

Ergonomie
Der Mensch
im Mittelpunkt

Psychologie
Effektive
Emotionsarbeit

Technologie
Von Headset
bis Software



Call-Center 2008

Lösungen für gesundes und produktives Arbeiten

Das Call-Center – ein Büro in weiterem Sinne



Robert Nehring

Call-Center genießen heute im Allgemeinen keinen guten Ruf. Nicht erst seit den Enthüllungen von Günter Wallraff sind überaus zweifelhafte Geschäftspraktiken bekannt. Vor kurzem ist eine zum Kauf angebotene CD mit den Namen, Geburtstagen, Adressen, Telefonnummern und Kontonummern von insgesamt rund 17.000 Bundesbürgern aufgetaucht. Als Lottogesellschaften getarnte Firmen haben über Call-Center Tausende Verbraucher angerufen und in mehreren Fällen ohne Einzugserlaubnis Geld von deren Bankkonten abgebucht. Dennoch: Es handelt sich bei solchen Missbrauchsdelikten um Einzelfälle bzw. um schwarze Schafe der Branche. Man muss sich bewusst machen, dass heute in Deutschland ca. 435.000 Menschen in rund 5.700 Call-Centern arbeiten.

Call-Center-Arbeitsplätze sind Büroarbeitsplätze, auch wenn man sie nicht zu den klassischen vor allem in der Verwaltung zu findenden Büros zählen kann, worauf sowohl die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft als auch das Call Center Forum Deutschland e.V. zu Recht aufmerksam machen. Der Call-Center-Agent, der fast den ganzen Tag am Schreibtisch mit Bildschirm arbeitet, ist also – trotz aller Unterschiede – ein Office-Worker. Deshalb sind die meisten Aspekte, die für die Arbeit im „normalen“ Büro wichtig sind, auch für Call-Center relevant – allen voran Ergonomie und Design. Sie finden in dieser Ausgabe wertvolle Ratschläge, etwa für die Einrichtung von Call-Centern, den richtigen Gebrauch der Stimme beim Telefonieren oder die nicht zu unterschätzende Emotionsarbeit. Vom Theoretischen schlagen wir viele Brücken zum Praktischen. So werden auch zahlreiche pragmatische Lösungen abgebildet, z. B. aktuell erhältliche Headsets, Computerprogramme, Möbelsysteme und schallschluckende Wände.

Wir freuen uns sehr, Ihnen diese Sonderausgabe präsentieren zu können. Großer Dank gilt unserem kompetenten Kooperationspartner, der VBG, ohne die dieses Heft wohl nicht zustande gekommen wäre. Wir hoffen, Ihr Interesse wecken zu können.

Robert Nehring

RN@OfficeABC.DE



Foto: Steelcase.

IMPRESSUM

Das Büro
Sonderausgabe Call-Center
www.OfficeABC.DE
www.Das-Buero-Magazin.de
VERLAG: Verlag Frank Nehring GmbH
 Zimmerstraße 56, 10117 Berlin
 Tel. 030 479071-0, Fax 030 479071-20
 DasBuero@OfficeABC.DE
HERAUSGEBER/GESCHÄFTSFÜHRER:
 Frank Nehring, Tel. 030 479071-11
 FN@OfficeABC.DE
 (Alleiniger Inhaber und Gesellschafter, Wohnort Berlin)
FACHBEIRAT:
 Prof. Dr. Dieter Lorenz (FH Gießen/Friedberg,
 Lehrstuhl für Arbeitswissenschaften),
 Dr. Armin Windel (Wissenschaftlicher Direktor/Leiter der
 Gruppe „Ergonomie“ bei der Bundesanstalt für Arbeits-
 schutz und Arbeitsmedizin (BAuA) Dortmund),

Helmer Nettlau (Referatsleiter Verwaltungs-
 Berufsgenossenschaft (VBG)),
 Willi Schneider (Vorsitzender Deutsches
 Büromöbel Forum und Vorsitzender des
 Initiativkreises INQA Büro), Monika Gunkel
 (1. Vorsitzende des Bundesverbandes Sekretariat
 und Büromanagement e. V. (bSb))
CHEFREDAKTEUR:
 Robert Nehring, Tel. 030 479071-18
 RN@OfficeABC.DE
REDAKTION:
 Anke Templiner, Tel. 030 479071-26
 AT@OfficeABC.DE
ABO- UND LESERSERVICE:
 Nico Röhner, Tel. 030 479071-21
 NR@OfficeABC.DE
ANZEIGENSERVICE:
 Bärbel Skrzypczak, Tel. 030 479071-27
 BS@OfficeABC.DE
GESTALTUNG:
 mattheis.werbeagentur gmbh
 www.mattheis-werbeagentur.de

TITELMOTIV: HCD.
**ERSCHEINUNGSWEISE, EINZELVERKAUF-
 UND ABONNEMENTPREIS:**
 Der Einzelverkaufspreis beträgt 5 €. Der Abonnement-
 preis beträgt 27 € (Ausland 38 €) inklusive Versandkosten-
 anteil. Darin enthalten ist der kostenlose Bezug von Son-
 derheften und anderen zusätzlichen Veröffentlichungen.
GESAMTHERSTELLUNG:
 Druckhaus Dresden GmbH
 ISSN 1434-2782
 Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Kopien nur
 mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlages.
 Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen
 nicht in jedem Fall der Meinung der Redaktion. Für
 unverlangt eingesandte Manuskripte bzw. Datenträger
 übernehmen wir keine Garantie.
VERTRIEB EINZELVERKAUF:
 MZV Moderner Zeitschriften
 Vertrieb GmbH & Co. KG
 Breslauer Straße 5, 85386 Eching
 Fon: 089 31906-0, Fax: 089 31906-113
 E-Mail: mzv@mzv.de, Web: www.mzv.de

REDAKTIONSSCHLUSS: 04.08.2008



Das Büro ist Organ der Initiative
 Office-Excellence.



Der Verlag Frank Nehring ist Fördermitglied im Bundes-
 verband Sekretariat und Büromanagement e. V.



Der Verlag Frank Nehring ist Mitglied im
 Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ).

TREND

- 6 Sind Call-Center noch Büros?**
Über die industrielle Produktion von Kundenzufriedenheit
- 8 Call- oder Contact-Center?**
Die Anforderungen an ein modernes Call-Center
- 9 Aufwändig – aber lohnend**
Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument

ERGONOMIE

- 10 Zufriedenheit schafft Leistung**
Gesund und produktiv arbeiten in einer ergonomischen Arbeitsumgebung
- 17 TCO'07 Headsets**
Das erste Headset-Gütesiegel von TCO Development
- 18 Für jeden das Passende**
5 Headset-Empfehlungen fürs Call-Center
- 19 Sicherheit fürs Ohr**
Die Sennheiser Office Headsets mit ActiveGard™-Technologie



STIMME

- 20 Richtig reden**
Warum und wie Sie Ihre Stimme schonen sollten
- 22 Sich selbst hören**
Ein Stimmtraining lehrt den bewussten Umgang mit der Stimme

PSYCHE

- 24 „Nehmen Sie es nicht persönlich!“**
Über Emotionsarbeit in Dienstleistungsberufen
- 27 Immer freundlich! – Aber wie?**
Professionelle Unterstützung bei der Emotionsarbeit

TECHNIK

- 28 Sofort verbunden**
10 Software- und TK-Lösungen für die perfekte Kommunikation
- 30 Die richtige Call-Center-Lösung**
Tipps zur Auswahl der passenden Software
- 31 „All in One“-Kommunikation**
Die neue Softwaregeneration von Interactive Intelligence

EINRICHTUNG

- 32 Modular & schallabsorbierend**
10 Anregungen für die Call-Center-Einrichtung
- 34 Raum und Gestaltung für Qualität**
Die wichtigsten Dos and Don'ts bei der Call-Center-Gestaltung

