

10/02/2010

## „Die Informationsflut wird weiter wachsen“

Forscher Jánoszy über Kommunikation der Zukunft

*Herr Jánoszy, was macht ein Zukunftsforscher auf einer Messe für Callcenter?*

Alle Trend- und Zukunftsforscher interessieren sich für die Frage, wie Menschen in Zukunft miteinander reden. Dazu gehört auch, wie Unternehmen mit ihren Kunden kommunizieren.

*Wie wird sich die Kommunikation verändern?*

Wir beobachten den Trend zur Vernetzung von immer mehr Geräten. Heute passiert das vor allem über Computer und Internet. Schon innerhalb der kommenden zehn Jahre werden Chips aber auch in Tische oder Badezimmerspiegel eingebaut werden.

*Was haben die Menschen davon?*

Die vernetzten Geräte beobachten unsere Bewegungen im Alltag. Sie stellen fest, wo wir sind, was wir tun und welche Vorlieben wir haben. Und daraus stellen sie dann persönliche Informationen zusammen.

*Welche Infos bekomme ich von meinem Spiegel im Bad?*

Er kann mir zum Beispiel sagen, dass es viel Verkehr auf dem Weg zur Arbeit gibt und dass nur noch wenige Parkplätze frei sind. Das heißt: Ich muss zehn Minuten früher losfahren.

*Kann ich nicht mal im Bad Ruhe haben?*

Die Vernetzung kommt. Dagegen werden wir uns nicht wehren können. Die Flut an Informationen wird weiter wachsen. Aber wir können uns auf Marken konzentrieren, denen wir vertrauen – wie etwa auf bestimmte Fernsehsender oder Zeitungen. Mit den neuen technischen Möglichkeiten kann ich daraus ein individuelles Angebot zusammenstellen.



**Sven Gábor Jánoszy** (36) ist Zukunftstrainer und Leiter des 2b Ahead ThinkTanks in Leipzig. Jánoszy berät Unternehmen im Innovationsmanagement. Mit ihm sprach Corinna Visser.

*Was bedeutet das für die Kommunikation von Unternehmen mit ihren Kunden?*

Die alten Marketingstrategien funktionieren nicht mehr. Wenn Sie zum Beispiel anfangen, Ihr Fernsehprogramm individuell zusammenzustellen, werden Sie sich keine Werbeblöcke mehr ansehen. Die direkte Ansprache des Kunden wird immer wichtiger. Aus Callcentern müssen Customer-Interaction-Center werden, also Stellen zur Steuerung der Kundenkontakte, in die auch Marketing, Vertrieb, Service und vielleicht sogar die Entwicklungsabteilung eingebunden sind. Sie werden zum zentralen Knotenpunkt der Unternehmenssteuerung.

*Callcenter haben aber bei vielen Kunden keinen guten Ruf.*

Heute betrachten viele Firmen ihre Callcenter als notwendig, aber sie schätzen sie nicht. Der Konkurrenzkampf findet allein über den Preis statt. Da wird am falschen Platz gespart. Künftig müssen Unternehmen viel individueller auf ihre Kunden reagieren. Dazu brauchen sie einen intensiven Dialog auf Augenhöhe.

*Vielleicht möchte ich aber gar nicht mit Unternehmen kommunizieren.*

Denken sie an das Handy. Vor zehn Jahren haben noch sehr viele Menschen gesagt, dass sie keines brauchen. Heute ist es eine Selbstverständlichkeit. Aber natürlich kann ich es auch abschalten.

### CALLCENTER

#### 25 000 Jobs in Berlin

Berlin und Brandenburg betrachten Callcenter als ein Wachstumsfeld. Nach einer Erhebung von **Berlin Partner** und der **Zukunftsagentur Brandenburg** gehört die Region mit mehr als 240 Callcentern und 25 000 Beschäftigten zu den führenden Callcenter-Standorten in Europa. An der Umfrage nahmen 131 Firmen teil. Im Durchschnitt hat ein Callcenter in der Hauptstadtregion 138 Mitarbeiter, 70 Prozent sind weiblich. Die meisten arbeiten im **Kundenservice** (85 Prozent), **Beschwerdemanagement** (60 Prozent) und in der **Produktinformation** (56 Prozent). Bundesweit beschäftigt die Branche rund **500 000 Menschen**. Derzeit findet in Berlin-Neukölln die Fachmesse **Callcenter World** statt. **ws**