

# „Was nicht ist, kann noch werden!“

## Servicequalität im Call Center

Das Qualitätssiegel des CCBenchmarks e. V. – der Service Performance Index (SPI) – erhielt auf dem zweiten IT-Gipfel der Bundesregierung eine Empfehlung der Arbeitsgruppe „Contact Center-Qualität“. Über die Leistung von Call Centern aus Kundensicht und Qualität im Kundenkontakt sprach CallCenterProfi mit Daniel Schmidt, Vorstandsvorsitzender CCBenchmarks e. V.

**CallCenterProfi:** Herr Schmidt, der Service Performance Index (SPI) der Branchenvereinigung CCBenchmarks e. V. hat es kürzlich in die Liste der für die Bundesregierung relevanten Referenzdokumente geschafft, wenn es um die Servicequalität in Inbound-Call Centern geht. Erst einmal Glückwunsch dazu! Was bedeutet das jetzt konkret?

**Schmidt:** Danke. Zunächst mal bedeutet das einen Schritt in die richtige Richtung. Sie müssen wissen, dass die Idee des SPI im Kreise von Unternehmensvertretern geboren wurde. Nach fast dreijähriger Entwicklungszeit in unserem Branchenverband bieten wir hier also ein extrem auf die Unternehmensbedürfnisse zugeschnittenes Konzept. Dies ist sicher ein anderer Ansatz als die bisherigen Qualitätskonzepte, die zwar vor dem ehrenwerten Hintergrund des Qualitätsmanagements und der reinen Lehre entwickelt wurden, aber aufgrund ihrer Komplexität und der hohen Kosten nur sehr schwer Zugang in die Unternehmen finden. Der SPI ist ein pragmatischer Ansatz mit einem fairen Preismodell, der sich sehr gut in die Landschaft von DIN EN ISO 9001, EFQM und COPC einfügt. Durch die nahezu 100 %-ige Kundensicht ist der SPI aber auch ohne flankierende Maßnahmen bereits ein sehr

gutes Qualitätssicherungsinstrument. Was will man mehr?

**CallCenterProfi:** Bisher ist die Verpflichtung zum SPI nicht gegeben, denn die Referenzdokumente werden lediglich empfohlen und sind nicht als verpflichtender Maßstab gemeint. Ist man auf halbem Wege stehen geblieben?

**Schmidt:** Was nicht ist, kann ja noch werden! Ich denke aber, in einer Marktwirtschaft sollte so wenig wie möglich reguliert werden. Was würden wir mit verpflichtenden Vorgaben gewinnen? Ein Wettbewerb der Qualitätssicherungssysteme kann dem Endkunden doch nur nützen. Auch die DIN EN ISO 9001 und 10001 ist ‚nur‘ empfohlen. Dennoch: Wir haben hier eine Situation, bei der zumindest klar ist, welche Ansätze für die Überprüfung der Kundenzufriedenheit und der Dienstleistungsqualität besonders geeignet sind. Offenbar hält der Expertenkreis des IT-Gipfels die DIN EN ISO 9001 (Prozesssicht) und den SPI (Kundensicht) für die besten Methoden. Das ist doch ein deutliches Zeichen. Ein richtiges, wie ich meine.

**CallCenterProfi:** Verpflichtung hin oder her ..., wird es nun mehr „Zertifizierte“ geben als in der Vergangenheit?

**Schmidt:** Wir werden sicherlich keine Inflation der Zertifizierungen erleben. Der Endkunde wird durch seine Produkt- und Unternehmenswahl langfristig einen großen Einfluss auf die Wahl der Zertifizierungsmethoden haben. Contact Center, die sich nach dem SPI zertifizieren lassen, stellen sich der präzise gemessenen Kundenmeinung. Das erfordert Mut, eröffnet aber die Chance für eine gezielte Verbesserung der Servicequalität und damit auf einen größeren Markterfolg. Der SPI ist ein dynamisches Modell. Die individuelle Unternehmensbewertung erfolgt jeweils im Vergleich zu den vorhandenen Referenzdaten aus dem wachsenden Teilnehmerpool. Deshalb habe ich großen Respekt vor den bisherigen Teilnehmern am SPI, die sich wirklich den Spiegel haben vorhalten lassen.

**CallCenterProfi:** Wie könnte man die Nachfrage nach zertifizierter Call Center-Qualität von Auftraggeberseite her forcieren? Wo keine marktgetriebene Notwendigkeit, da keine Zertifizierung!

**Schmidt:** Die meisten Auftraggeber nutzen bereits die eine oder andere Methode zur Messung der Kundenzufriedenheit. Diese basieren nicht immer auf fundierten Methoden, aber immerhin: Sie sind da! Der



*„Wir werden sicherlich keine Inflation der Zertifizierungen erleben.“*

**Daniel Schmidt,  
Vorstandsvorsitzender  
CCBenchmarks e. V.**

SPI ist eine wissenschaftliche und objektive Methode mit dem einzigartigen Zusatznutzen, sich innerhalb einer Vergleichsgruppe benchmarken zu können. Die internen und externen Auftraggeber entscheiden. Wenn diese nicht auf dem harten und glaubwürdigen SPI-Siegel bestehen, werden wir nur eine moderate Nachfrage durch besonders qualitätsbewusste Unternehmen erleben.

**CallCenterProfi:** Steht Zertifizierung und Qualitätsstreben nicht im krassen Widerspruch zum Interesse der Auftraggeber an niedrigen Preisen für eine Call Center-Dienstleistung? Wo kann man hier ansetzen?

**Schmidt:** Auftraggeber wollen ja meist das eine wie das andere. Das ist sicherlich eine kritische Entscheidungssituation. Ich glaube aber nicht wirklich an das magische Dreieck von Kosten, Qualität und Zeit, in dem ein Mehr an der einen Ecke zulasten der anderen Größen geht.

Schauen Sie sich mal das Qualitätsmanagement in produzierenden Unternehmen an. Geld, das Sie in die Qualität von fehlerfreien Produkten investieren, ist gut angelegt. Teurer kommen die Kosten der Fehlerfolgen. Also: Mehr Qualität senkt Kosten – wenn man über den Jahreshorizont hi-

nausblickt. Das gilt auch für Dienstleistungen. Hier werden allerdings die Zusammenhänge von Ursache und Wirkung häufig unscharf, gerade wenn die Wertschöpfungskette über verschiedene Unternehmensbereiche verteilt ist. Dennoch gibt es sie: Schlechte Servicequalität beeinträchtigt den Unternehmenserfolg nachhaltig. Hier steckt noch ein enormes Potenzial für viele Dienstleistungsunternehmen.

**CallCenterProfi:** Herr Schmidt, wo sehen Sie den SPI in – sagen wir mal – fünf Jahren?

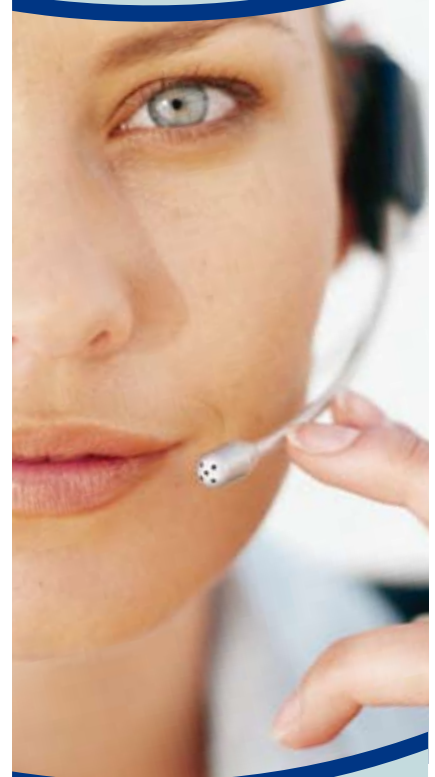
**Schmidt:** Der SPI sollte – gerade weil er das Ergebnis eines pragmatischen Konzeptes ist – Teil eines umfänglicheren Qualitätsmanagement-Ansatzes sein. Das kann etwa innerhalb einer DIN EN ISO 9001 sein. Ich kann mir aber auch sehr gut vorstellen, dass wir den Open Source-Ansatz weiter verfolgen und gemeinsam mit der Contact Center-Branche den SPI-Ansatz im Hinblick auf ein kundenorientiertes Prozessmonitoring in der Balance mit den Wirtschaftlichkeitserfordernissen weiterentwickeln. Davon würden alle Unternehmen profitieren. Auf jeden Fall sollte in fünf Jahren allen klar sein, was der SPI ist – und wofür CCBenchmarks steht – nämlich für Innovation, Fortschritt und Erfolg! ■

**GHP**  
...is dialog

## GHP Dialog Services ...bringt Sie ans Ziel



GHP Dialog Services GmbH ist spezialisiert auf Dienstleistungen rund um den direkten Kundendialog. Im Sinne der Multi-Channel-Kommunikation betreibt GHP Dialog Services CallCenter für In- und Outbound-Kundenkontakte.



### Wir bieten Ihnen:

- » maßgeschneiderte Dialoglösungen
- » kompetente und motivierte Service-Mitarbeiter
- » hohe Beratungsqualität
- » modernste Technik
- » 24 Stunden an 7 Tagen die Woche

GHP Dialog Services GmbH  
Daniel Schmidt  
Am Börstig 5, 96052 Bamberg  
Tel.: +49 (0) 951 / 700 60 - 84 02  
daniel.schmidt@ghp.de  
www.ghp.de