

... und was zahlen Sie so?

8,50 Euro Mindestlohn – Chance oder Untergang der Callcenter-Dienstleister?

2015 soll es soweit sein: Ein flächendeckender Mindestlohn von 8,50 Euro wird per Gesetz festgelegt. Was die einen zum Jubeln bringt, treibt den anderen hektische Flecken ins Gesicht. Beides ist irgendwie berechtigt: Einerseits muss jeder von seiner Arbeit leben können, andererseits ist zu befürchten, dass der Konsument die daraus entstehenden Preissteigerungen abstrafen wird. Oder? Gerade die Branche der Callcenter-Dienstleister gehört zu jenen, die nicht nur für schlechte Bezahlung berüchtigt sind, sondern außerdem unter Billiganbietern aus dem lohngünstigen Ausland leiden. Umso interessanter ist also die Frage, wie sich die kommenden Gesetze zum Mindestlohn auf die Callcenter-Dienstleister und deren Kunden auswirken und was man heute schon tun kann, um gewappnet zu sein. Martin Knopp ist kaufmännischer Leiter bei T.D.M. – einem Dienstleister, bei dem Qualität schon seit Jahren auch eine Frage der Gehälter ist.

SQUT: Flächendeckender Mindestlohn von 8,50 Euro ab 2015 – gehören Sie zu den oben genannten Jubiliern oder zu den Skeptikern?

M. Knopp: Als Dienstleister mit dem Schwerpunkt Qualität begrüßen wir diese Entwicklung ausdrücklich.

Es ist aus kaufmännischer Sicht für viele Unternehmen in Deutschland, auch in der Callcenter-Branche, in der Vergangenheit oftmals ein Leichtes gewesen, immer günstiger anzubieten, wenn die eigenen Arbeitnehmer über die Allgemeinheit, sprich die Sozialleistungen, aus den Steuern als sogenannte „Aufstocker“ querfinanziert werden.

SQUT: Das heißt, Sie zahlen bereits diesen Mindestlohn?

M. Knopp: T.D.M. hat sich in den 30 Jahren seines Bestehens immer an leistungsgerechter Entlohnung orientiert. Wir vergüten derzeit einen Durchschnittslohn, der deutlich über 8,50 Euro liegt, zzgl. weiterer Sozialleistungen für unsere Telefon-Kontakter.

SQUT: Was müssen Callcenter-Agenten heutzutage alles können? Wie rechtfertigen Sie also diese Bezahlung?

M. Knopp: Durch die stetig steigenden Anforderungen bei Qualitätsanbietern haben wir uns weit davon entfernt, Mitarbeiter einzusetzen, die einfach nur das Telefon bedienen können. Die Mehrzahl unserer T.D.M.-Agenten ist heute in hochkomplexe Aufgabenstellungen eingebunden, die eine lange und kontinuierliche Einarbeitung und Betreuung erfordern. Wir wachsen in der Komplexität unserer Leistungen mit unseren Kunden und hier sind die Szenarien heute viel anspruchsvoller als eben früher.

SQUT: Warum gehören Callcenter-Dienstleister trotz Anforderungen wie Multitasking, Marketingkenntnissen, Vertriebskenntnissen, Hochdeutsch, Mehrsprachigkeit, kaufmännische Ausbildung etc. immer noch zu den „Billiglöhnern“?



» MILCHMÄDCHEN- RECHNUNG «

M. Knopp: Die Herausforderungen, die unsere Branche hat, sind meines Erachtens in vielen Fällen hausgemacht. Wenn man sich beispielsweise die Branche der Marktforscher ansieht, dann gibt es hier einheitliche Standards. Mitglieder, welche sich außerhalb der Richtlinien bewegen, werden konsequent ausgeschlossen. Dies führt natürlich dann auch zu einem Zusammenhalt und zu einer vernünftigen Angebots- und Preisstruktur.

Nur die Callcenter-Branche glaubt anscheinend mehrheitlich, sich bei den Preisen immer noch weiter unterbieten zu müssen, anstatt wirklich wirtschaftlich anzubieten, getreu dem Motto „billiger geht immer“.

Wir haben gut ausgebildete Agenten und sind in der jüngeren und älteren Vergangenheit mehr als einmal aus Verhandlungen ausgestiegen, weil wir uns unserer sozialen Verantwortung auch als Unternehmen bewusst sind.

Dies führte sicherlich in dem einen oder anderen Fall zu weniger Umsatz, dafür sind dann aber die Ergebnisse bei wirtschaftlich interessanten Aktionen auch viel nachhaltiger. Die Kosten für die Gewinnung neuer Mitarbeiter, weil Arbeitnehmer schlicht und ergreifend „verheizt“ wurden, macht so manche billige Kalkulation für unsere Mitbewerber in der Gesamtschau dann doch eher zu einer Milchmädchenrechnung.

Eigentlich ist es ganz einfach: Nicht leistungsgerechte Bezahlung führt immer zu Folgekosten, sei es, weil die Anzahl der nicht mehr leistungsfähigen Mitarbeiter steigt, weil diese ausscheiden und das Unternehmen mit allen verbundenen Kosten Ersatz braucht oder die vorhandenen Mitarbeiter nicht die Performance ableisten, weil sie sich im Vergleich mit alternativen Jobs unterbezahlt fühlen und deshalb mehr Personalbedarf entsteht.

SQUT: Thema Motivation: Wenn ein stressiger Beruf, der eine Ausbildung verlangt und unter Erfolgsdruck steht, genauso bezahlt wird wie eine ungelernete Aushilfstätigkeit – wer will diesen Beruf dann überhaupt noch erlernen und ausüben?

M. Knopp: Das ist genau unser Dilemma, es gelingt auch uns nicht immer, nur über den Faktor Spaß und Freude an der Arbeit bzw. die evtl. Möglichkeit der

persönlichen Karriere, z. B. als Projektleiter oder als Coach, Mitarbeiter zu überzeugen, wenn das Lohnniveau – der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung der Branche der Callcenter-Dienstleister geschuldet – so niedrig ist, dass es schwer ist, damit seinen Lebensunterhalt zu bestreiten.

SQUT: Ab 2015 weht also vermutlich ein anderer Wind. Werden dann die höheren Lohnkosten an die Kunden weitergegeben? Kann man sich Callcenter-Dienstleistungen dann überhaupt noch leisten?

M. Knopp: Wir sind der Meinung, dass die Branche der Callcenter-Dienstleister hier mit ihren Kunden durchaus auf Augenhöhe über dieses Thema sprechen kann. Es ist doch abwegig zu glauben, dass die Unternehmen in funktionierenden Outsourcing-Projekten jetzt entscheiden werden, im großen Stil eigene Kapazitäten aufzubauen. Die Initialkosten wären enorm und stehen in keinem Verhältnis zur Ersparnis der Kosten durch Outsourcing an Dienstleister. Viele Unternehmen, denen das Lohnniveau in Deutschland zu hoch war und die deshalb ins Ausland gegangen sind, kommen inzwischen wieder zurück nach Deutschland, eben weil das Lohnniveau sich auch im Ausland angepasst hat und wir technologisch / kaufmännisch hier mindestens gleich, in vielen Fällen sogar besser aufgestellt sind.

Der Kunde hat durch die Vielzahl der Produkte mit einer hohen Anzahl an nicht benötigten Funktionen heute eine relativ produktunabhängige Entscheidung zu fällen, und er wird sich am Ende des Tages bei relativer Leistungsgleichheit für den Mehrwert entscheiden. Das wird in vielen Fällen der Anbieter sein, der nicht nur ein Produkt, sondern eine Lösung anbietet, welche auch den Service z. B. über das Telefon beinhaltet.

SQUT: Was passiert dann mit bestehenden Dienstleistungsverträgen, die ja noch ganz anderen, geringeren Kalkulationen unterliegen? Zahlt der Dienstleister dann drauf?

M. Knopp: Es bleibt abzuwarten, ob unsere Marktbegleiter vertragliche Vorkehrungen für solche Fälle getroffen haben. Im Falle von mehrjährigen Verträgen kann es existenzbedrohend werden, wenn Lohnkosten erhöht werden müssen, ohne dies über Preiserhöhungen kompensieren zu können.

SQUT: Es wird also definitiv Dienstleister geben, die die Einführung des Mindestlohnes gar nicht oder nur durch „einschneidende Personalmaßnahmen“ – sprich Kündigungen – überleben werden?

M. Knopp: Wir gehen fest davon aus, dass sich die Dienstleisterlandschaft grundlegend zum Besseren hin verändern wird. D. h. der Markt wird sich bereinigen und die Unternehmen der Callcenter-Branche werden zukünftig einen wirtschaftlich vernünftigen Preis für ihre Leistungen verlangen können.

SQUT: Hätte dann die Einführung des Mindestlohnes das Gegenteil dessen bewirkt, was sie sollte? Höhere Arbeitslosigkeit und noch mehr staatliche Transferleistungen statt besserer Bezahlung und mehr Wohlstand?

M. Knopp: Kündigungen in bestehenden Projekten kann es eigentlich nicht geben, weil die Dienstleister von je her knapp kalkulieren mussten und die optimale Auslastung der Agenten hier im Fokus steht.

Sollen noch weniger Mitarbeiter, zwar für mehr Geld, noch mehr Leistung erbringen? Das würde die Mitarbeiterbasis für die Branche der Callcenter-Dienstleister noch weiter erodieren. Es wird sicherlich vielen Unternehmen gelingen, einvernehmlich mit den Auftraggebern die Preise anzupassen. Eine Marktbereinigung hat auch immer Verlierer, aber die Mehrzahl wird meines Erachtens davon profitieren.

SQUT: Alternativ wird ja auch diskutiert, dass einzelne Tätigkeiten aus dem Gesetz erst einmal ausgenommen werden, um zu einem späteren Zeitpunkt nachzuziehen. Es geht dabei unter anderem um Erntehelfer, Zeitungsausträger und Callcenter-Agenten... Was sagen Sie zu dieser Aufzählung und der Position der Callcenter darin?

M. Knopp: Die Diskussion über Mindestlöhne hat Befürworter und Gegner. Wie es ausgeht, kann man auch an anderen Ländern ablesen. Dort haben sich die wirtschaftlichen Prozesse auch reguliert. Nochmal: Die Motivation eines Mindestlohns ist meines Erachtens weniger aus sozialen als aus wirtschaftlichen Gründen zu sehen. Geschäftsmodelle, die sich auf Basis der Allgemeinheit tragen, sind im hohen Maße unsozial, bereichern nur wenige und führen zu sozialer Ungerechtigkeit für gute Arbeit.

Es gibt sicherlich nachvollziehbare Gründe für

Ausnahmen, wie z. B. Azubis, die einfach noch nicht so leistungsfähig sein können wie ausgebildete Mitarbeiter. Aber warum sollten wir unsere Mitarbeiter auf Stufen wie Erntehelfer usw. stellen? Auch hier wiederhole ich die Frage: Können Erntehelfer das leisten, was ein moderner Agent kann? Callcenter-Agenten sind keine Helfer, sondern Spezialisten in der Kommunikationsverarbeitung auf allen Medienkanälen.

„CALLCENTER-AGENTEN SIND KEINE HELFER“

SQUT: Wie wird es bei T.D.M. im Jahr 2015 aussehen?

M. Knopp: Wir werden hoffentlich viel mehr Aufträge gewinnen, weil unsere Branche und wir marktgerechte Preise anbieten und wir mit unseren hoch qualifizierten Agenten hochwertige Leistungen für unsere Kunden erbringen können. ■

Über T.D.M.:

Das 1983 gegründete Dienstleistungsunternehmen ist auf den Bereich der Dialog-Kommunikation für erklärungsbedürftige, technische Produkte & Dienstleistungen spezialisiert. Das mittlerweile in der zweiten Familiengeneration inhabergeführte Sarstedter Unternehmen hat sich seit der Gründung in den verschiedensten Branchen etabliert. Für namhafte Unternehmen aus Industrie, IT, Banken, Versicherungen und Handel ist T.D.M. ein engagierter und zuverlässiger Kooperationspartner. Die Dialog-Kommunikation im In- und Outbound auf höchstem Niveau zeichnet die Kernkompetenzen des in allen europäischen Sprachen tätigen Dienstleisters aus.



Martin Knopp

Kaufmännischer Leiter T.D.M.

Telefon-direkt-Marketing GmbH

www.tdm.de/dialogmarketing