



D 14288

Informationen
und
Meinungen
zur deutschen Sprache

Herausgegeben
vom
Institut für Deutsche Sprache,
Mannheim

Heft 1/2010

26. Jahrgang

**TIGERENTENKOALITION – SCHON GEHÖRT?
ZUM NEUEN WORTSCHATZ IM DEUTSCHEN**
von Doris Steffens

2

ALS DIE SPRACHE ZUR WELT KAM
von Jens Gerdes

9

**SPRACHWISSENSCHAFTLICHE ANALYSE UND OPTIMIERUNG
VON CALLCENTERGESPRÄCHEN**
Eine Projektvorstellung
von Katja V. Bößhenz, Yvonne Reißmann und Arnulf Deppermann

17

**EIN LEXIKON IM KOPF? –
WIE UNSER GEHIRN SPRACHE SPEICHERT**
von Sarah M. E. Bihler

20

**VON BUCHSCANNER BIS WORLD CAT: DIE BIBLIOTHEK
DES INSTITUTS FÜR DEUTSCHE SPRACHE STELLT SICH VOR**
von Monika Pohlschmidt

27

**BERICHT ÜBER DAS 1. „ARBEITSTREFFEN
VIDEOBASIERTER UNTERRICHTSANALYSE“**
von Reinhold Schmitt

33

Impressum

2

SPRACHWISSENSCHAFTLICHE ANALYSE UND OPTIMIERUNG VON CALLCENTERGESPRÄCHEN

Eine Projektvorstellung

von Katja V. Bößhenz, Yvonne Reißmann und Arnulf Deppermann

„Bei Anruf Abzocke“ lautet der Titel einer ZDF-Dokumentation¹, in der Günter Wallraff als verdeckter Reporter in der Callcenterbranche recherchiert und schlechte Arbeitsbedingungen sowie skrupellose Methoden der Callcenteragenten konstatiert. Diese Dokumentation spiegelt die zunehmend negative Sicht der Bevölkerung auf Callcenter wider. Sie trägt nicht der Tatsache Rechnung, dass Callcenterkommunikation für viele Firmen das zentrale Instrument des Kundenkontaktes in den Bereichen Marketing, Verkauf, Service und Reklamation darstellt und unser Alltag in wesentlichen Bereichen über Callcenterkommunikation organisiert wird. So finden in Callcentern neben den meist von Akquise gezeichneten Outbound-Gesprächen (vom Callcenter initiierte Gespräche) ebenfalls viele Inbound-Telefonate (vom Kunden initiierte Gespräche) statt, die von der Bestellung bis zur medizinischen Beratung reichen.

Während in der Soziologie bereits mehrere größere Studien zum Thema Callcenterarbeit durchgeführt wurden, ist die linguistische und gesprächsanalytische Forschung zu Callcenterkommunikation überschaubar geblieben. Einige gesprächsanalytische Arbeiten streifen das Thema Callcentergespräche bei der Betrachtung bestimmter Gesprächstypen der Wirtschaftskommunikation, ohne auf die Spezifika dieser Gespräche im Spannungsfeld zwischen Medialität und Gesprächstyp einzugehen. Diese Spezifika werden in nur wenigen Arbeiten berücksichtigt, die sich exklusiv mit Callcentergesprächen befassen, wie beispielsweise die Arbeiten von Gerd Antos (1988; 1992), Sylvia Bendel (2002; 2006), Martin Hartung (2004a; 2004b) und Kirsten Plog (1994; 1996).

Am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim wird derzeit das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Projekt „Sprachwissenschaftliche Analyse und Optimierung von Callcentergesprächen“ durchgeführt. Dieses Projekt arbeitet mit konversationsanalytischen Methoden und strebt eine umfassende Analyse der Kommunikation zwischen Agent und Kunde am Telefon an.

Bei der Analyse wird ausdrücklich von der Kundenperspektive ausgegangen, d.h. das Verhalten der Callcenteragenten wird immer anhand von Kundenreaktionen bewertet.



Callcenter, Quelle: <<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Callcentre.jpg&filetimestamp=20060529181147>>

Projektziele

Ziel des Projektes ist die wissenschaftliche Untersuchung von sprachlichen und gesprächsprozessualen Eigenschaften der Callcenterkommunikation, um Instrumente zur Mitarbeiterqualifizierung zu entwickeln,

was im Speziellen folgende Aufgaben umfasst:

- die Identifikation spezifischer Probleme verschiedener Interaktionstypen,
- die Bewertung der Strategien, mit denen Probleme im Gespräch bewältigt werden anhand ihrer Folgen für den Gesprächsverlauf,
- die Bestimmung optimaler Gesprächsstrategien für verschiedene Interaktionstypen und deren spezifische Anforderungen,
- die Entwicklung eines gesprächsanalytisch fundierten Trainingsmodells basierend auf den Erkenntnissen der Analyse.

Fragestellungen der gesprächslinguistischen Untersuchung

Konkret betreffen die gesprächslinguistischen Fragestellungen, die sich aus diesen Zielen ergeben, folgende Aspekte:

- Artikulation von Kundenzufriedenheit im Gesprächsverlauf, d. h.: Es wird untersucht, anhand welcher Reaktionen Kundenzufriedenheit erkennbar ist,
- Transparenz und Verständlichkeit, d. h.: Welche sach- und gesprächsablaufbezogene Verstehensprobleme treten regelmäßig auf, wodurch werden sie verursacht, wie werden sie im Gespräch relevant gemacht?
- Schleifenbildung und Rekonstruktion von Handlungsschemata, d. h.: Welche Aufgaben müssen im Gespräch bearbeitet werden und in welchen Fällen der Nichtbearbeitung treten Schleifenbildungen auf?
- Softwareeinsatz, d.h.: Wie wird während der Interaktion die verbale Kommunikation mit dem Kunden und der Umgang mit der Eingabemaske der eingesetzten Software koordiniert?

Zusammenfassend sollen die grundlegenden Anforderungen der Callcenterkommunikation, ihre wiederkehrenden Probleme und die Kriterien für gelungene Gespräche rekonstruiert werden.



Telefonvermittlung,

Quelle: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Telephone_operators,_1952.jpg>

Arbeitsschritte

Das Projekt setzt sich aus drei wesentlichen Arbeitsschritten zusammen:

1. Datenakquise

Derzeit arbeiten wir mit fünf Callcentern zusammen und haben ein Korpus von ca. 400 Gesprächen akquiriert. Diese Gespräche umfassen sowohl Kundengespräche als auch Interviews mit Callcentermitarbeitern.

2. Datenauswertung

Alle aufgezeichneten Gespräche wurden protokolliert. Diese Protokolle und die zugehörigen Metadaten wurden in einer Datenbank erfasst. Bislang liegen Transkripte von ausgewählten Gesprächen vor, die auch bereits Gegenstand von Einzelfalluntersuchungen und Fallvergleichen waren.

3. Umsetzung in Trainingskonzepte

Abschließend sollen die aus den authentischen Gesprächen empirisch gewonnenen Befunde in Mitar-

