

## Praktische Konsequenzen aus dem Verbot der Rufnummernunterdrückung ab 2009

Zur Verbesserung des Verbraucherschutzes ergreift der Gesetzgeber einige Maßnahmen, die die Spielregeln im aktiven Telefonmarketing im Jahre 2009 verändern werden. Ein Vorhaben liegt dabei im Gesetzgebungsverfahren in den letzten Zügen: Das Verbot der Rufnummernunterdrückung. Welche Konsequenzen dies für die Durchführung von Outboundkampagnen hat, zeigt nachfolgender Artikel.

### Die rechtliche Seite:

Der aktuelle Gesetzesentwurf im Telekommunikationsgesetz (TKG) sieht folgende Regelungen vor:

#### *§ 66j Rufnummernübermittlung*

*(1) Anbieter von Telekommunikationsdiensten, die Teilnehmern den Aufbau von abgehenden Verbindungen ermöglichen, müssen sicherstellen, dass beim Verbindungsaufbau als Rufnummer des Anrufers eine vollständige national signifikante Rufnummer übermittelt und als solche gekennzeichnet wird. Die Rufnummer muss dem Teilnehmer für den Dienst zugeteilt sein, im Rahmen dessen die Verbindung aufgebaut wird. Deutsche Rufnummern für Auskunftsdienste, Massenverkehrsdienste, Neuartige Dienste oder Premium-Dienste sowie Nummern für Kurzwahl-Sprachdienste dürfen nicht als Rufnummer des Anrufers übermittelt werden. Andere an der Verbindung beteiligte Anbieter dürfen übermittelte Rufnummern nicht verändern.*

*(2) Teilnehmer dürfen weitere Rufnummern nur aufsetzen und in das öffentliche Telefonnetz übermitteln, wenn sie ein Nutzungsrecht an der entsprechenden Rufnummer haben. Deutsche Rufnummern für Auskunftsdienste, Massenverkehrsdienste, Neuartige Dienste oder Premium-Dienste sowie Nummern für Kurzwahl-Sprachdienste dürfen von Teilnehmern nicht als zusätzliche Rufnummer aufgesetzt und in das öffentliche Telefonnetz übermittelt werden.*

D.h. zusammengefasst:

1. Eine Rufnummer muss übermittelt werden.
2. Die übertragene Ruf-Nummer muss dem Dienstleister oder Auftraggeber eindeutig zugeordnet werden können.
3. Die Rückrufnummer darf keine besonders teure Ruf-Nummer sein.  
Für Service-Nr. gelten im Übrigen auch neue Regelungen, nach denen Anrufer immer die entstehenden Gebühren vorab angesagt bekommen müssen.
4. Der Gesetzgeber verlangt nicht, dass bei der Rückrufnummer ein Mensch das Gespräch annehmen muss.

Daraus ergeben sich einige Handlungsalternativen für das Kampagnenmanagement:

## Praktische Konsequenzen für das Kampagnenmanagement:

### Technische Voraussetzungen

Standardmäßig wird die Rufnummer übertragen, von der der Anruf initiiert wurde. Eine alternative Rufnummer lässt sich nur bei einem Anlagenanschluss im ISDN-Netz übertragen. D.h. eine abweichende Rufnummer ist z.B. bei VoIP technisch nicht möglich. Bei einem Standard-ISDN-Anschluss (über einen NTBA) wird immer die abgehende MSN übertragen. Sie benötigen also wirklich einen ISDN-Anlagenanschluss, um eine abweichende Rufnummer übertragen zu können.

Zusätzlich muss beim Carrier das Leistungsmerkmal „Clip no Screen“ beantragt werden. Damit prüft die Vermittlungsstelle nicht mehr, ob die übertragene Rufnummer auch der auslösenden Rufnummer entspricht. Grundsätzlich werden in das ISDN-Protokoll aber auch dann immer beide Rufnummern (die initiiierende Rufnummer sowie die übertragene Rufnummer) übergeben. Im Falle einer Fangschaltung lässt sich also auch der Verursacher eines Anrufs zurückverfolgen.

Im Idealfall lässt sich die übertragene Rufnummer in Ihrer CRM- oder Callcentersoftware kampagnenspezifisch hinterlegen und dann an die Telefonanlage übertragen. Hierfür müssen Telefonanlage und CRM-Software entsprechend zusammenarbeiten. Die CRM- und Callcenter-Software AG-VIP SQL nutzt hier beispielsweise die 3rd-Party-TAPI-Schnittstelle und übergibt die rufende Nummer in den Parametern *dwOrigAddressOffset* sowie *dwCallingPartyIDOffset*.

### Was erwartet ein Rückrufer?

Der Gesetzgeber schreibt nicht vor, wie Rückrufer behandelt werden sollen. Ihm geht es primär, um die Identifizierbarkeit von Anrufern. Einige Callcenter lassen Rückrufer auf eine Ansage laufen, dass alle Plätze leider aktuell belegt sind und das Callcenter sich wieder melden wird.

Andere Callcenter nehmen die Rückrufer an und haben z.T. erstaunlich positive Erfahrungen gemacht: Da der Rückrufer den Anwahlzeitpunkt bestimmt, ist die Gesprächsbereitschaft wesentlich höher als wenn der Angerufene in seiner eigentlichen Tätigkeit durch einen Outboundcall herausgerissen wird. D.h. dass bei den Rückrufern die Abschlusswahrscheinlichkeit höher ist, als bei den eigentlich durch primäre Outboundcalls angerufene.

Wenn man also die Rückrufer professionell behandeln will, bedeutet Outbound auch immer gleich Inbound. Als Dienstleister muss dann auch die Rückrufnummer dann dafür sorgen, dass der Rückrufer eindeutig einer Kampagne zugeordnet werden kann, um sich entsprechend melden zu können und die geplante Wiedervorlage aufzugreifen oder zu löschen.

Welche Rückrufnummer sollte also übertragen werden?

### Folgen unterschiedlicher Rückrufnummern

#### 1. Übertragen der eigenen Kopfnummer: 04711 / 4812-0

Wenn Sie die eigene Kopfnummer übertragen, entsprechen Sie sofort den gesetzlichen Anforderungen. Sie haben keinerlei technischen Aufwand und können das sofort umsetzen. Aber: Rückrufer landen nun in der Telefonzentrale. Dort weiß man nichts von unterschiedlichen Kampagnen. D.h. die Anrufer können gar nicht kompetent betreut werden. Außerdem steigt das Anrufvolumen in der Telefonzentrale u.U. drastisch an.

#### 2. kampagnenspezifische Rückrufnummer: 04711 / 4812-222

Die Rückrufer sind damit direkt einer Kampagne zuordnenbar. Eine ACD (Automatic Call Distribution = Anrufverteilung) wird notwendig, um die eingehenden Anrufer direkt an Mitarbeitern zu vermitteln, die in der Kampagne geschult sind. Kunden erhalten damit qualifizierte Informationen über den Anrufgrund. Das noch geplante Telefonat kann damit eingespart werden.

Als Dienstleister ergeben sich daraus eine Reihe weiterer Konsequenzen:

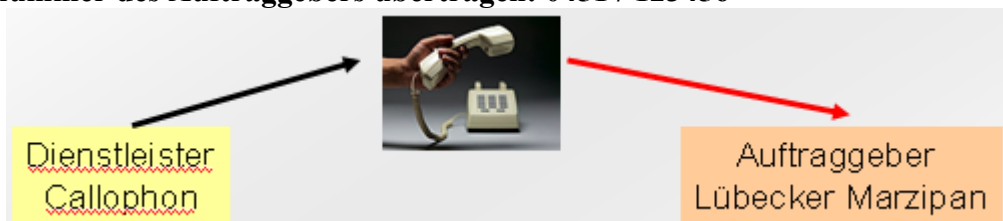
Wie wirkt es auf den Angerufenen, wenn eine Münchener Brauerei mit einer Hamburger Rufnummer anruft? Wie soll das Personal in der Kampagne eingesetzt werden? Denn es dürfen nicht mehr alle Agenten des Teams im Outbound mit einem Dialer arbeiten. Ein Teil muss nun für möglicherweise anfallende Rückrufer vorgehalten werden?

### 3. Übertragen einer Servicenummer: 0800 / 4711 4812

Der Charme einer Servicenummer ist die Möglichkeit des freien Routens. Somit kann gewährleistet werden, dass z.B. Anrufer primär beim Auftraggeber landen und der Überlauf an den Dienstleister gelangt. Die kostenlose 0800 signalisiert dem Angerufenen, mein Rückruf ist dem Unternehmen etwas wert.

Zu bedenken ist hier, wem die Servicenummer gehört. Als Dienstleister habe ich hiermit ein perfektes Kundenbindungsinstrument. Was passiert, wenn der Auftraggeber sich einen anderen Dienstleister sucht, aber noch Anrufer auf dieser Servicenummer zurück rufen? Und theoretisch muss die Rückrufnummer auch aus dem Ausland erreichbar sein. Das kann Probleme verursachen, wenn ein angerufener Anschluss eine Weiterleitung auf das Handy im Urlaub im Ausland macht ....

### 4. Rufnummer des Auftraggebers übertragen: 0451 / 123456



Wird die Rufnummer des Auftraggebers übertragen, erkennen bestehende Kunden sofort, dass ihr Auftraggeber versucht hat, sie telefonisch zu erreichen.

Ein Problem entsteht aber bei der Behandlung der Rückrufer. Wenn Dienstleister und Auftraggeber nicht mit dem gleichen Softwaresystem arbeiten, kann der Auftraggeber Rückrufer perfekt behandeln. Das weiß aber der Dienstleister in diesem Augenblick nicht. Eine geplante Wiedervorlage wird also beim Dienstleister fällig und der Kunde wird somit noch einmal durch den Dienstleister angerufen.

### 5. Rufnummer des Auftraggebers mit direkter Weiterleitung an Dienstleister: 0451 / 123456-78



Dieses Manko lässt sich vermeiden, in dem man eine Nebenstelle des Auftraggebers überträgt und an dieser Nebenstelle eine permanente Rufumleitung auf die ACD-Gruppe beim Dienstleister einrichtet. Damit sieht der Anrufer eine ihm vertraute Rufnummer. Die Rückrufer landen aber wieder beim Dienstleister, der den Rückruf auch eindeutig einer

Kampagne zuordnen kann. Mit geeigneter Callcenter Software kann durch den eingehenden Anruf sofort das noch geplante Telefonat aufgegriffen werden.  
Ein Wechsel des Dienstleisters ist für den Auftraggeber jederzeit möglich.

Wie Sie sehen, besteht dringender Gesprächsbedarf mit den Auftraggebern. Diese haben oftmals nur einen sehr geringen Informationsstand, was die Rufnummerübermittlung auch für Sie an Konsequenzen mit sich bringt. Welche Rufnummer zu übertragen ist, sollte im Vertrag mit den Auftraggebern festgelegt werden.

## Offene Fragen / Herausforderungen

Neben den bereits geschilderten Vor- und Nachteilen ergeben sich eine Reihe weiterer Fragen, die sich zu bedenken lohnen:

### 1. **erfolgsabhängige Vergütungsmodelle**

Wenn Rückrufer beim Auftraggeber landen, und dort im Sinne des Kampagnenziels erfolgreich betreut werden, stellt sich die Frage der Provisionierung.

Beispiel:

Ein Dienstleister vereinbart Termine für den Außendienst des Auftraggebers. Der Auftraggeber wünscht, dass seine Rufnummer übertragen wird. Ein Rückrufer landet beim Auftraggeber und der Vertriebsmitarbeiter vereinbart einen Termin. Besteht nun für den Dienstleister ein Provisionsanspruch oder nicht?

### 2. **Haftung bei Problemen der Rufnummernübermittlung:**

Speziell bei länderübergreifenden Kampagnen kann es bei einem Carrierwechsellnetz zu Problemen bei der Übertragung der abgehenden Rufnummer kommen. Wenn Sie also Kunde bei Carrier A sind und der Endteilnehmer bei Carrier B angeschlossen ist, werden Callinformationen beim Netzübergang ausgetauscht. Nun kann es passieren, dass die abgehende Rufnummer vom anderen Carrier anders oder gar nicht unterstützt werden. Damit würde beim Angerufenen wieder die initiiierende Rufnummer übertragen werden.

### 3. **Personaleinsatzplanung**

Wenn der Dienstleister / das interne Callcenter auch die Rückrufer bearbeitet, stellt sich die Frage, wie das Personal eingesetzt werden kann. Ex ante ist nicht bekannt, mit wie vielen Rückrufern man zu welcher Tageszeit rechnen kann.

## Fazit

Die aktuelle Gesetzesvorlage enthält eine Übergangsfrist von sechs Monaten. Wer aber Rückrufer professionell und kundenorientiert behandeln will, tut gut daran sich mit dem Thema Rufnummernübermittlung so schnell als möglich auseinanderzusetzen. Das bedeutet nach intern die technischen Voraussetzungen zu prüfen und ggf. zu schaffen und mit den Auftraggebern vertragliche Vereinbarungen zu treffen, welche Rufnummer zu übertragen ist.