





WORDRAP: ROBERT SLUKA

Lebensmotto: Always look on the bright side of life! & Don't worry, be happy! ... **Was mir imponiert:** Menschen, die nicht aufgeben! ... **Was ich nicht mag:** hinterlistige, unehrliche Menschen ... **Ich mag an mir:** dass ich Leute motivieren und zum Lachen bringen kann ... **Energie tanke ich:** beim Schlafen, in meiner Beziehung oder im Kino ... **Ich esse gerne:** Sushi, Cevapcici, Eiernockerl, Chili con carne ... **An der Bar bestelle ich:** Bier und hin und wieder Gin Tonic ... **Meine Top 3 Lokale:** Schloss Wilhelminenberg, Grande Cocktailbar, Maredo ... **Mein Kaffee:** mit Milch – ohne Zucker ... **Letzter Film im Kino:** Skyfall ... **Aktuell lese ich:** diesen Fragebogen ... **Lieblingsserien:** Mad Men, The Walking Dead, Downton Abbey ... **Meine Musik:** Sting, U2 und die 80er-Jahre! ... **Lieblingsstadt/Lieblingsstädte:** Wien, Berlin und Chicago ... **Was niemand über mich weiß:** Wenn ich mich vor dem Einschlafen auf eine bestimmte Uhrzeit konzentriere, kann ich meine innere Uhr so stellen, dass ich zu genau dieser Uhrzeit – ohne Wecker – aufwache. **Meine Mitarbeiter sagen über mich:** Er ist ein Chef, der immer ein offenes Ohr für einen hat. **Einen Kaffee würde ich gerne trinken mit:** Stan Laurel & Oliver Hardy



EURO

BEGINNZEITEN	<input type="checkbox"/>	18 ⁰⁰	20 ⁰⁰
1. REIHE	<input type="checkbox"/>	€7,00	€8,00
2.- 4. REIHE	<input type="checkbox"/>	€8,00	€9,00
5.- 15. REIHE	<input type="checkbox"/>	€8,50	€9,50

Altehand

DRUCKUNG
ALLE AT...
LIEFERUNG...
LIEFER...
LIEFER...
LIEFER...
LIEFER...
LIEFER...
LIEFER...

INTRE COMMUNITY INTERVIEW: ROBERT SLUKA

CALL CENTER MANAGER BEI DER ÖBB PERSONENVERKEHRS AG

31

INTRE: Wir sind hier im Filmcasino, einem der ältesten und traditionellsten Kinos in Wien. Ist die Call Center-Branche großes Kino? **ROBERT SLUKA:** Oh ja, absolut! Kino ruft so wie Kundenbeziehungen eine emotionale Reaktion hervor. Als Call Center-Branche hoffen wir, dass es eher die „Romantic Comedy“ ist als der „Horrorfilm“. Soll heißen, wenn Kundenservice gut gemacht ist, ruft er ähnliche emotionale Momente hervor, wie wir sie aus dem Kino kennen. Und auch als Branchen kann man beides vergleichen. In der Customer Care-Branche haben wir auch die Call Center, die mit dem IMAX oder dem Multiplex vergleichbar sind. Es gibt aber auch die Call Center, die ihr Publikum im Art House-Sektor haben oder die damit punkten, dass sie Mehrsprachigkeit anbieten. Das Schöne ist, dass alle optimal auf „ihr Publikum“ zugeschnitten sind. Und egal wie – alle berühren ihr Publikum hoffentlich so gut, dass sie zum Stammpublikum werden.

INTRE: Wo sieht sich da das lange Zeit als Call Center 05-1717, jetzt als Kundenservice bezeichnete Call Center der ÖBB? **ROBERT SLUKA:** Wir sind eines der Traditionskinos am Platz. Es gibt die telefonische Auskunft der ÖBB seit 1952. Wir haben uns vom kleinen Programmkinos sicher zum Multiplex mit High Definition-Qualität weiterentwickelt, haben aber dabei, wie ich hoffe, den Charme des kleinen Programmkinos beibehalten. Unsere Kunden nehmen uns auch nicht als die „logistisch kalte“ Abfertigungsmaschinerie wahr, sondern fühlen sich als „Stammkunden“ optimal angenommen und als Mensch und nicht als zum Beispiel „Anrufer 110“. Wir wollen unsere Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern auch begeistern.

INTRE: Sie haben die „High Definition“-Qualität erwähnt. Wie gewährleisten Sie diese für Ihre Kunden? **ROBERT SLUKA:** Wir legen sehr viel Wert auf hohe



Qualität im Kundenservice. Das beginnt schon bei der Mitarbeitersuche. Hier kommt es zu einer sehr genauen Auswahl. Nach einer Vorauswahl werden die Kandidaten zu einem Auswahlverfahren gebeten. Wir machen einen Computertest, der unter anderem Wortschatz und Ausdrucksfähigkeit misst. Wenn die Kandidatin oder der Kandidat diesen Test erfolgreich absolviert hat, geht es in die nächste Runde, einem kommissionellen Hearing. Wenn hier die Kommission positiv entscheidet, darf die Kandidatin bzw. der Kandidat unsere Grundausbildung beginnen. Wir bilden 59 Tage lang aus. In dieser Ausbildungszeit gibt es mehrere Zwischenprüfungen und eine Abschlussprüfung. Sollte eine Kandidatin bzw. ein Kandidat diese Prüfungen nicht bestehen, ist für sie oder ihn die Ausbildung beendet und das Arbeitsverhältnis wird beendet. Danach wird die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter gut eine Woche noch in der eingeteilten Skillgruppe eingeschult. Im Arbeitsprozess stehend ab-

Fortsetzung auf S32 >

32

Fortsetzung von S31

solviert sie/er dann noch jedes Jahr eine Frühjahrs- und eine Herbstschulung. Überdies gibt es noch Weiterbildungskurse – Fremdsprachen, Kommunikation, Umgang mit Aggression – und Einzelcoachings.

INTRE: Beeindruckend! Und wie messen Sie Ihre Qualität? **ROBERT SLUKA:** Hier haben wir mehrere Messinstrumente bzw. Möglichkeiten, Rückschlüsse zu ziehen oder Schulungsbedarf zu identifizieren. Ich bekomme zum Beispiel tagesaktuell die Beschwerden, die über den Kundenservice reinkommen. Ich gehe auch jeder einzelnen Beschwerde nach und versuche die Ursachen zu finden, warum der Kunde uns schlecht wahrgenommen hat. Unser Beschwerdeanteil an den Gesamt-Calls beträgt 0,07 %, ist also eher als gering anzusehen. Dann haben wir klarerweise auch jedes Jahr eine Mystery Call-Aktion. Und dann gibt es auch noch den VCÖ-Bahntest, der auch den Kundenservice erfasst.

INTRE: Hier im Filmcasino ist noch die gute alte Zeit „erlebbar“. Die ÖBB feiern heuer das 175-Jahre-Jubiläum. Wie geht man als Kundenservice mit dieser Entwicklung weg vom Staatsbetrieb, hin zum Serviceunternehmen um? **ROBERT SLUKA:** 175 Jahre sind eine beeindruckende Zahl und wir sind als Unternehmen stolz darauf, seit so langer Zeit für die Österreicher da zu sein. Die erste Eisenbahnfahrt in Österreich fand also 57 Jahre vor der allerersten Kinovorstellung statt! Diese Entwicklung weg vom Staatsbetrieb zum Servicebetrieb hat schon viel frü-

her angefangen als angenommen. Im Kundenservice haben uns die Kunden immer schon mit der Servicequalität von anderen Call Centern verglichen. Wie schnell heben die ab? Wie freundlich sind sie? Wir waren zum Beispiel im Jahr 2006, als wir die damalige Ö-Norm Zertifizierung für unsere Call Center erreichten, die erste zertifizierte Abteilung des ÖBB-Personenverkehrs und das 16. zertifizierte Call Center in Österreich. Und in Österreich gibt es ca. 500 Call Center. Also dieser Trend hat schon lange vor der neuen „Wettbewerbssituation“ begonnen! Und wir als ÖBB und Kundenservice investieren sehr viel, um unsere Kunden optimal zufriedenzustellen.

INTRE: Weil Sie gerade die Zertifizierung ansprechen – was bringt die Europäische Call Center Norm EN15838?

ROBERT SLUKA: Es ist wie mit dem Kino. Wenn Sie bei einem Kino THX Sound und Digital 3D lesen, wissen Sie ganz genau, welchen Standard Sie beim Sehen des Films haben werden. Bei der Call Center-Norm wissen Sie dann auch gleich, dass Sie ein hohes Qualitätsniveau erwarten dürfen.

INTRE: Sie haben vorhin auch die neue Konkurrenzsituation angesprochen. Nervt das eigentlich, wenn man als ÖBB immer wegen jeder kleinen Beschwerde in der Zeitung steht und die WESTbahn immer die positive Presse bekommt? **ROBERT SLUKA:** Ich denke, man muss das differenzierter sehen. Zeitungen sind immer Stimmungsmacher. Letztlich entscheidet aber der Kun-



de, ob wir gut oder schlecht dastehen. Konkurrenz belebt das Geschäft. An sich ist durch die Konkurrenz das Bahnfahren für die Österreicher attraktiver geworden. Aus einem vermuteten Nachteil wurde also ein Vorteil. Und über die ÖBB etwas Schlechtes in der Zeitung zu schreiben, ist leider so normal wie schlecht über den ORF oder die Leistungen des ÖFB-Teams zu schreiben. Ich merke das ja oft auch an den Beschwerden. Wenn ein Ticket, das der Kunde kaufen wollte, bereits ausverkauft ist, bekomme ich meistens eine Beschwerde über die Kompetenz des Mitarbeiters. Hier muss man schon sehr genau differenzieren.

Wir nehmen aber alles, was uns erreicht, sei es durch den Kunden oder durch die Qualitätszeitungen, sehr ernst und reagieren auch darauf. Aber letztlich setzt sich Qualität durch und wir stellen uns gerne jedem Qualitätsmatch. Sei es mit der direkten Konkurrenz oder mit anderen Call Centern.

INTRE: Sie sitzen auch im Fachbeirat der CCW in Berlin. Ist diese Messe, dieser Kongress eigentlich auch „großes Kino“? Gibt's da auch Parallelen? **ROBERT SLUKA:** Oh ja (lacht). Die CCW ist wirklich ganz, ganz großes Kino. Sie ist vergleichbar mit den Filmfestspielen in Cannes. Die ganze Branche trifft sich und tauscht sich aus. Und die CAT Award-Verleihung gilt nicht umsonst als die Oscar-Verleihung der Call Center-Branche.

RÜCKBLENDE

- ➔ Seit 1992 diverse Call Center Jobs im Inbound- und Outbound-Bereich – als Agent diverse Tätigkeiten im Call Center (2nd Level, Supervisor, Recruiting, Ausbildung, Teamleiter...)
- ➔ 2000 Leiter Infocenter Postbus
- ➔ 2003 Gewinner des Call Center Awards (CAT Award) für Österreich auf der Call Center World in Berlin
- ➔ 2003 Auszeichnung zum Call Center Manager des Jahres für Österreich auf der IIAMCA in Chicago, IL, USA
- ➔ Seit 2003 Fachvorträge für den Bereich Call Center in Österreich und Deutschland
- ➔ 2005 Wechsel zur ÖBB Personenverkehr, Leiter Call Center 05-1717
- ➔ 2007 Nominierter für den CAT Award
- ➔ Seit 2007 Vizepräsident des callcenterforums.at, des Fachverbands der österreichischen Call Center
- ➔ Seit 2008 ständiges Mitglied des Fachbeirats für die Call Center World Berlin (größte Fachmesse für Customer Care im deutschsprachigen Raum)



INTRE: Sie selbst haben den CAT-Award 2003 gewonnen. Wie hat sich dieser „Oscar“-Gewinn ausgewirkt?

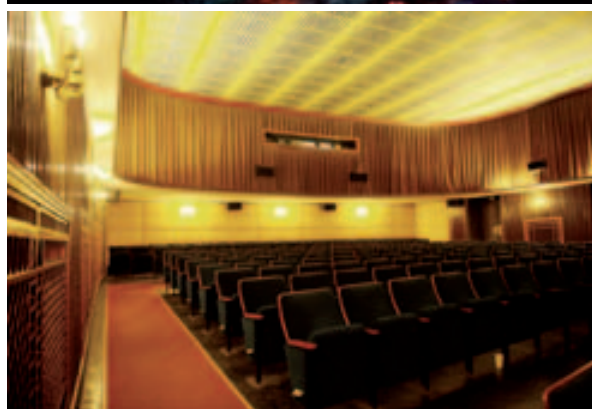
ROBERT SLUKA: Ja, das war witzig damals. Die Oscar-Verleihung ist ja sehr zeitnah bei der CAT Award-Verleihung. Als Oscar-Kandidaten für die beste männliche Hauptrolle waren 2003 nominiert: Nicolas Cage, Michael Caine, Daniel Day-Lewis, Jack Nicholson und ein fast unbekannter Adrian Brody. Und als ich damals von meiner CAT Award-Nominierung erfuhr, habe ich meinem Team gesagt, es ist wie mit den Oscars. Es ist schon eine Ehre nominiert zu sein. Wir haben damals wirklich gewitzelt, ich sei der Adrian Brody der CAT Awards. Dass sowohl er als auch ich gewinne, daran haben wir, glaube ich, beide nicht geglaubt. Der CAT Award hat mich in der Branche bekannt gemacht. Und ich denke ohne CAT Award wäre ich jetzt nicht da, wo ich bin.

INTRE: Das Kino versucht auch immer wieder die Zukunft vorherzusehen. Wo sehen Sie die Zukunft des Kundenservices?

ROBERT SLUKA: Ich denke, das Telefonat als solches wird es auch in Zukunft geben – auch wenn es immer wieder totgeredet wird. Das Kino wurde auch sehr oft schon für tot erklärt – und es lebt immer noch. Also Kunden werden uns auch weiterhin anrufen. Ich gehe aber davon aus, dass dieser Portfoliostrauß an unterschiedlichen Zugangskanälen und der Wechsel in diesen noch massiv zunehmen wird. Das heißt, es wird eine unserer Hauptaufgaben sein, den Kunden auch in diesem Mix zwischen Telefonat, Social Media-Kontakt, E-Mail usw. optimal zu betreuen und zu begleiten, ihn emotional zu erreichen. Dann wird unsere Branche genauso wie das Kino mehrere Jahrhunderte überleben!

AUTORIN: RENATE HAIDEN

SHOOTING LOCATION FÜR DEN INTRE COMMUNITY-BEITRAG DAS FILMCASINO, 1050 WIEN



INFO: www.filmcasino.at

Als eines der **erfolgreichsten und schönsten österreichischen Programm- und Premierenkinos** ist das FILMCASINO seit seiner Wiedereröffnung 1989 aus dem kulturellen Leben Wiens nicht mehr wegzudenken.

Bereits 1911 wurde ein Kino in der **Margaretenstraße 78 im 5. Wiener Gemeindebezirk** eröffnet. Die Umgestaltung 1954 verlieh dem einstigen Margaretener Bürgerkino seinen klassischen Fünfziger-Jahre Stil, der durch behutsame Restaurierungen von Architektin Elsa Prohazka bis in die Gegenwart erhalten werden konnte.

Im Programm spielen das **europäische und österreichische Kino die Hauptrolle neben Filmen aus dem asiatischen Raum und US-Independent-Werken**, die ausschließlich in Originalfassung mit Untertiteln gezeigt werden. Premieren, Schwerpunkte und Kooperationen mit anderen Kultureinrichtungen akzentuieren die Linie des FILMCASINOS. Festivals wie Identities, Österreichs größtes Queer-Film-Festival, das alljährliche Akkordeon-Festival, Cine Latino und das Horror- & Fantasyfestival /slash, Nachmittagsschienen und Matinéen wie die Architekturfilmreihe ArchFilm mit regelmäßig veranstalteten Diskussionsrunden und Vorträgen sowie Werk-schauen selten präsentierter Filmemacher finden hier Rahmen und Publikum aller Altersgruppen.

Zu den Stargästen des FILMCASINOS zählen unter anderem **Michelangelo Antonioni, Billy Wilder**, der Wallace und Gromit-Erfinder **Nick Park** und zuletzt Regisseur **Nanni Moretti**, der Experimental-Filmemacher **Ken Jacobs** und „Faust“-Darsteller **Johannes Zeiler**.

Gemäß den Worten eines Besuchers „Das Filmcasino ist kein Glücksspiel, es ist ein Glücksfall“ schätzen Team und Besucher gleichermaßen das besondere Ambiente, die einzigartige Architektur und das Angebot im FILMCASINO, wo sich seit nun mehr als 20 Jahren Filmaffine und Kulturinteressierte zum Austausch treffen.