

Eberhardt Kettlitz

„Hier Amt, was beliebt?“

Geschichte und Geschichten der Callcenter in Deutschland

Inhalt

Einleitung: Der Fahrplan zur Zeitreise	7
Das älteste Callcenter: Die Telegrammaufnahme 1887	10
Die Kommunikation	14
Die Entstehung der Sprache	14
Was ist Sprache?	16
Vom Bild zum Buchstaben: Schrift und Zahlen	18
Knochen und Papier: Schreibmaterialien	20
Der erste Gesprächsleitfaden für das Telefonieren	21
Das Telefon im Ersten Weltkrieg und das aktive Zuhören	25
Die Geschichte der Nachrichten- und Kommunikationstechnik	29
Erste Wissensspeicher und der Buchdruck	29
Frühe Formen der Nachrichtenübermittlung und die Entstehung der Post	31
Technische Nachrichtenübertragung	33
Optische Telegrafie	34
Elektrische Telegrafie	35
Das Telefon	41
Johann Philipp Reis	42
Alexander Graham Bell	43
Wer war der Erste?	43

Der Beginn der Callcenter-Geschichte	46
Der Fernsprecher im Deutschen Reich	46
Die Vermittlungstechnik und andere Vorläufer der ACD	48
Die Funktionsweise der Handvermittlung	48
Reports und Leistungsüberprüfung	51
Elektromechanische Vorläufer der ACD	52
Die automatische Anrufverteilung ACD	55
<i>Harald Weisbrod: Verkauf, Mahnung und Technik</i>	57
Die Herkunft des Headsets	59
Erste telefonische Dienstleistungen	61
Das Telefonpersonal von der Reichspost bis heute	64
Das Fräulein vom Amt	64
Personalauswahl und Ausbildung im Wandel der Zeiten	67
<i>Anita Bartsch: Von der Postbeamtin zur Callcenter-Trainerin</i>	76
Menschen mit Handicap im Callcenter	80
<i>Christiane Eggert, eine blinde Callcenter-Agentin, erzählt</i>	82
Der Kunde als Problem der Telefonistin und des Agents	85
Alte und neue Hierarchien	88
Recht und Datenschutz	90
Von der Teeküche zum Fußballclub: Mitarbeitermotivation	91
<i>Jens Bormann: „Jede Markenaussage ist ein Versprechen!“</i>	95
Telefonzentrale oder Callcenter?	96
Die Disconto-Gesellschaft in Berlin	96
Die Geschichte der Schreibmaschine	97
<i>Barbara Klug: Gründerin eines Familienunternehmens der Callcenter-Branche</i>	102
Der Blick über die Grenzen	105
„Switchbord Selling“ im Kaufhaus Wanamaker’s in New York	105
Der Telefonservice von Gimbel Brothers in Philadelphia	107
Der Telefonservice in England und in der Schweiz	108
Das Telefon im Geschäftsleben in Deutschland	109
Die modernen Callcenter in Deutschland	113
Definitionen eines Callcenters	113
Verschiedene Typologien moderner Callcenter	114
<i>Klaus Busch: Callcenter bei der Deutschen Telekom</i>	118
Technik im Callcenter	120
Die Entwicklung des Computers	120
Die modernste Callcenter-Technik in Stichworten	127
Das Maklerbord im telefonischen Kundendienst der DBV Versicherung	128

Der Nutzen eines Callcenters für das Unternehmen und seine Kunden	131
Ein Praxisbeispiel: Das Beschwerdemanagement	133
<i>Ursula Steinmetz: „Die Qualität wird über die Zukunft der Branche entscheiden.“</i>	137
Die Callcenter in Deutschland: Zahlen, Verbände, Organe	139
<i>Simone Fojut: „Ich liebe diese Arbeit!“</i>	141
Die öffentliche Kritik	143
Die brancheninterne Sicht und Reaktionen	146
<i>Helga Schuler: „Durch Callcenter sollen Kunden schnellen, kompetenten und kundenorientierten Service erhalten.“</i>	151
Callcenter in der kulturellen Öffentlichkeit	154
Die Entwicklung in Deutschland	156
<i>Günter Greff: Marksteine der Callcenter-Entwicklung</i>	158
Phasenmodelle der Entwicklungsgeschichte	161
<i>Gerald Schreiber: „Kunden so betreuen, dass sie treu bleiben wollen“</i>	166
Die Callcenter in einzelnen Branchen	168
Versandhandel	168
<i>Erich Okelmann finanzierte sein Studium als Callcenter-Agent</i>	171
Banken	174
Assistance	176
Versicherungen und Krankenkassen	179
<i>Wolfgang Wiencke: Ein „Urgestein“ der Branche</i>	182
Kommunen und Behörden	184
Konsumgüter, Tourismus und Industrie	186
<i>Brünhilde Kühn: „Mit einem lachenden und einem wehmütigen Auge“</i>	188
Schlussworte am Ende der Zeitreise	192
Danksagung	195
Tipps zum Weiterlesen	196
Quellen und Literatur	197
Abbildungsnachweis	202