesinstituts für Berufsbildung

Die Untersuchung des Bundesinstituts zur Qualifizierung des Personals in Call Centern⁸ hat zum Ziel, den Qualifizierungsbedarf in Call Centern hinsichtlich Struktur, Organisation und Inhalt zu ermitteln und Vorschläge für ein künftiges Qualifikationsprofil des Call-Center-Mitarbeiters/der Call-Center-Mitarbeiterin zu entwickeln.

Neben einer Literaturanalyse werden zur Zeit schriftliche Befragungen von Industrie- und Handelskammern, von

Experten zum Call-Center-Bereich sowie von Personal- und Ausbildungsverantwortlichen in Call Centern durchgeführt. Ergebnisse werden im September vorliegen.

Im Zusammenhang mit der BIBB-Untersuchung bestehen Kooperationsbeziehungen mit Einrichtungen in Mecklenburg-Vorpommern, die eine detaillierte regionale Studie durchführen. Die Untersuchungsbereiche und die Fragestellungen der bundesweiten und der regionalen Untersuchungen wurden aufeinander abgestimmt, und die Befunde beider Studien sollen zusammengefasst und bewertet werden.

Erste Überlegungen zu den Konsequenzen aus den Untersuchungen

Bisher bieten kaufmännische Ausbildungsberufe gute qualifikatorische Voraussetzungen für eine Tätigkeit in Call Centern, insbesondere wenn Verkaufs-, Marketing- und Vertriebsaufgaben ausgeübt werden. Sie können Ansatzpunkt für eine Weiterentwicklung der Qualifizierungsstrategie im Call-Center-Bereich sein:

- Seit Inkrafttreten der Büroberufe ist in allen neueren kaufmännischen Ausbildungsberufen (seit 1992) die Anwendung von modernen Informations- und Kommunikationstechniken als Qualifikationsbereich aufgenommen worden.
- Ebenso wird die Anwendung einer Fremdsprache bei Fachaufgaben in neueren Ausbildungsberufen, die eine starke Außenorientierung und viel Kontakt mit dem Ausland haben, gefordert, wie z.B. bei Speditions- und Reiseverkehrskaufleuten sowie Kaufleuten im Groß- und Außenhandel.
- Die Kunden- und Serviceorientierung als Qualifikationsinhalt spielt ebenfalls eine große Rolle in den Berufen, die einen engen Kundenkontakt haben, wie z.B. Versicherungs-, Bank- und Reiseverkehrskaufleute. Aber auch die Büroberufe, die zunächst für die Binnenstruktur von Unternehmen konzipiert waren und die kundenorientierte Inhalte nicht enthielten, müßten bei einer Neuordnung um solche Inhalte erweitert werden.

Aus gegenwärtiger Sicht sind folgende fünf anerkannte Wege des (abschlussorientierten) Qualifikationserwerbs möglich:

- Die Industrie- und Handelskammern einigen sich zunächst auf der Kammerebene auf eine anerkannte Fortbildung zum Call-Center-Agenten/zur Call-Center-Agentin (nach § 46, 1 BBiG), um sie ggf. zu einem späteren Zeitpunkt in eine bundesweit gültige Fortbildungsregelung (nach § 46, 2 BBiG) zu überführen.
- Es wird ein eigener Ausbildungsberuf „Fachkraft bzw. Kaufmann/Kauffrau für Telemarketing“ entwickelt.
- Eine Zusatzqualifikation „Telemarketing“ für kaufmännische Auszubildende wird geschaffen, die während

oder nach der Ausbildung absolviert werden kann und zertifiziert wird; sie wird im Abschlußzeugnis aufgeführt.

- Standardmäßig werden kaufmännische Berufe bei einer Neuordnung um einen Pflichtbestandteil Telemarketing erweitert.
- Auch ist die Entwicklung eines kundenorientierten Querschnittsberufes „Dienstleistungskaufmann/-kauffrau“ zu überlegen, in dem u.a. auch auf die Tätigkeiten in einem Call Center vorbereitet wird.

Im Konsens mit den Sozialparteien muss auf der Basis der erarbeiteten Vorschläge entschieden werden, wie Mitarbeiter/-innen in Call Centern künftig qualifiziert werden sollen.

Anmerkungen

- 1 Vgl. Höfner, B.: *Personal dringend gesucht: DDV-Studie zum Personalbedarf von Call Centern*. In: Deutscher Direktmarketing Verband e.V.: *Service im Dialog. TeleMedienServices Jahrbuch 1999*, S. 59-61
- 2 Nach Schätzungen des DDV; vgl. *Informationen für die Beratungs- und Vermittlungsdienste der Bundesanstalt für Arbeit, Nürnberg (IBV) 39/98 vom 30.09.1998: Arbeitsplatz Call Center. Ein neuer Wirtschaftszweig boomt*.
- 3 Quelle: Höck, M.: *Benchmark-Studie: Deutsche Call Center im internationalen Vergleich*. In: Deutscher Direktmarketing Verband e.V. 1999, S. 13-17
- 4 Vgl. dazu auch: Brötz, R.; Oberlindofer, H.-Chr.: *Qualifizierung der Beschäftigten in Call Centern aus gewerkschaftlicher Sicht* in diesem Heft S. 39ff.
- 5 Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.08.1998 sowie *Informationen von der DIHT-Bildungs GmbH und der Call-Center-Akademie in Nordrhein-Westfalen*.
- 6 Vgl. Middendorf, B.: *Mogelpackung: IHK-Ausbildung, Call-Center-Agent*'. Nicht überall, wo IHK drauf steht, ist auch IHK drin. In: *Teletalk 11/98*, S. 70-72
- 7 Vgl. IBV 39/98 sowie *Handelsblatt Nr. 199 vom 15.10.1998*.
- 8 Vgl. *Arbeitsprogramm 1999 des Bundesinstituts für Berufsbildung, Berlin und Bonn 1999*, S. 175