



Schon wieder entnervende Warte-Musik. Jörg Wiederkehr möchte dies ändern. Foto: Zeeb

Werbung in der Warteschleife

Nervtötender Musik den Kampf angesagt

Waiblingen (DS). Der Waiblinger Jörg Wiederkehr hat ein Mittel gegen nervtötende Warteschleifen gefunden, das bisher einzigartig in Deutschland ist.

Neunzig Prozent aller Geschäftskontakte werden über das Telefon abgewickelt. Dennoch betreiben viele Unternehmen gerade in diesem Bereich massive „Kundenabschreckung“: Standardglimper aus dem Computerchip oder endlos wiederholte Aufforderungen, sich zu gedulden („Bitte warten – Please hold the line“) verärgern den Anrufer. Individuell gestaltete Spots informieren über neue Produkte, Messetermine oder Dienstleistungen des angerufenen Unternehmens.

20 bis 90 Sekunden warten

Weil er sich selbst beim Warten ärgerte, entwickelte Wiederkehr die Idee, die Warteschleife zu einem aktiven und unterhaltsamen „Verkäufer“ zu machen. In repräsentativen Untersuchungen fand er heraus, dass bei Kleinunterneh-

men bis zu 400 Wartestunden und bei Großunternehmen sogar Tausende von Wartestunden im Jahr anfallen.

Je nach Situation wartet ein Anrufer 20 bis 90 Sekunden auf seinen Gesprächspartner. Wiederkehrs Idee ist es, alle relevanten Telefonautomatismen, insbesondere die Warteschleife, so zu gestalten, dass sie sich nahtlos in die Corporate Identity eines Unternehmens einfügen.

Individuell gestaltet

Mit vier Mitarbeitern betreut Wiederkehr mit seiner Firma Sound Spirit Service GmbH alle Kunden aus einer Hand. Hinzu kommen noch freie Texter, Sprecher, Musiker, Regisseure und Tontechniker. Ehe ein Spot (durchschnittlich 40 Sekunden) produziert wird, informiert Wiederkehr den Kunden über mögliche Inhalte der telefonischen Verkaufshilfe, auch „Audio-Seller für die Telefonanlage“ genannt. Der Spot wird von professionellen Sprechern gesprochen, in ein passendes Musikbett gelegt und in die Warteschleife eingespielt.