

Donnerstag, 14. September 2006

Spaß mit der DHL oder Packstation, die erste

Unterwegs: 1 Auslandssendung
Empfänger: Packstation-Kunde
Zusteller: DHL Express

Der DHL-Zusteller trifft den Empfänger nicht an, da dieser zur arbeitenden Bevölkerungsschicht zählt. Er hinterläßt eine Nachricht mit der Sendungsnummer und folgenden drei Optionen:

- a) kostenpflichtige Servicenummer anrufen
- b) kostenlose Zweitzustellung am Folgetag vereinbaren (Wie? Etwa durch Anruf der kostenpflichtigen Servicenummer..?)
- c) Sendung selbst abholen. In Köln. In einem der Gewerbegebiete. 36 Kilometer vom Wohnort des Empfängers entfernt.

Weil b) nicht durchführbar und c) eher als Frechheit denn als Option anzusehen ist, ruft der potentielle Empfänger demnach zähneknirschend bei a) an. Es folgt eines der üblichen, computergenerierten Menüs. Die Stimme der Automatenansagerin würde weitaus dubioseren Hotlines alle Ehre machen. Mit "pornoesk" ist sie jedenfalls nur unzulänglich beschrieben. Im Menü werden lediglich auf diesen Fall nicht zutreffende Wahlmöglichkeiten angeboten. Der Gebührenzähler tickert. Der Noch-nicht-Empfänger entscheidet sich für die naheliegendste Option: Inlandssendung. Das Paket ist ja schließlich schon im Lande und soll bloß noch zugestellt werden... Es folgt Werbung. Der Gebührenzähler tickert. ES FOLGT WERBUNG. ...

Man muß sich allen Ernstes zwei Werbespots anhören, bis einen das System schließlich zu einer Humanressource in Form eines menschlichen Callcenter-Agents durchstellt. Als erstes beschwert sich der Noch-nicht-Empfänger deshalb nach dem Handshake in höflichen, aber deutlichen Worten bei der netten Dame am anderen der Leitung darüber, für unverlangte Werbespots bezahlen zu müssen. Dann folgt ein Informationsaustausch, der bei der Nennung der Sendungsnummer die Reaktion "Das ist eine Auslandssendung! Moment, ich stelle sie zu einem zuständigen Kollegen durch." zur Folge hat. Aha. Damit weiß ich wenigstens schonmal ungefähr, worum es sich bei der Sendung handelt. Vorher erfragt sie noch meinen Nachnamen - ich buchstabiere - und meine Telefonnummer. Es folgt Werbung. Der Gebührenzähler tickert. ES FOLGT WERBUNG. ...

Innerlich auf 180, bleibe ich äußerlich ruhig und nenne dem zweiten Agenten, diesmal männlich, mein Anliegen. Er meint, das sei überhaupt kein Problem - und fragt nach meinem Namen. Wie bitte? Ich nenne ihn. Dann fragt er nach meiner Telefonnummer. Moment, hatte ich nicht eben bereits..? Und wozu? Ich nenne meine Telefonnummer. Der Gebührenzähler tickert. Er fragt nach der Sendungsnummer. Ich nenne sie. Er findet keinen Vorgang und fragt, ob die Angabe auf dem Benachrichtigungsschein eventuell unleserlich sei. Das kann ich ihm allerdings voll und ganz bestätigen! Dann starten wir einen Vermutungs- und Rateversuch. Er findet keinen Vorgang. Der Gebührenzähler tickert. Ich mache den Vorschlag, stattdessen in den Datenbeständen nach meinem Namen zu suchen. Er meint, das könne man machen und fragt nach meinem Nachnamen. Ich nenne ihn. Er läßt ihn sich buchstabieren. Der Gebührenzähler tickert. Dann fragt er nach meiner Adresse.

Ich nenne ihm bereits den Straßennamen, als ich mich unterbreche. Mir ist etwas aufgefallen: "Sagen sie, tragen sie meine Adresse etwa gerade in die Eingabemaske für eine erneute Zustellung ein?" Er reagiert prompt, indem er meine Vermutung bestätigt. Ich antworte, daß ich mir stattdessen die Zustellung an eine Packstation wünsche. Das Schulterzucken am anderen Ende ist noch durch die Leitung zu hören: "Ja, können wir auch machen." Worauf er in einem Tonfall nach der Stationsnummer fragt, der vermuten läßt, daß er auf diese Frage keine brauchbare Antwort erwartet. Ich nenne ihm die Stationsnummer. Er nimmt den Vorgang auf, bestätigt, höfliche Verabschiedung, Telefonat Ende.

Trotzdem bin ich verärgert. Weshalb?

• Der momentan gerade in Bonn als Ursprungsort (Webeaussage in etwa: "In Bonn gemacht. Für Bonner.") massiv beworbene Packstation-Service ist eine Dienstleistung der DHL. Packstationen sind zwar sinnvoll, weil sie wesentlich flexibler sind als der derzeitige Zustelldienst. In erster Linie helfen sie aber der DHL. Nämlich, Logistik- und Personalkosten einzusparen. Der positive Effekt für den Kunden dürfte dabei weitestgehend en passant abfallen.

• Wenn dieser Service eine Dienstleistung der DHL ist, weshalb hat DHL als zustellendes Unternehmen dann keine Kenntnis darüber, daß der Empfänger Packstation-Kunde ist?

• Weshalb wird eine Sendung, die wegen Abwesenheit des Empfängers nicht zugestellt werden kann, nicht automatisch an die nächstliegende Postfiliale (und/oder in diesem Fall Packstation) ausgeliefert?

• Weshalb wird man in einer kostenpflichtigen Service-Hotline unverlangter Werbung ausgesetzt, für die man demnach bezahlen muß?

• Weshalb haben die Callcenter-Agents der Service-Hotline keinen Zugriff auf die - nach der Anmeldeprozedur für die Packstation zu urteilen - umfangreichen Adreßdatenbestände der DHL und müssen sich Empfangsadressen deshalb von den Kunden vorbuchstabieren lassen?

• Weshalb geht diese Information bei der Weiterschaltung von einem Callcenter-Agent zum nächsten verloren und muß dadurch noch einmal abgefragt werden? Verwenden die Callcenter etwa keines der üblichen Ticketing-Systeme zur Vorgangsverfolgung und -bearbeitung?

• Was geschieht mit den erfragten Daten?

• Weshalb ist auf dem Benachrichtigungsschein zwar eine Sendungsnummer, aber nicht ihr Typ vermerkt, so daß man als Kunde die Sendung vorab nicht zuordnen kann? Vor allem, wenn mehrere Sendungen (gut für die DHL!) unterwegs sind, ist eine Identifizierung dadurch unmöglich.

• Weshalb wird, wenn die Nummer schon handschriftlich eingetragen wird, dies in einer Schrift getan, die ein eindeutiges Entziffern der notierten Zahlen(!) unmöglich macht?

• Weshalb führen DHL-Zusteller keine Geräte mit beispielsweise integrierten Thermodruckern mit sich, die solche Benachrichtigungen ausdrückbar und damit eindeutig lesbar machen?

Joa, simma denn noch in der Steinzeit? Der Versuch, die Packstation als moderne Dienstleistung zu bewerben, ist jedenfalls zum Scheitern verurteilt, wenn das Umfeld nicht stimmig ist. Ein Dienst, der keine klaren Schnittstellen zur Anbindung an andere Systeme mitbringt und darüber sauber ins Unternehmen eingebunden werden kann, erzeugt hohe Integrationskosten und in der Folge höchstwahrscheinlich auch großen Wartungsaufwand. Das eben geführte Telefonat und der ganze Vorgang an sich sprechen nicht eben für einen reibungslosen Workflow und eine zentralisierte Datenbestandshaltung. Von einer Anbindung der involvierten Applikationen an einen solchen scheint man jedenfalls nicht ausgehen zu können. Was das an Potential vergeudet und Kosten verursacht, möchte man sich lieber nicht ausmalen. Vielleicht sollte ich mich einer Unternehmensberatung anschließen.

Die nächstgelegene Packstation ist laut DHL übrigens 140 Meter von meinem Wohnort entfernt.

Geschrieben von Sil53r in Außenwelt um 22:06