

## **Ehrenkodex Call Center Essen e.V.**

### **Präambel**

Die beteiligten Unternehmen verfolgen gemeinschaftlich das Ziel das Image der Call Center und die Zusammenarbeit mit den Institutionen zu fördern und insbesondere interessierten Bewerbern und Mitarbeitern die vorhandenen beruflichen Perspektiven aufzuzeigen. Dieser Codex dient dem Schutz der Mitbewerber, der Arbeitnehmer, der Verbraucher und der Auftraggeber.

### **Schutz der Verbraucher und der sonstigen Marktteilnehmer**

1. Die beteiligten Unternehmen haben bei von ihnen veranlassten Telefongesprächen zumindest die Identität des Auftraggebers und den geschäftlichen Zweck des Kontakts bereits zu Beginn eines jeden Gesprächs ausdrücklich offen zu legen. Soweit dies aus datenschutzrechtlichen Gründen erforderlich ist, kann vorab eine Identifizierung des Angerufenen erfolgen.
2. Unlauter handelt, wer Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt. Eine unzumutbare Belästigung ist insbesondere anzunehmen
  - bei einer Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der Empfänger diese Werbung nicht wünscht;
  - bei einer Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern ohne deren Einwilligung oder gegenüber sonstigen Marktteilnehmern ohne deren zumindest mutmaßliche Einwilligung; Erforderlich ist, dass auf Grund konkreter Umstände ein sachliches Interesse des sonstigen Marktteilnehmers am Anruf durch das Unternehmen vermutet werden kann.
  - bei einer Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post, ohne dass eine Einwilligung des Adressaten vorliegt;
  - bei Kontakten per Telefon oder Telefax, soweit diese nicht werktags in der Zeit von 8-20 Uhr und samstags von 10-16 Uhr oder im Einzelfall auf ausdrücklichen Wunsch des Marktteilnehmers zu einem anderen Zeitpunkt erfolgen.
3. Die Unternehmen stellen sicher, dass
  - ein Kontakt, der derzeit nicht erwünscht ist, sofort beendet wird. Ist der Kontakt jederzeit nicht erwünscht, ist die Adresse und Telefonnummer sofort zu sperren. In jedem Gespräch sollte die Gesprächsbereitschaft erfragt werden.
  - die Rechte der Marktteilnehmer nach den jeweils einschlägigen datenschutzrechtlichen Regelungen gewahrt werden und diese einfach und transparent wahrgenommen werden können.
  - abgebrochene Anrufversuche, von einem Dialer vermieden werden. Es sollten nicht mehr als 3 Kontaktversuche pro Tag unternommen werden. Die Anzahl der Rufzeichen sollte auf 8 begrenzt werden.
  - eine IVR grundsätzlich die Möglichkeit eines persönlichen Kontaktes zu gewährt.
  - Anrufer vor dem Gespräch über die Kosten einer Servicenummer klar und deutlich informiert wird.
  - der Marktteilnehmer in der Warteschleife über Gebühren und voraussichtliche Dauer informiert wird.
  - Marktforschung ausschließlich als solche durchgeführt wird. Es wird kein Verkauf nachgelagert.
4. Formulierungen, die inhaltlichen, zeitlichen oder persönlichen Entscheidungsdruck erzeugen oder Tatsachen verschleiern sind zu unterlassen. Unlauter handelt daher, wer
  - Geschäftspraktiken vornimmt, die geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss zu beeinträchtigen;
  - Geschäftspraktiken vornimmt, die geeignet sind, die geschäftliche Unerfahrenheit insbesondere von Kindern oder Jugendlichen, die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage von Verbrauchern auszunutzen;
  - den Werbecharakter von Wettbewerbshandlungen verschleiern;

- bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt;
- entgegen § 5 UWG irreführend wirbt.
- Entgegen § 312 b ff. BGB und BGB-InfoV Verbraucher nicht rechtzeitig oder nicht umfassend informiert.

### **Schutz der Mitbewerber**

Unlauter handelt, wer

1. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft;
2. über die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen eines Mitbewerbers oder über den Unternehmer oder ein Mitglied der Unternehmensleitung Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Unternehmers zu schädigen, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind; handelt es sich um vertrauliche Mitteilungen und hat der Mitteilende oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse, so ist die Handlung nur dann unlauter, wenn die Tatsachen der Wahrheit zuwider behauptet oder verbreitet wurden;
3. Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er
  - eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,
  - die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder
  - die für die Nachahmung erforderlichen Kenntnisse oder Unterlagen unredlich erlangt hat;
4. Mitbewerber gezielt behindert;
5. einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.
6. entgegen § 6 UWG vergleichend wirbt.

### **Schutz der Arbeitnehmer**

Unlauter handelt, wer Arbeitnehmer beschäftigt

1. ohne diesen - entgegen den Vorschriften des NachwG - die wesentlichen Vertragsbedingungen schriftlich niederzulegen, die Niederschrift zu unterzeichnen und dem Arbeitnehmer auszuhändigen. Die Aushändigung soll spätestens mit Aufnahme der Tätigkeit erfolgen.
  - Das Einkommen des Arbeitnehmers muss transparent sein, insbesondere bei Mix aus fixen und variablen Bestandteilen muss dem Arbeitnehmer der variable Bestandteil realistisch und nachvollziehbar aufgezeigt werden.
  - Die Beschäftigung von „Scheinselbstständigen“ ist nicht zulässig.
2. ohne diesen ein Entgelt zu bezahlen.
3. und dabei systematisch gegen zwingende arbeitsrechtliche Vorschriften (Pausenregelung, Urlaub, Arbeitszeit, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall) verstößt.
4. Die beteiligten Unternehmen gewähren einen generellen Urlaubsanspruch von mindestens 24 Arbeitstagen im Jahr.
5. und dabei systematisch gegen zwingende arbeitsschutzrechtliche Vorschriften (insbesondere die Verordnung über Arbeitsstätten (ArbStättV), die Verordnung über Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit an Bildschirmgeräten (BildscharbV), sowie die Richtlinie 2003/10/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Februar 2003 über Mindestvorschriften zum

Schutz von Sicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmer vor der Gefährdung durch physikalische Einwirkungen (Lärm)) verstößt. Die beteiligten Unternehmen verpflichten sich insbesondere:

- zur Verwendung strahlungsarmer Flachbildschirme
- ergonomischer Headsets mit Noise-Canceling
- ergonomische, helle und freundliche Arbeitsplätze

5. Zur Gesprächsführung im In- und Outbound eingesetzte Mitarbeiter werden ausreichend und regelmäßig geschult. Dies beinhaltet unter anderem:

- Kundenorientierte Gesprächstechniken
- Qualifizierte Produktschulungen. Unter Berücksichtigung von wertschätzendem und freundlichem Umgang
- Schulung über die Rechte der Kunden (z.B. Rücktrittsrecht, Widerruf, Kündigung, UWG)
- Permanente Fortbildung des mit der Führung, Steuerung, Organisation und Durchführung befassten Personals.
- Gesprächsleitfäden bilden die verbindliche Grundlage für das Einhalten der vereinbarten rechtlich einwandfreien und ethisch korrekten Inhalte.

6. Perspektiven für Mitarbeiter

- Flexible Wochenarbeitszeiten für Teil- und Vollzeitmitarbeiter
- Aufstiegsmöglichkeiten:
  1. Durchlässigkeit in allen Hierarchien, siehe Organigramm  
(95 % der Führungskräfte werden innerhalb der Branche entwickelt)
  2. Förderungsmöglichkeiten für alle Mitarbeitererebenen
  3. Ausbildungsprogramme:
    - Auszubildende
    - berufsbegleitende Weiterbildungen
    - Fachkraft
    - zur Führungskraft
    - für Führungskräfte
- Branchenspezifische Weiterbildungsinstitute mit folgenden Ausbildungsgängen:
  1. Customer Service Agent
  2. Sales Agent
  3. Teamleiter
  4. Call Center Manager
  5. Fachwirt Call Center Management
- intensive Einarbeitung, regelmäßige Schulungen und Vorbereitung auf die Tätigkeit
  1. Kommunikationsschulungen
  2. Beschwerdemanagement, Einwandbehandlung
  3. Fachschulungen
  4. Einweisung und Zuhören bei Paten
  5. Umgang und Ausbildung in EDV / Software / Datenbank
- Regelmäßige Schulungen im Projektverlauf
  1. Auffrischung Kommunikation
  2. Fachschulungen
- Arbeitsverhältnisse  
Unbefristete Übernahme bei allen angeschlossenen Unternehmen nach spätestens 2 Jahren Betriebszugehörigkeit.
- Gehaltsniveau
  1. Mindestfixgehalt im Service: 1.300,00 € auf Vollzeitbasis
  2. Mindestfixgehalt im Vertrieb: 1.000,00€ auf Vollzeitbasis
  3. Variable Gehaltsbestandteile bis zu 150 % im Vertrieb möglich