

Dienstleistung. Sabin Bergmann hat Telefontraining zu einem profitablen Geschäft gemacht. Jetzt wurde sie zur „Nachwuchs-Unternehmerin des Jahres“ gekürt.

Gut gewählt

Ein Anruf bei Sabin Bergmann - das ist die Reifeprüfung. Mutig die Nummer wählen, mit fester Stimme sprechen, los geht's. Minuten später die bange Frage nach der vollbrachten Leistung. „Das war doch ganz gut.“ Höflich ist sie auch noch.

„Jeder telefoniert seit seinen Kindertagen, aber niemand macht sich Gedanken darüber, wie man es richtig und wirkungsvoll tut.“ Fast niemand. Denn Sabin Bergmann hat sich lange und intensiv damit beschäftigt, den richtigen Ton am Telefon zu treffen - und daraus eine erfolgreiche Geschäftsidee gemacht. Vor vier Jahren nahm die Self-Made-Frau entschlossen den Hörer in die Hand und gründete „Contelle“ - eine Firma für Beratung und Training rund um das Telefon-Marketing.

Vom Verband deutscher Unternehmerinnen (VDU) wurde die 28jährige Hamburgerin jetzt zur „Nachwuchs-Unternehmerin des Jahres 1997“ gewählt. „Sie hat sich zu einer starken Persönlichkeit entwickelt und ist ein Vorbild für jeden, der den Schritt in die Selbständigkeit wagen will“, heißt es in der Laudatio.

In mehr als 40 Firmen hat Sabin Bergmann Mitarbeitern das Einmaleins des Telefonierens beigebracht. Ein klassischer Verstoß gegen den Telefon-Knigge ist zum Beispiel die Antwort: „Moment, bei mir sind Sie da falsch, ich muß Sie erst mal durchstellen.“ „Bei mir sind Sie falsch“, das klingt wie ein Vorwurf.

erklärt Sabin Bergmann. Dabei ist es leicht, den guten Ton zu treffen. „Einen kleinen Moment bitte, ich verbinde Sie gerne mit der Verkaufsabteilung.“

Oft trennen Details den guten vom schlechten Telefonierer. Wenn man zum Beispiel den Hörer zwischen Kopf und Schulter klemmt, wird die Stimme dumpf. Und weil der Oberkörper als Resonanzkörper dient, ist aufrechtes Sitzen beim Telefonieren oberstes Gebot. „Reden Sie mit einem Lächeln im Gesicht, seien Sie natürlich, sprechen Sie mit fester, klarer Stimme“, nennt Sabin Bergmann weitere Tips. Nicht gefragt sind dagegen aufgesetzt wirkende Floskeln und Füllwörter. Zum Beispiel die Dame an der Hotelrezeption mit „Schönen guten Tag, mein Name ist Heike Rhabarber, was kann ich für Sie tun?“ oder die Kaugummi-Antwort des unkundigen Sachbearbeiters: „Ich müßte da vielleicht mal nachfragen, ob eventuell in der Abteilung Rechnungskontrolle oder Paßwesen etwas für Sie liegen könnte.“

Kann Telefonieren denn so schwer sein, daß Contelle-Kunden für Zwei-Tages-Seminare rund 7.000 Mark auf den Tisch legen? Aber hallo. Nach Expertenschätzungen laufen geschäftliche Kontakte heute zu 85 Prozent übers Telefon. Und wer am Hörer dilettiert, darf nicht auf Nachsicht hoffen. Bergmann: „Bei einem Neukontakt hat

man in der Regel nur einen Versuch. Häufig entscheiden scheinbare Kleinigkeiten darüber, ob man im Gespräch bleibt oder nicht.“

Namhafte Unternehmen hat Sabin Bergmann von der wachsenden Bedeutung überzeugt, die Top-Leistun-

gen am Telefon haben. Ihre Kundenliste kann sich sehen lassen: Mercedes-Benz, DeTeMedien, Greenpeace, Bofrost, Schwäbisch-Hall und eine Reihe weiterer Firmen aus unterschiedlichen Branchen vertrauen auf die Dienste der dynamischen Dame. Nach Schätzungen wurden in diesem Jahr 3,7 Milliarden Mark für Telefonmarketing ausgegeben, über eine Milliarde mehr als noch vor zwei Jahren.

Floskeln und Füllwörter verraten den Laien

Einen Ehrenplatz auf der Referenzliste hat die Ostfriesische Teegesellschaft (Marken: Meßmer-Tee, Milford-Tee): Sie war der erste Kunde der gerade gegründeten Firma Contelle, mit der sich die damals 24jährige selbständig gemacht hatte. „Meine Dienstleistung war neu, ich stellte sie zunächst einigen größeren Unternehmen vor. Anfangs mußte ich viel akquirieren, um an Aufträge zu kommen“, erzählt Sabin Bergmann. Heute erinnert nichts mehr an die mühevollen Eroberung der entdeckten Marktlücke. „Der Andrang ist so groß, daß sich Neukunden ein halbes Jahr gedulden müssen. Das Geschäft läuft fast von allein.“

Der Mut zur Arbeit ohne Netz hat sich gelohnt. Schließlich hatte die gelernte Industriekauffrau eine sichere Stellung aufgegeben. Nachdem sie bei einem Hersteller von HiFi-Produkten die Verkaufsdienstleistungsabteilung aufgebaut hatte, wechselte sie zu einer Telefonmarketing-Agentur.

Dort leitete sie, gerade mal 23 Jahre alt, ein Team von 14 Mitarbeitern. Damit gab sich das Telefon-Talent allerdings nicht zufrieden, zumal „unmotivierter Kollegen und zuviel Administration“ ihren Arbeitsalltag erschweren. Und: „In einem Angestelltenverhältnis mit seinen starren Arbeitszeiten kann ich mein kreatives Know-how nicht genügend einbringen.“ Ende 1992 kündigt sie. Mit 25.000 Mark Startkapital geht's los,



die Hälfte davon finanziert sie über einen Bankkredit. Ein Zimmer ihrer Wohnung wird zum Büro umfunktioniert, die Pionierarbeit beginnt.

Gut angelegt sind vor allem jene 60 Mark, die Sabin Bergmann für die Tips von ehemaligen Führungskräften der Initiative „Senioren beraten junge Unternehmer“ in Hamburg ausgibt. Die Contelle-Chefin weiß jetzt, worauf es ankommt: Für eine erfolgsversprechende Vermarktung sind eine professionelle Büroausstattung und erstklassige Werbung unverzichtbar. „Man muß wichtige Vorleistungen bringen. Ich dachte

nare für Rhetorik am Hörer anbieten. Ihren Prinzipien bleibt die Fachfrau für Fragen der Kommunikation jedoch treu. „Seminaranbieter mit festen Programmen gibt es viele. Das Besondere von Contelle ist jedoch, daß ich jedes Seminar ganz individuell auf die einzelnen Teilnehmer abstimme“, sagt Sabin Bergmann. Das heißt: Die Gruppen bestehen höchstens aus sechs Teilnehmern, die Seminare finden immer firmenintern statt.

Entsprechend penibel bereitet sich Bergmann auf ihre Aufgaben vor. Jedes Projekt beginnt mit einer Bestandsaufnahme, bei

Sabin Bergmann
macht's vor:
„Reden Sie mit
einem Lächeln
im Gesicht“



zunächst, mit dem ersten Auftrag finanziere ich das Faxgerät, mit dem zweiten den Kopierer und so weiter. Aber so funktioniert das nicht.“

Hinter Sabin Bergmanns Erfolg steckt System. Die Power-Lady mit der sanften Stimme vertraut in erster Linie auf sich selbst, deshalb ist Contelle lange ein Single-Unternehmen geblieben. „Ich will für jeden Auftrag persönlich geradestehen. Wer weiß, was ein anderer in meinem Namen erzählt. Würde ich ausschließlich wirtschaftlich denken, hätte ich mir schon vor zwei Jahren fünf neue Trainer ins Haus geholt, um alle

Zwei Tage Telefon-Seminar kosten 7.000 Mark

Anfragen erfüllen zu können“, sagt sie. Angesichts der Flut von Seminaranfragen und der immer länger werdenden Wartezeiten expandiert Sabin Bergmann nun doch: Ab 1997 ist Contelle als Franchise-System bundesweit vertreten. Andere Telefontrainer können bei ihr eine Lizenz erwerben und nach den Bergmann'schen Vorgaben Semi-

der sie vor Ort mit den Mitarbeitern erst einmal Vorkenntnisse, Erfahrungen und Probleme bespricht. Sie lauscht Telefonaten der Mitarbeitern und fragt nach speziellen Schulungswünschen. Sabin Bergmann: „Jedem einzelnen soll das Seminar schließlich einen optimalen Nutzen bringen. Also erarbeite ich eine Konzeption, die branchen-, produkt- und kundenspezifische Faktoren berücksichtigt.“

Die Vorgehensweise leuchtet ein: Die meisten Telefonauten sitzen auf der langen Leitung und erkennen ihre Fehler nicht. Deshalb spielt die gründliche Analyse eine Schlüsselrolle für den Erfolg des Seminars. Eine akribische, individuell ausgerichtete und mehrtägige Vorbereitung sowie die harte Arbeit mit den Teilnehmern rechtfertigen auch den stolzen Preis für zwei Tage Telefon-Seminar, was der Profi-Anruferin die nicht nachlassende Nachfrage bestätigt. Für Fortbildung in der Hängematte ist Sabin Bergmann jedenfalls nicht zu haben: „Die Leute sind nach meinen Seminaren erst mal fix und fertig.“

ROLAND KARLE