

Das Bild vom mündigen Verbraucher hängt schief

06.06.2007, 13:34 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Seehofer-Plan zur Reglementierung von Hotline-Services greift in unternehmerische Freiheit ein

Berlin/Düsseldorf - Als gäbe es nicht schon genug staatliche Interventionen in der so genannten freien Marktwirtschaft, versucht das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz bmelv.de nun Einfluss auf die Servicequalität von Telefon-Hotlines zu nehmen. So fordert man im Seehofer-Ministerium eine Selbstverpflichtung der Wirtschaft, Wartezeiten zu verkürzen sowie generell kostenfrei anzubieten und außerdem Sprachsteuerungen zu vereinfachen. Derzeit verhandle das Ministerium mit Wirtschaftsvertretern über freiwillige Übereinkünfte. Kommt eine solche Selbstverpflichtung nicht zustande, drohen gesetzliche Regelungen. „Laut den Verbraucherzentralen beschwerten sich viele Kunden über die schlechte Servicequalität von Hotlines“, so der Tagesspiegel <http://www.tagesspiegel.de>. „Für Telefon-Hotlines sei der Servicegedanke ‚grundlegend‘, betonte dagegen der Vizepräsident des Deutschen Direktmarketing-Verbands <http://www.ddv.de>, Patrick Tapp. Allerdings müsse man ihre Servicequalität laufend überprüfen.“

Pauschalkritik an Call Center Hotlines wie sie auch Günter Wallraff nach seinem neuesten Undercover-Einsatz derzeit übt, ist offensichtlich fehl am Platz. Schlechte Noten bekommen „insbesondere die Hotlines von Telekommunikationsunternehmen mit endlosen Warteschleifen und inkompetenten Ansprechpartnern“, schreibt die Marketingzeitschrift Absatzwirtschaft <http://www.absatzwirtschaft.de>. Doch die sind alles andere als repräsentativ, denn mit dem Service des Call Centers verbessert jedes Unternehmen auch die Kundenbindung. „Tatsächlich ist der Service für viele Unternehmen heutzutage das einzige Differenzierungsmerkmal im härter werdenden Wettbewerb“, sagt Bernhard Steimel, Inhaber von mind Business Consultants <http://www.mind-consult.net> in Düsseldorf und Sprecher der Initiative Voice Business <http://www.voiceaward.de>. Ein Kunde finde praktisch für jedes Produkt und jede Dienstleistung alternative Anbieter. „Jeder Verbraucher, der zum Beispiel mit dem telefonischen Service unzufrieden ist, kann wechseln und tut das auch. Die Deutsche Telekom kann davon ein Lied singen“, so Steimel. Beispielhaften telefonischen Service bietet nach einem Bericht der Absatzwirtschaft der amerikanische Bekleidungsversandhandel Landsend <http://www.landsend.de>. Dessen oberstes Ziel ist die Zufriedenheit seiner Kunden. Dazu gehört unter anderem, dass die Service- und Bestell-Hotline für den Anrufer nicht nur kostenfrei ist, sondern auch ohne vorgegebenes Zeitbudget für die einzelnen Call Center Agents. Kritik übt Steimel auch am Bild des Verbrauchers, dass die Politik hier zeichnet: Denn der müsse gar nicht bevormundet werden. „Wer bislang an der marktwirtschaftlichen Gesinnung von Herrn Seehofer gezweifelt hat, der findet hier eine weitere Bestätigung. Der geplante Eingriff in die unternehmerische Freiheit, das Serviceniveau und die Dienstleistungsqualität frei zu bestimmen, basiert auch auf der Fiktion eines unmündigen Verbrauchers.“ Natürlich gebe es Unternehmen, die sich mit ihren Leistungen am Markt über den Preis differenzieren. Wer zu einem geringen Preis seine Leistung erbringe, biete in der Regel auch nur ein niedriges Service-Niveau. Und das werde von den Kunden akzeptiert.

Nicht weiter erläutert wurde seitens des Ministeriums bislang die wenig technikfreundliche Formulierung von Reiner Metz, Abteilungsleiter Verbraucherschutz im Ministerium, es sei notwendig, „die oft verwirrenden und umständlichen Sprachsteuerungssysteme zu verbessern.“ Letztlich sei es der Wunsch der Kunden, „schnell und kompetent bedient zu werden“, meint Peter Hauser, Senior Vice President & General Manager bei Nuance International <http://www.nuance.com/international>. „Sie wollen nicht in einer Warteschleife verharren. Self Services, die erwähnten Sprachsteuerungssysteme, haben sich bereits heute in vielen Bereichen erfolgreich durchgesetzt. Sie tragen erheblich zur Kundenzufriedenheit bei, wenn beim Dialogdesign die wirklichen Kundenbedürfnisse berücksichtigt werden. Unternehmen, die weiterhin Warteschleifen anbieten, laufen Gefahr, dass Ihre Kunden zu Mitbewerbern abwandern. Der Trend geht eindeutig zum Telefonservice ohne Wartezeit“, so Hauser. Steimel verweist auf repräsentative Untersuchungen des Fraunhofer Institutes für Arbeitswirtschaft und Organisation <http://www.iao.fraunhofer.de>, wonach die meisten Befragten Sprachdialogsysteme in bestimmten Situationen einem menschlichen Gegenüber vorziehen. „Bevor ich lange auf einen Agent warte, bevorzuge ich doch eine Sprachapplikation, die obendrein auch 24 Stunden

erreichbar ist. Schließlich geht es um meine Zeit.“ Ebenso deutlich würden Sprachapplikationen dann bevorzugt, wenn für einen persönlichen Telefonkontakt zusätzliche Gebühren anfallen. „Deshalb sollte man den viel beschworenen mündigen Bürger ernst nehmen und selber entscheiden lassen statt durch staatliche Eingriffe die wachsende Bürokratie zu stärken“, so Steimel.

Medienbüro.sohn
V.i.S.d.P: Gunnar Sohn
Ettighoffer Strasse 26a
53123 Bonn
Germany

Telefon: +49 - 228 - 6 20 44 7
Telefax: +49 - 228 - 6 20 44 75

Portrait

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht www.ne-na.de.

News-ID: 139342 • Views: 82 (Stand: 17.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/139342/Das-Bild-vom-muendigen-Verbraucher-haengt-schief.html>