

Das s ServiceCenter wurde als erstes Callcenter einer Bank ISO-zertifiziert. Im Bild: die Geschäftsführer Andreas Konrad und Michael Havas.



VON HELENE TUMA

# MIT DER LEIDENSCHAFT AM KUNDENSERVICE

Das s ServiceCenter der Erste Bank und Sparkassen wurde 2001 als Kompetenzzentrum für den Kundenkontakt gegründet. Rund 300 MitarbeiterInnen kümmern sich 24 Stunden, sieben Tage die Woche um die Anliegen der KundInnen.



Foto: s ServiceCenter

ISO  
18295  
CALL-CENTER  
ZERTIFIZIERUNG

Prüfung für KundInnen  
und ServiceCenter

TOP SERVICE  
STERREICH  
019



[[sparkassen] 27



Für seine kundenorientierte Ausrichtung gewann das s ServiceCenter den „Top Service Award 2019“.

Foto: www.christian-husar.com

Jährlich finden im s ServiceCenter, einer 100-prozentigen Tochter der Erste Bank und Sparkassen, 3,2 Millionen Kundenkontakte statt. Die Leistungen reichen von technischem Support über das Vereinbaren von Terminen in Filialen, Informationen zum Konto, Sperren von Bankkarten bis zur Hilfe beim Internetbanking und vielem mehr. Um die Wartezeiten der KundInnen so kurz wie möglich zu halten, sind Planung und Einteilung sehr wichtig. „Unsere Planungsgenauigkeit liegt bei über 98 Prozent. Wir wissen, wie viele Kundenanfragen kommen, was die Themen sind und wie lang die Gespräche dauern – so wissen wir, wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wir im Haus brauchen“, erklärt Michael Havas, Geschäftsführer der s ServiceCenter GmbH.

#### QUALITÄTSANSPRUCH AUCH BEI GROSSEN THEMEN

Die jüngste Herausforderung für das s ServiceCenter war die Umstellung auf die Europäische Zahlungsdiensterichtlinie PSD2, die eine Sicherheitsoptimierung beim Online-Banking verlangt. Also weg vom gewohnten Code per SMS, hin zu einer starken Kundenauthentifizierung. „Wenn so ein großes Thema auf uns zukommt, beginnen wir lange vorher zu erheben, wie viele Kundinnen und Kunden uns kontaktieren werden, und dahingehend die Mitarbeiterplanung anzupassen, um genug Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Bord zu haben. Damit die Kundenschnittstelle perfekt gebrieft ist, schauen wir uns auch die Themen an, die behandelt werden müssen, und schulen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, damit sie die Kundinnen und Kunden bestmöglich an der Hand nehmen können. Unser Anspruch ist, dass wir immer genau den einen Schritt vor dem Kunden sind und auch antizipieren, welche Fragestellungen er hat. Das ist der Qualitätsanspruch, den wir an uns selber stellen und den ja auch die

Erste Bank und Sparkassen haben. Wir wollen für unsere Kundinnen und Kunden da sein, mit allen Mitteln, mit der gesamten Kompetenz. Indem wir Services und Leistungen anbieten, die man vielleicht in einer anderen Bank nicht bekommt, differenzieren wir uns am Markt“, führt Havas aus.

#### SERVICE-DNA

Der oder die durchschnittliche MitarbeiterIn im s ServiceCenter gibt es nicht, denn die MitarbeiterInnen sind ebenso ein Querschnitt durch die Gesellschaft wie die KundInnen, für die sie arbeiten. 2012 hat das s ServiceCenter, als erstes Unternehmen im Sektor, eine Diversity-Charta verabschiedet. In den internen Kultur- und Unternehmensrichtlinien hat das s ServiceCenter mit #vielseitigwiedu auch ein Bekenntnis dazu, diese Vielseitigkeit zu fördern. Der Respekt intern gegenüber anderen ist, was das Unternehmen den KundInnen gegenüber zeigen möchte. Doch was müssen MitarbeiterInnen mitbringen, um erfolgreich im s ServiceCenter tätig zu sein? „Immer wenn ich gefragt werde, was das Wichtigste ist für zukünftige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, dann ist es für mich diese Service-DNA, der Wunsch, die Leidenschaft und die Bereitschaft anderen Menschen helfen zu wollen und dabei Spaß zu haben, Leute bei ihren Problemen und Lösungen zu unterstützen. Diese Leidenschaft und diese Grundeinstellung kann man niemandem beibringen, deswegen ist das der wichtigste Faktor für eine Beschäftigung bei uns. Alles andere können wir ihnen im Training mitgeben“, so Michael Havas. Neue MitarbeiterInnen durchlaufen eine zweieinhalb Wochen dauernde Grundausbildung, die ein dreiteiliges Training beinhaltet: Der erste Teil gilt der Callcenter-Technologie, mit der gearbeitet wird, denn im direkten Kundenkontakt muss jeder Handgriff sitzen. Der zweite



Dem Unternehmen ist es ein Anliegen für die MitarbeiterInnen ein angenehmes Arbeitsumfeld zu schaffen.

Teil betrifft die Soft-Skills, also Gesprächsführung, denn 91 Prozent der Kundenkontakte finden telefonisch statt, und das Eingehen auf die KundInnen. Beim dritten Teil geht es um die Themen, die beauskunftet werden. „Wir schauen uns ganz genau an, was das perfekte Wissen für eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter ist. Das Schlimmste, das passieren kann, ist, wenn die KundInnen zu hören bekommen: Das weiß ich nicht, da muss ich Sie weitergeben. Wir müssen daher schauen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so breit wie möglich antworten, aber in einer Tiefe sind, dass sie den Grund des Anrufs und den Wunsch der Kundin und des Kunden wirklich, final lösen können“, erklärt Havas.

### PREISGEKRÖNTER SERVICE

Als Lohn für die kundenorientierte Ausrichtung gewann das s ServiceCenter den „Top Service Award 2019“. Bewertet wurden Kriterien wie Kompetenz, Freundlichkeit, wahrgenommene Lösungen, der Aufwand und der Gesamteindruck. „Wir sind sehr stolz darauf, dass uns unsere Kundinnen und Kunden ein wirklich exzellentes Zeugnis ausgestellt haben – in allen Bereichen. Ist es einfach, uns zu kontaktieren? Sind unsere unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen freundlich, sind sie gut geschult? Haben wir die richtigen Antworten auf ihre Fragen, fühlen sie sich gut aufgehoben? Wir sind deshalb stolz darauf, weil das die Leistung unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist“, erklärt Michael Havas. Als erstes Callcenter einer Bank in Österreich wurde das s ServiceCenter auch ISO-zertifiziert.

Die richtigen MitarbeiterInnen zu finden, die dem Qualitätsanspruch des s ServiceCenters gerecht werden, ist jedoch nicht immer leicht. Der War for Talents findet auch

in dieser Branche statt. Deshalb ist ein Schwerpunkt des s ServiceCenters ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das den MitarbeiterInnen über das Gehalt hinaus zeigt, dass sie geschätzt werden und sich entwickeln und entfalten können und sich wohl fühlen. Neben attraktiven, sicheren Arbeitsplätzen und flexiblen Arbeitszeiten werden auch Benefits wie vergünstigtes Mittagessen oder eine Pensionsvorsorge angeboten.

**„DAS WICHTIGSTE FÜR EINE MITARBEITERIN ODER EINEN MITARBEITER, DER BEI UNS BEGINNT, IST FÜR MICH DIESE SERVICE-DNA, DER WUNSCH, DIE LEIDENSCHAFT UND DIE BEREITSCHAFT ANDEREN MENSCHEN HELFEN ZU WOLLEN.“**

Michael Havas,  
Geschäftsführer der s ServiceCenter GmbH



Foto: s ServiceCenter

### SPRACHROHR IN DEN KONZERN

Für das s ServiceCenter ist jede Information und auch jede Beschwerde der KundInnen wichtig, sieht man sich doch als Sprachrohr der KundInnen in den Konzern hinein und spiegelt deren Feedback auch den Produktverantwortlichen wider. Michael Havas dazu: „Wir sind ein Aushängeschild, und diese Verantwortung nehmen wir wahr. Unser Anspruch ist, top ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu haben, die den Kunden perfekt servizieren. Wir haben mehr als drei Millionen direkte Kundenkontakte – das ist drei Millionen Mal die Chance, etwas richtig gut zu machen.“