

Es ist wie es ist, bis wir es ändern

„Mama, ich will Customer Interaction studieren und Kundenvorstand werden!“

Lassen Sie uns ein paar inflationär genutzte Schlagworte kombinieren und gemeinsam darüber nachdenken, was diese verbindet: Bildungsnotstand, Servicewüste und neue Arbeitsplätze.

Eine der am schnellsten wachsenden Branchen oder besser Funktionen innerhalb des dynamischen Dienstleistungsmarktes ist das Feld Customer Interaction, umgangssprachlich fälschlicherweise „die Call Center Branche“ genannt, bei der man leider immer noch schnell an das Klischee der „Billig-Jobs“ denkt. Dabei bietet dieses Feld enorme Aufstiegschancen und Perspektiven. Strategische, analytische, konzeptionelle und operative Funktionen erfordern Engagement, Kreativität, analytisches Denken, Kundenorientierung, Führungs- und Managementfähigkeiten, Vertriebs- und Marketing Know-how. Mancher hat im Customer Management eine respektable Karriere gemacht und bekleidet heute einen Vorstandsposten. Nur eines bleibt der Branche verwehrt: ein akademischer Grad, ein Diplom oder ein Lehrstuhl. Warum nur?

Zukunftsmusik: Customer Interaction als Studiengang

Sie haben Lust „angewandte Wellnessberatung“ zu studieren? Kein Problem! Gehen Sie nach Bremen. Angewandtes „Coffee Management“ wird an der Northern Business School in Hamburg gelehrt. Körperpflege auf Lehramt wird an der Technischen Universität Darmstadt unterrichtet. Wenn Sie aber die Wirkung, Wechselwirkungen und Zusammenhänge von Forecasting, Führen im 24-Stundenbetrieb, Akquisition, Retention und Churn Prevention studieren möchten: Fehlanzeige!

Das ist bis hierhin enttäuschend und hält sicherlich viele eigentlich dringend benötigte Talente wirkungsvoll davon ab, in diese spannende und abwechslungsrei-

che Branche einzusteigen. Fatal wird es, wenn wir uns in den Vorstandsetagen umschauen. Hier sind akademische Abschlüsse Standard. Also was tun? Lieber erst Germanistik oder Mathematik studieren, um dann in die moderne Dienstleistungswelt einzusteigen? Es dem berühmten Zufall überlassen, wie man in die Cus-



tomer Service Branche gekommen ist? Lieber einen später kaum nutzbaren Titel zu Lasten von praktischer Erfahrung erwerben? Oder einfach akzeptieren, dass Service nie oder viel zu langsam im Vorstand als eigener Bereich ankommt?

Das wäre fatal für die Branche und schade für die zukünftige Führungskraft. Denn still und heimlich hat sich Customer Interaction und Customer Service mit entsprechender Verantwortung in die Vorstandsetagen hochgearbeitet. So meldet der Deutsche Ring, dass man sich noch stärker auf die Anliegen der Kunden ausrichten will und mit dem neu geschaffenen Vorstandsressort „Kunde“ eine zentrale Schnittstelle für die Kommunikationswege mit den Kunden geschaffen hat. Auch das Vorstandsressort „Vertrieb“ bei

der Deutschen Telekom hat seit einiger Zeit eine Namensänderung erfahren: Es heißt jetzt Vertrieb, Marketing UND Service. Immerhin: Vorbote eines Paradigmenwechsels in den Vorstandsetagen.

Berufseinsteiger und zukünftige Akademiker, aufgepasst!

Wer heute im Vorstand sitzt, hat seine Karriere oft im Kundenservice begonnen. Nehmen wir den COO der comdirect. Nach der Ausbildung zum Bankkaufmann und dem Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, startete er seine Karriere 1997 als Gruppenleiter im Service der comdirect Bank. Oder der heutige Vorstand der Roland Schutzbrief-Versicherung AG, der bald nach Abschluss seines Studiums Call Center Leiter bei der Air France war. Man sieht schon, wohin das führt: Die Bedeutung von Customer Interaction und entsprechenden Serviceorganisationen in der Wirtschaftswelt nimmt spürbar zu. Der Kunde ist wieder wer, wer sich mit dem auskennt, hat die besten Perspektiven.

Welch exzellente Möglichkeiten! Hier gilt es anzusetzen. Sofort!

Fordern wir Unternehmensstrukturen, welche Service auf der höchsten Ebenen der Unternehmensleitung ansiedelt. Rütteln wir Verbände und Politiker wach, damit der Bereich Customer Interaction als dynamischer, wachstumsstarker Bereich akzeptiert wird. Dann wird sich sicherlich eine Universität finden die neben „Urbanes Pflanzen- und Freiraum Management“ (Technische Hochschule Berlin) auch einen Lehrstuhl für Customer Interaction anbietet.

Weitere Informationen zur Karriereberatung und Personalauswahl für Customer Interactive Professionals finden Sie unter www.gordelik.ag

Iris Gordelik, Vorstand GORDELIK AG
info@gordelik.ag
www.gordelik.ag