

A Anhang

A.1 Übersicht zu den Korpora des Forschungsschwerpunktes

Bezeichnung der Einzelkorpora	In-/Outbound	Projekt	Kanal	Bearbeiter	Kernkorpus
I_Telefonverkauf	Out	Coach-OST	two-way	Meißner/ Pietschmann	840 Komplettgespräche
II_Eröffnung_erster Eindruck	Out	buw	one-way	Pietschmann	20 Eröffnungssequenzen
III_Eröffnung_Prosoodie	Out	Coach-OST	two-way	Sachse	15 Eröffnungssequenzen
IV_Produktvorstellung_Angemessenheit	Out	Coach-OST	two-way	Rocholl	840 Komplettgespräche
V_Produktvorstellung_Verkaufserfolg	Out	Coach-OST	one-way	Bartusch	840 Komplettgespräche
VI_Versicherungsverkauf_Scripting	Out	buw	two-way	Rothe	6 Komplettgespräche
VII_Einwilligung_Routine	Out	Kikxxl	two-way	Birner	131 Komplettgespräche
VIII_Studentenkampagne_Praxistag	Out	davero dialog	one-way	Pietschmann	65 einseitige Gespräch der Versuchs- und Kontrollgruppe
IX_Kundenbindung_Monitoring	Out	davero dialog	one-way	Pietschmann	38 einseitige Gespräche / Kundenseite als Transkript
X_Haltarbeit_Rückruf	In	davero dialog	two-way	Pietschmann	74 Komplettgespräche
XI_Servicehotline_DSL_Internet	In	IDS	two-way	Bose et al.	3 Komplettgespräch (von 158 Komplettgesprächen)
XII_Helpdesk_interkulturell	In/ Out	Siemens Woronesch	two-way	Seißler/ Li/ Zarend/ Schwitzke	65 Komplettgespräche
XIII_Concierge_Service	In	MWSG/Haspa	two-way	Echterhoff	15 Komplettgespräche

Tabelle 1: Übersicht zu den Korpora der Forschungsarbeit zur professionellen Telefonie

A.2 Erfahrungsberichte (Selbst- und Fremdbeobachtungen) Studentenpraxistag 2014

Studentin A

3. Selbsterfahrung und Beobachtungen

a. Authentizität

Selbsterfahrung

Da wir als Studierende nur sehr wenig mit dem Programm der vertraut sind, war es nicht einfach, die Versicherung am Telefon authentisch zu vertreten. Im Bereich des *Ethos* gab es durch diesen Umstand eine Schiefelage: Ich konnte am Telefon nicht bedingungslos als selbstbewusste Expertin auftreten, die für diese rhetorische Situation förderlich gewesen wäre. Ich hatte Angst, dass die inauthentische Rolle als Mitarbeiterin aufliegen könnte.² In den Gesprächen gab es aber glücklicherweise keine Situation, in der mein mangelndes Fachwissen zu Tage getreten ist. Definitiv ist eine Identifikation mit dem Unternehmen und ausreichendes Fachwissen für den *Ethos* förderlich und drückt sich dementsprechend in einer selbstbewussten Gesprächshaltung aus.

Beobachtung

Auffällig war, dass der Agent an meiner Seite in seinem natürlichen Sprechen eher zurückgenommen war: Ungenauer Lautgriff, Kieferenge und zurückverlagerte Stimme kennzeichneten seinen Sprechstil in den Unterhaltungen mit mir. Am Telefon änderte sich diese Sprechweise radikal: Er war stimmlich viel präsenter und artikulatorisch deutlicher. Diese Präsenz am Telefon habe ich als sehr positiv wahrgenommen.

Weniger positiv ist mir aufgefallen, dass im Kundenkontakt eine gewisse Gleichförmigkeit der Melodieführung einsetzte. Dieses Melodiemuster sollte vermutlich Freundlichkeit vermitteln, wirkte aber auf mich aufgesetzt und von der Melodieführung des natürlichen Sprechens entfremdet.

b. Dialogizität

Selbsterfahrung

Ein Fallstrick für die Dialogizität meiner Telefonien stellte die Koordination von Gesprächsführung und Datenmaske auf dem PC dar. Diese Datenmaske wurde zwar von dem erfahrenen Agenten an meiner Seite betreut, nichts desto trotz empfand ich es stellenweise als überfordernd, dort Informationen nachzusehen beziehungsweise von dem Agenten auf etwas hingewiesen zu werden und gleichzeitig den Dialog aufmerksam weiter zu verfolgen.

Eine zusätzliche Herausforderung für meine Aufmerksamkeit stellte der hohe Geräuschpegel in dem Raum dar. Alle Telefonate wurden parallel ohne akustische Abtrennung geführt.

Beobachtung

Bei meinem Agenten stellte sich nach mehreren Telefonien heraus, dass er immer wieder ähnliche beziehungsweise sogar gleiche Formulierungen verwendete. Diese Formulierungen waren aus meiner Perspektive nicht immer angemessen, und wirkten floskelhaft. Eingefahrene Formulierungsmuster lassen wenig Spielraum für spontane Interaktionen mit dem/der Gesprächspartner_in. Durch eine unphysiologische Sitzhaltung und wenig Raum zum Gestikulieren wird das Sprechdenken zusätzlich verhindert.

c. Kundenorientierung

Selbsterfahrung

Die Zielsetzung der Telefonate war mir nicht ganz klar. Ich erinnerte mich an eine Anweisung, die besagte, es sei wichtig, sowohl die kurse als auch das programm vorzustellen. Außerdem wäre es von hoher Relevanz, den Infobrief zu verschicken. Durch diese Korsage vermeintlicher Ziele war es schwierig, mich tatsächlich auf den Kunden einzulassen und an seinen Bedürfnissen zu orientieren. Es spielte die Angst mit, den Vorgaben nicht gerecht zu werden. Bei mir hat sich diese Angst in dem Bedürfnis geäußert, möglichst schnell und viel zu sprechen, sodass der/die Klient_in mir nicht „abspringen“ können. So wurde den Klient_innen wenig Raum gelassen, ihre Bedürfnisse und Anliegen zu äußern.

Beobachtung

Die bereits benannten floskelhaften Formulierungen und die gleichförmige, inauthentisch wirkende Melodieführung meines Agenten lassen vermuten, dass er sich nicht auf jede/n Klient_in sprecherisch und sprachlich neu einlässt, sondern ein für ihn etabliertes Skript ablaufen lässt.

Studentin B

2.1 Selbsterfahrungen innerhalb des Teleservices

Im Rahmen des Studentenpraxistages der wurde mir die Möglichkeit geboten Kundengespräche innerhalb des Teleservices zu führen. Ich habe einen Eindruck gewinnen können, mit welchen Schwierigkeiten man sich hinsichtlich der Gesprächsführung konfrontiert sieht. Dabei sah ich weniger das Problem im Aufbau des Kundenkontakts. Ganz im Gegenteil half mir die Orientierung an den Kund/-inn/-en dabei das Gespräch aufzubauen. Da ich mit dem programm und einer solchen Gesprächssituation jedoch nicht sehr vertraut war, stützte ich mich zu sehr auf das mir vorliegende Skript. Mein Gesprächsleitfaden baute sich selten an den Äußerungen meiner Gesprächspartner/-innen auf. Anstatt näher auf das Gesagte einzugehen, verwies ich ohne Zusammenhang auf weitere Punkte meines Skriptes. An dieser Stelle hätte ich hier Gebrauch von der interaktionellen Kommunikation machen können. Dies hätte authentisch gewirkt und das wirkliche Interesse an der Person zum Ausdruck gebracht.

2.2 Beobachtungen hinsichtlich der Telefonie der Agent/-inn/-en

Während der Kundengespräche der Agent/-inn/-en konnte ich beobachten, dass zunächst mit Hilfe der Maske versucht wurde, die für die Kund/-inn/-en nützlichen Inhalte zu präsentieren. So wurde z.B. anhand der Übersicht über Familienmitglieder entsprechend auf leistungen für Kinder hingewiesen. Jedoch überwog während des Gesprächsverlaufes die informative Komponente. Die persönlichen Interessen wurden selten herausgearbeitet. Stattdessen fand die Dialogizität oftmals nur im Abgleich der Kundendaten statt. Die Präsentation der Informationen orientierte sich nicht an den Kund/-inn/-en und der individuellen Kommunikationssituation, sondern erfolgte mittels festgelegter, wiederkehrender Redeweisen (sog. Floskeln) in überwiegender Zahl der Kundengespräche. Diese waren vor allem zu Gesprächsbeginn und -ende zu beobachten, oder wurden als Überleitung zu neuen Themengebieten genutzt. Aufgrund dessen entstand ein schwebender Melodieverlauf, der sich negativ auf die Authentizität der Agent/-inn/-en auswirkte.

Studentin C

2. Beobachtungen

In dem folgenden Abschnitt werden die Beobachtungen während des Praxistags geschildert. Dabei wird zunächst auf eigene Wahrnehmungen eingegangen und im Folgenden auf Beobachtungen in Bezug auf die Agenten der Zentral sind dabei die Fragen: *Was unterstützt die Studenten/ Agenten in ihrer Telefonie? Was behindert die Studenten/ Agenten in ihrer Telefonie?*

2.1 Dialogizität

Der Beginn der Telefonie mit einem realen Kunden erwies sich anfangs als schwierig, da über das Headset kein Klingelgeräusch wie bei einem gewöhnlichen Telefonat zu hören war. Dadurch hatte der Gesprächspartner bereits aufgelegt, bevor die Unterhaltung beginnen konnte. Als positiv unter dem Gesichtspunkt der *Dialogizität* ist besonders gezieltes Nachfragen zu nennen, weil dadurch in den meisten Fällen erst ein „freies“ Gespräch entstehen konnte und sich die Möglichkeit ergab die Informationen an den Kunden anzupassen.

Die geschulten Agenten hatten kaum Probleme mit der Bedienung der Maske und dem Beginn eines Telefonats durch das nicht Vorhandensein des Klingelgeräusch. Jedoch fehlten hier durch einen automatisierten Ablauf oftmals gezielte Nachfragen, z.B. welches Angebot den Kunden interessieren könnte. Das führte dazu, dass oftmals alle Informationen der Kampagne präsentiert wurden und diese nicht speziell auf den Kunden abgestimmt waren.

2.2 Authentizität

Durch das gemeinsame Auswertungsgespräch mit ; und der Geschäftsführung der fiel auf, dass die Geschäftsführung und die telefonierenden Agenten unterschiedliche Ziele haben. Diese beeinflussten wiederum die *Authentizität* der Telefonisten. Der Geschäftsführung geht es, wie bereits in der Einleitung beschrieben, um eine emotionale Bindung der Versicherten an die Für die Agenten war es hingegen wichtig alle Informationen aus dem Leitfaden korrekt zu übermitteln und am Ende des Gesprächs einen Informationsbrief zu versenden. Durch diese vermeintlichen Fehlinformationen fiel es den Agenten schwer ein freies, authentisches Gespräch fernab von dem vorgeformten Leitfaden zu führen, was in Bezug auf eine emotionale Kundenbindung von Vorteil wäre. Des Weiteren war zu beobachten, dass der bayrische Dialekt von den Kunden als positiv gewertet wurde und in diesem Zusammenhang sehr authentisch wirkte.

2.3 Kundenorientierung

Die Auswertung zeigte, dass das Multitasking den Studenten besonders schwer fiel, gerade in Bezug auf die *Kundenorientierung*. Es schlich sich die Annahme ein, dass das Telefonat nach dem vorgeformten Leitfaden geführt werden sollte. Dieser forderte durch eine Einverständniserklärung, den Abgleich der Kundendaten und die Kampagneninformationen die volle Aufmerksamkeit der Studenten und es fiel dadurch schwer sich von den Vorgaben zu lösen und sich komplett auf den Gesprächspartner zu orientieren. Die Lautstärkekulisse innerhalb des Raums durch die anderen Telefonisten erschwerte die Konzentration zusätzlich.

Ähnliche Beobachtungen konnten bei den Agenten gemacht werden. Ein gekürzter Leitfaden in Stichpunktform sowie die Fokussierung auf eine emotionale Kundenbindung durch ein freies, interessiertes Gespräch könnten die Kundenorientierung zukünftig erleichtern (siehe Kapitel 5)

A.3 Beispielfragebogen einer transkriptbasierten Gesprächsbewertung

Dissertationsprojekt Judith Pietschmann
Sprechwissenschaftliche Forschung und Optimierung der professionellen Telefonie in Callcentern



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Gespräch I

[nordic walking is net so mein fall]

Aufgabenstellung

- 1) Hören Sie sich bitte das Gespräch zunächst ein Mal komplett an. Sammeln und notieren Sie dabei Ihre Eindrücke bezüglich der Qualität dieses Gesprächs. Hierbei ist insbesondere das Verhalten und Agieren der Agentin von Interesse. Notieren Sie alles zum Gesprächsverhalten der Agentin, was aus Ihrer Sicht für die Qualität dieses Gesprächs relevant ist stichpunktartig auf der nachfolgenden Seite.
- 2) Auf den darauffolgenden Seiten (S. 2-6) finden Sie das eben gehörte Gespräch in verschrifteter Form. Lesen Sie sich dieses nun noch einmal durch und markieren (unterstreichen) Sie dabei die Stellen im Gespräch, in denen die Agentin besonders gut bzw. eben nicht so gut agiert.
- 3) Bitte begründen Sie Ihre Wertung des Gesprächsverhaltens der Agentin nun abschließend unter der markierten Gesprächsstelle in dem dafür vorgesehenem Textfeld. Beschreiben und begründen Sie: Was macht die Agentin hier bes. gut/schlecht und warum?

A.4 Transkript und Beobachtungen eines Gespräches der Haltearbeit

Nr. 01/07
 Datum: 06.07.2012
 Zeit: 10:09 – 10:12
 Gesprachsart: Entscheider-Gespräch

Nr.		Transkription	Sek.
1	A	gutn MORgen XXX die verSICHerung mein NAME is (XXX) frau (XXX) hab ich am TELEfon	7,88
2	K	JA	0,53
3	A	JA/ schön das ich sie erREIChe// (<i>hörbare Einatmung</i>) frau (XXX) wir die XXX wir informiern ja unsre mitglieder gerne beDARFsorientiert/ das KENN sie von uns/ und möchten aber auch verstärkter noch auf die wünsche und beDÜRFnisse eingehen können/ und da wollt ma gern die MÖGlichkeit nutzen sie einmal auch persönlich FRAGEN zu können' auf was sie denn Wert legen bei uns der XXX (Pause 1,71 Sek.)	21,75
4	K	NEE ich bin allgemein zuFRIEden	1,20
5	A	das is SCHÖN	0,62
6	K	keine besonderen EINzelheiten	1,41
7	A	das' das FREUT uns natürlich zu hörn/ frau (XXX) was SCHätzen sie dann da besonders an uns	5,57
8	K	wie gesAGT ich bin allgemein zuFRIEden	3,05
9	A	also auf WAS legen sie' w' (Kundin unterbricht - unverständlich)	1,26
10	K	(Kundin unterbricht - unverständlich)	0,55
11	A	JA:	0,49
12	K	JA	0,28
13	A	okee/ und das soll natürlich auch so BLEIbm die SICHerheit einfach zu HABm/ ökee// GU:T/ dann sin wir ja auch eine XXXkasse in XXX' na/ die GROße/ und ähm' möchten natürlich sie auch gerne' DIESbezüglich informieren/ is das thema familie und kinder noch ein aktuELLES	14,22
14	K	NEIN	0,92
15	A	NEIN/ die sind schon erwACHSen die kinder seh ich grade ne	2,46
16	K	JA	0,68
17	A	geNAU/ dann nehm ich das thema aber RAUS/ JA// und NUTzen sie denn zu hause auch das INterneet	2,50 2,43
18	K	NEIN	1,18
19	A	nein oKEE'// (<i>hörbare Einatmung</i>) GUT// ÄHM' ja/ wir ham ja anderweitig auch die möglichkeit sie weiterhin zu infomIERen/ die POST kommt weiterhin in die (XXX Adressabgleich 4,65 Sek.)// oKEE	13,16
20	K	[geNAU/ geNAU]	0,86
19	A	ja und sollte sich mal ne ÄNderung ergeben bei der ADresse/ bei der ARbeit/ TELEfonnummer eCEtera/ SIE sind so lieb und geben kurz mit ne INfo an uns das wa die unterlagen' AKtualisieren könn/ SCHÖN	9,91
20	K	[hmhm MACH ich]// [hm MH]	1,74
21	A	ja und zufrieden sind AUCH das FREUT uns natürlich XXX ist die geSCHÄFTsstelle wo sie sich GERNe hinwenden könn'/ wenn sie FRAGEN habm/ und anSONSTen vertraun sie weiter auf unsre (XXX Firmenname)// PRIma	10,87
22	K	JA	0,52
23	A	dann WARS das von meiner SEite/ dann sag ich DANkeschön das sie sich die zeit für mich geNOMM habm	4,75
24	K	BITteschön	0,51
25	A	und ein schönes WOchenende wünsch ich der faMIlie	2,36
26	K	ebenfalls/ DANke	0,59
27	A	dankee TSCHÜüs	0,98

Beobachtungen zu Gespräch 01/07

Agentin	Kundin
<ul style="list-style-type: none">- lange Turns- z.T. unpassende Reaktionen- sehr floskelhaft- unpassende Fragen (auch sehr floskelhaft)- aufdringlich- unsensibel für Situation und Kundin- aufgesetzt und unglaubwürdig- ‚Pseudo‘-Gespräch	<ul style="list-style-type: none">- scheint nicht interessiert- wirkt ungeduldig und genervt- möchte das Gespräch knapp halten o. schnell beenden- lässt das Gespräch ‚über sich ergehen‘- macht auffällig lange Pausen vor Turnübernahme
Gesamtgespräch	
<ul style="list-style-type: none">- typisches Beispiel für Dysfunktionalität der Gespräche- insbesondere dann, wenn Kunden kein Interesse haben- aufgesetzt, unnatürlich, floskelhaft, gezwungen- sehr asymmetrisch- typische, floskelhafte Formulierungen und typischer Sprechausdrucksmuster	

A.5 Projekt *Coach-OST*: Häufigkeiten der Annotationen zu den einzelnen Gesprächsphasen

Phase 1: Gesprächseröffnung Bewertung: 1			Phase 1: Gesprächseröffnung Bewertung: 6		
Merkmal	Bewertung	Anzahl	Merkmal	Bewertung	Anzahl
1a	6	59	1a	6	39
6a	1	50	7f	1	30
7b	1	49	7a	6	27
7h	1	48	3b	6	25
7f	1	45	1e	6	20
7d	1	44	7h	1	20
7a	6	43	7b	1	18
7jFo	melodisch	39	3c	6	18
2a	6	30	7jFo	melodisch	17
1a	1	29	7d	1	13
7a	1	27	2a	6	13
1e	6	27	6b	6	12
7jFo	dynamisch	22	7iFr	6	11
7d	6	19	7d	6	10
3c	6	19	1d	6	10
7e	1	18	7e	1	9
7iFr	6	16	4d	6	8
7g	1	16	7jFr	1	8
4a	1	15	5a	6	8
3b	6	14	7h	6	7
7e	6	12	7jFo	temporal	6
7jFr	1	11	7iD	1	6
7jFo	temporal	10	7g	1	6
1d	1	10	4a	6	5
6b	6	9	7g	6	4
4b	1	9	6f	6	4
7g	6	9	7jFo	dynamisch	3
5a	6	8	6e	6	3
1c	1	8	6a	1	3
4d	1	8	4b	6	3
4d	6	7	6a	6	3
4b	6	7	7b	6	3
2a	1	6	6d	6	3
7c	6	6	4c	6	2
6d	1	6	7iD	6	2
5a	1	6	7e	6	2
6e	1	6	4a	1	2
6c	1	5	6c	6	2
3c	1	5	8a	6	2
7b	6	5	7jF	1	1
6b	1	5	7c	6	1
1b	6	5	8a	1	1
7h	6	4	6c	1	1
6f	1	4	1b	6	1
2b	6	4	1c	1	1
2c	6	4	2b	6	1
7iD	6	4	1d	1	1

8a	6	4	4b	1	1
6e	6	3	8e	6	1
7c	1	3	7f	6	1
6d	6	3	1c	6	1
8c	1	3	7jFo	6	1
1e	1	3	1b	1	1
7jFr	6	2	4d	1	1
6a	6	2	7a	1	1
4a	6	2	1e	1	1
8a	1	2	8c	6	1
8e	6	2	7jS	1	1
1c	6	2	7c	1	1
1b	1	2	5b	6	1
7jFo	gemischt	1			
5b	1	1			
2c	1	1			
7iFr	1	1			
3b	1	1			
7jS	1	1			
3a	6	1			
4e	1	1			
4c	6	1			
1d	6	1			
7iD	1	1			
8b	1	1			

Tabelle 2: Häufigkeit der Annotationen zu den einzelnen Gesprächsqualitätskriterien

Phase 2: Gesprächsanliegen Bewertung: 1			Phase 2: Gesprächsanliegen Bewertung: 6		
Merkmal	Bewertung	Anzahl	Merkmal	Bewertung	Anzahl
3b	6	112	3b	6	43
7a	6	84	2a	6	37
7e	1	53	7h	1	34
1a	6	53	7e	1	31
7h	1	45	7f	1	30
2a	6	43	3c	6	29
7b	1	35	7a	6	23
6a	1	34	7iFr	6	23
7b	6	32	7d	6	22
3c	6	30	1a	6	20
7d	6	28	7jFo	melodisch	16
1a	1	28	7b	1	15
7iFr	6	27	1b	6	14
1e	6	27	4d	6	13
7jFo	melodisch	26	7jFo	dynamisch	12
7d	1	26	1e	6	12
1b	6	24	4b	6	12
6d	6	23	5a	6	11
7f	1	22	7e	6	11
7g	6	22	6f	6	10
7g	1	22	7iD	1	10
7jFo	temporal	21	6b	6	9
1b	1	20	7g	1	9
6e	1	16	6a	6	9
7a	1	15	6d	6	8
7jFo	dynamisch	15	7jFr	1	8
4b	1	15	7g	6	7
6b	6	14	7d	1	7
7e	6	14	4a	6	6
6d	1	13	4b	1	6
6c	1	12	6e	1	5
5a	6	12	7h	6	5
3c	1	11	1d	6	5
4d	6	11	7b	6	5
4a	1	11	7c	1	5
6f	1	10	7iA	6	5
2b	6	10	5b	6	4
5a	1	10	7jFo	temporal	4
7jFr	1	9	2b	6	4
7c	1	9	4e	6	4
4a	6	9	5b	1	3
4b	6	9	6e	6	3
5b	1	8	3c	1	3
1d	1	8	7iD	6	3
4d	1	8	1b	1	3
7h	6	7	3a	6	3
7c	6	6	2a	1	2
3b	1	6	4c	6	2
7jS	1	6	2c	1	2
7iD	1	6	8e	6	2
2a	1	5	6a	1	2

6f	6	5	1c	6	2
6b	1	5	7iFr	1	2
1c	1	5	3d	6	2
1d	6	5	8d	6	2
4e	6	5	8a	6	2
2c	1	4	6b	1	1
6a	6	4	6c	6	1
8a	1	4	1a	1	1
1e	1	4	7c	6	1
8a	6	4	6d	1	1
6e	6	3	6c	1	1
2c	6	3	1d	1	1
6c	6	3	4d	1	1
4c	6	3	2c	6	1
8e	6	3	3b	1	1
7iD	6	3	1e	1	1
7f	6	2	5a	1	1
3a	6	2	76	6	1
7iA	1	2	7jS	1	1
1c	6	2	7jFr	6	1
7iFr	1	1	4a	1	1
7i	6	1	1a	1	1
4e	1	1			
8b	6	1			
1F	6	1			
8b	1	1			
8e	1				
7iA	6				

Tabelle 3: Häufigkeit der Annotationen zu den einzelnen Gesprächsqualitätskriterien

Phase 3: Produktvorstellung Bewertung: 1			Phase 3: Produktvorstellung Bewertung: 6		
Merkmal	Bewertung	Anzahl	Merkmal	Bewertung	Anzahl
3b	6	251	3b	6	138
7e	1	191	7e	1	136
7a	6	68	7d	6	61
7d	6	54	1e	6	60
7h	1	48	7f	1	57
7iFr	6	44	7a	6	51
1e	6	42	1a	6	50
2a	6	38	7h	1	43
3c	6	36	7jFo	melodisch	36
7f	1	33	3c	6	36
7e	6	32	2a	6	34
1a	6	32	7b	1	32
1d	1	31	7iFr	6	29
7b	6	28	6d	6	29
6a	1	25	7d	1	27
5a	1	21	7g	1	25
1a	1	21	7iD	1	23
7iD	1	20	7e	6	19
7g	6	19	5b	6	18
1e	1	19	7b	6	17
7d	1	19	7iA	6	17
6e	1	19	6b	6	16
7jFo	dynamisch	19	5a	6	16
7b	1	18	6a	6	16
6d	6	18	4b	6	16
7iA	6	18	2a	1	14
4b	1	17	7g	6	14
7jFo	melodisch	17	7jFr	1	13
7c	6	16	6c	6	13
7g	1	16	7jFo	dynamisch	13
6c	1	15	1d	6	13
5a	6	15	4d	6	12
7a	1	14	7c	1	11
4d	6	14	4a	6	11
2a	1	13	4d	1	11
5b	6	13	4e	6	11
1b	1	13	6f	6	10
4d	1	11	1b	6	10
6e	6	8	2b	6	9
7jFr	1	8	6e	1	9
3b	1	8	8a	6	9
1d	6	8	6e	6	8
6f	1	6	6a	1	8
8a	6	6	5a	1	8
6d	1	6	7jFo	temporal	8
1c	1	6	1e	1	8
7iFr	1	5	7h	6	7
6b	1	5	5b	1	6
6b	6	5	7iD	6	6
3c	1	5	6c	1	5
2b	6	5	7iFr	1	5

7jFo	temporal	5	4b	1	5
7c	1	4	4a	1	5
3a	6	4	3c	1	4
1b	6	4	6f	1	4
8b	6	4	2c	1	3
7iD	6	4	7a	1	3
4a	1	4	3b	1	3
6f	6	4	1d	1	3
6c	6	4	8b	6	3
4a	6	4	7c	6	2
4b	6	4	6d	1	2
2c	1	3	7jFr	6	2
2b	1	3	1a	1	2
7jS	1	3	8a	1	2
7f	6	3	4e	1	2
2c	6	3	4c	6	2
7iA	1	2	1c	1	2
4e	6	2	8e	6	2
3a	1	2	1b	1	2
6a	6	2	1F	6	2
4e	1	2	8d	6	2
8e	6	2	7iFo	melodisch	1
8b	1	2	5f	6	1
7i	1	1	7jS	6	1
5b	1	1	2c	6	1
7h	6	1	7jS	1	1
3h	1	1	5e	6	1
7jFr	6	1	1c	6	1
8a	1	1	8b	1	1
8c	1	1	7jD	6	1

Tabelle 4: Häufigkeit der Annotationen zu den einzelnen Gesprächsqualitätskriterien

A.6 Analyseausschnitte des Versuchs- und Kontrollgruppenvergleichs

Gesprächseröffnungen Studentenkorporus

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 14 (KL) /w/ Dauer: 9,04 Sek.			
0001	S °hh jA guten TAG-	6,69	Begrüßung
0002	hier is die Xxx verSICHerung		Vorstellung (Institution/ Selbstidentifikation)
0003	(baba BAba)		Partneridentifikation
0004	sprEch ich denn mit herrn (buBUbu		
0005	BUbu)?		
0006	K (anonymisiert)	1,40	Identifikation
0007	S JA= guten TAG-	0,97	Begrüßung Zielperson

Beispiel 1a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin KL aus Studentenkampagne 16.12.2011, 1:44-10:48 Sek.

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 19 (IJ) /w/ Dauer: 8,40 Sek.			
0001	S °hhh jA schön guten TAG	6,49	Begrüßung
0002	die xxx VersIcherUNG=		Vorstellung (Institution/ Selbstidentifikation)
0003	mein name is (baba BAba)		Partneridentifikation
0004	sprEch ich mit frau(buBU)		
0005	K (anonymisiert)	0,74	Identifikation
0006	S alles klAr=das_is SCHÖN-	1,17	Ratifizierung/ Honorierung

Beispiel 2a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin IJ aus Studentenkampagne 16.12.2011, 2:36-10:76 Sek.

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 20 (MN) /w/ Dauer: 9,67 Sek.			
0001	S schön gutn TAG=	7,91	Begrüßung
0002	die xxx verSICH(.)erung		Vorstellung (Institution/ Selbstidentifikation)
0003	mein name is (babAba baBAba-		Partneridentifikation
0004	sprEch ich mit frau'		
0005	(bubUbu(.) BUbu)?		
0006	K (anonymisiert)	1,35	Identifikation
0007	S JA::?	0,52	Rückversicherung

Beispiel 3a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin MN aus Studentenkampagne 16.12.2011, 3:04-12:71 Sek.

Gesprächseröffnungen Agentenkörpus

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 21 Sprecher (KL A) /w/ Dauer: 8,61 Sek.			
0001	A hallo?(1.42)guten tAg=	7,63	Begrüßung
0002	=xxX die verSICHerung?		Vorstellung Institution/
0003	mein nAme ist (<i>anonymisiert</i>)	(0,87)	Selbstidentifikation
0004	sprEch ich mit frAU (bububUbu		Partneridentifikation
0005	bUbu)?		
0006	K (<i>anonymisiert</i>)	0,98	<i>Identifikation</i>
0007	A prIma=schÖn dass ich sie errEIche?	1,54	Honorierung

Beispiel 4a: Ausschnitt Kundengespräch Agentin KL_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 1:66-10:27 Sek.)

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 29 Sprecher (MN A) /w/ Dauer: 10,61 Sek.			
0001	A grüß gOtt	8,06	Begrüßung
0002	xx(.) xxX die verSICHerung=		Vorstellung (Institution/
0003	=mein nAme is (<i>anonymisiert</i>)	(1,25)	Selbstidentifikation)
0004	ich hätt gern mit frau		Gesprächspartnerwunsch
0005	(bu!BU!bu bubUbu)gesprOchen?		
0006	K (<i>anonymisiert</i>)	1,21	<i>Identifikation</i>
0006	A schön dass ich sie gleich errEIche-	1,34	Honorierung

Beispiel 5a: Ausschnitt Kundengespräch Agentin MN_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 1:46-12:07 Sek.)

Transkript		Turnlänge in Sek.	Schema
Nr. 56 Sprecher (GH A) /w/ Dauer: 10,68 Sek.			
0001	A schönen guten tA:g	6,93	Begrüßung
0002	xxX die verSICHerung=		Vorstellung (Institution/
0003	mein nAme is (<i>anonymisiert</i>)	(1,14)	Selbstidentifikation)
0004	den herrn (bubUbu !BU!bu)		Gesprächspartnerwunsch
0005	hätt ich gern errEIcht,		
0006	K (<i>anonymisiert</i>)	0,55	<i>vermutlich Identifikation</i>
0007	A hab ich sie gleich persönlich dran=	3,05	Honorierung
0008	=des is ja herVORragend		

Beispiel 6a: Ausschnitt Kundengespräch Agentin GH_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 1:24-11:92 Sek.)

Anliendarstellung und Datenabgleich Studentenkopus (Versuchsgruppe)

Transkript

Nr. 14 (KL) /w/ Dauer: 72,68 Sek.

0001	S	sie sInd student im !ACH!ten fAchsemsester BIOche↑mie↑
0002		stimmt das?
0003	K	(xxx) (2.72)
0004	S	nich ↑gan:z↑?
0005		°h dann:: w (1.10) °h sA:gen sie mir WAS sie studIERen= =dann kÄnn ich das bei mir ÄNDdern;
0006	K	(xxx) (0.99)
0007	S	nA?
0008	K	(xxx) (2.96)
0009	S	ja?
0010	K	(xxx) (3.82)
0011	S	das is das WIEviele semEster entschUldigen sie?
0012	K	(xxx) (1.31)
0013	S	das DRITte semEster;
0014		°h ach ja_na (-) ja natürlich;
0015		weil ä (.) k_klAr auf den auf den bachelor DRAUFgesetzt;
0016		°h äm:: hAm sie da jetzt nen hochschul↑↑WECHsel vorgenommen?
0017	K	(xxx) (1.23)
0018	S	JA;
0019		°h an WELcher hochschule ↑SIND sie denn jetzt,
0020	K	(xxx) (1.84)
0021	S	an der Universität HEIdelberg;
0022		°h sInd sie mit dem wechslen zuFRIEden jetzt?
0023		=hat_das gut ge↑KLAPPT mit dem mÄster;
0024	K	(xxx) (0.69)
0025	S	JA-
0026	K	(xxx) (0.34)
0027	S	o:h WUNderbar-
0028		dis is ja lei(.) nich nich Immer der fAll;
0029		gut °h dann:: °h (---) ich (.) müsste das ganz fIX ma hier bei mir EINtragen?
0030		(xxx) (1.23)
0031		ä::m:: Wissen sie denn schOn wann sie vorAUssichtlich den mÄster beENDen werden,
0032	K	(xxx) (6.49)
0033	S	NÄCHstes jahr;
0034	K	(xxx) (0.47)
0035	S	ja das GEHT dann (.) das geht dann FIX==
0036		=der mÄster is schnell vorBEI ne,

Beispiel 7a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin KL aus Studentenkampagne (16.12.2011, 10:48-83:16 Sek.)

Transkript

Nr. 19 (IJ) /w/ Dauer: 44,02 Sek.

0001	S	°h ä:m:: sie sind bei mir vermErkt (.) als äh:: studEntin im ersten FACHsmester=
0002		=ist das RIChtig?
0003	K	(xxx) (1.43)
0004	S	A:llles klar;
0005		°h un::d ä sie studIERN in der universität AUGSburg;
0006	K	(xxx) (1.07)
0007	S	geNAU.
0008		=ich braUch des jetzt nur zum Abgleich: meiner DATen,
0009		°hh ä::m (--) und äm WAS sie studIERen is des_s bei mir als UNbekannt-
0010	K	[(xxx) (2.47)]
0011	S	[[ja?] (2.47)]
0012	S	sie studIERn be: we: EL alles klar==
0013		=und sie hAm dann auch vO:r im sOmmersemester: (.) zweitausendDEREIZehn ungefähr fERTig zu sein=richtig?
0014	K	(xxx) (2.17)
0015	S	geNAU;
0016		°h also_ich ruf (.) AN um äh EInfach ein paar SERviceinformationen an sie weiterzugEben,
0017		ä::m (1.16) seitens der xxX
0018		=die wir für sie:: be↑REIThalten als stu↑dEnt?
0019		=°hh oder studEntin VIELmehr,

Beispiel 8a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin IJ aus Studentenkampagne (16.12.2011, 10:76-54:78 Sek.)

Transkript

Nr. 20 Sprecher (MN) /w/ Dauer: 36,85 Sek.

0001	S	°h äm:: (0.78) ich hAb sie hier als äh:: stuDENTin,=
0002		=ist das noch aktuEll;=architekTUR;
0003	K	[(xxx) (0.48)]
0004	S	[[JA?]]
0005		DREIzehntes fAchsemester;
0006	K	(xxx) (3.02)
0007	S	[BITte?]
0008	K	(xxx) (6.96)
0009	S	ich hAb sie (.) ich hab sie gerade leider akUstisch nich richtig verSTANDen;
0010	K	(xxx) (2.0)
0011	S	iBE:roromanistik;
0012	K	(xxx) (0.92)
0013	S	ja;=und in WELchem fAchsemester sind sie dann dort?
0014	K	(xxx) (1.31)
0015	S	im DRITten fachsemester.
0016		und is dis Immernoch an der universität in AUGSburg?
0017	K	(xxx) (1.39)
0018	S	ja;
0019		°h und äm: is ihre Adresse GLEICHgeblieben?
0020	K	(xxx) (10.04)
0021	S	ja;
0022		°h und äm: wAnn ist dann das vorAussichtliche studienENde?
0023		(xxx) (4.25)
0024	S	in EINem jahr;=alles KLAR;
0025		°h äm (.) dann würd_ich ihnen gErne äh:: noch ein ANgebot machen;=
0026		=wir hAm nämlich immer Angebote für stuDENTen,

Beispiel 9a: Ausschnitt Kundengespräch Studentin MN aus Studentenkampagne (16.12.2011, 12:71-49:56 Sek.)

Anliendarstellung und Datenabgleich Agentenkorpus (Kontrollgruppe)

Transkript

Nr. 23 Sprecher (AB A) /m/ Dauer: 34,02 Sek.

0001 **A** ja frau (xxx) wi:r ä kontaktieren ja immer regelmäßigen
ABständen--=
0002 =dA uns der persönliche kontAKt zu ihnen als stuDENTin sehr
wichtig ist,
0003 °h u::nd ä_laut unseren UNterlagen
0004 studieren sie ja im siebten fachsemester die
LANDschaftsarchitektur-
0005 (0.75)
0006 An_der
0007 **K** (1.08)
0008 **A** fACHhochschule in weihn↑STEpahn=jaWOLL-
0009 °h u:nd studienEnde ham_wa vorAussichtlich mit vermErkt das (.)
äh WINTersemerster zwotausend↑↑ZWÖLF,
0010 °h Ist denn das:: wEiterhin auch korREKT;
0011 **K** [(xxx) (7.13)]
0012 **A** [hm::,]

Beispiel 10a: Ausschnitt Kundengespräch Agent AB_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 14:82-48:84 Sek.)

Transkript

Nr. 29 Sprecher (MN A) /w/ Dauer: 39,89 Sek.

0001 un::d zwar (.) wir kontaktieren sie ja in regelmäßigen ABständen,
0002 wEil uns der_persönliche kontAKt zu ihnen als stuDENT wichtig is
0003 **A** °h sie studieren hier laut meinen Unterlagen an der ef ha:
MÜNchen?=
0004 =°h architektUr im fünften FACHsemester;
0005 **K** (xxx) (0.99)
0006 **A** °h stUdienende voraussichtlich sOmmersemerster zweitausendZWÖLF?
0007 **K** (xxx) (3.19)
0008 **A** okEE;=°h soll_ichs mal so ↑↑stEhn lassen oder soll ichs ↓↓ÄNDern;
0009 [[ja::]]
0010 **K** [(xxx) (6.65)]
0011 genAU:: genAu.=
0012 =gut des ist in Ordnung. (.) ne?
0013 °h GUT-

Beispiel 11a: Ausschnitt Kundengespräch Agentin MN_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 12:07-51,96 Sek.)

Transkription

Nr. 56 Sprecher (GH A) /w/ Dauer: 14,18 Sek.

0001 **A** herr (xxx xxx)--wIr unterstützen unsere mItglieder ja in Allen
LEbensphasen--=
0002 =so natürlich auch jEtzt während ihres STUdiums; ne?
0003 **K** (xxx) (4.59)
0004 jA:: okee: äh::-

Beispiel 12a: Ausschnitt Kundengespräch Agentin GH_A aus Studentenkampagne (16.12.2011, 11:92-26,10 Sek.)