

Generation Z und die Zukunft des Kundenservice bei TDM

In unserem exklusiven Interview mit Hata Gashi, HR-Expertin bei TDM, erfahren Sie, wie ein führender Callcenter-Dienstleister die Herausforderungen und Chancen der **Generation Z im Arbeitsumfeld meistert**. Erhalten Sie Einblicke, wie technologische Innovationen und Künstliche Intelligenz den Kundenservice revolutionieren und welche Strategien TDM anwendet, um den hohen Erwartungen der jungen Generation gerecht zu werden. Lassen Sie sich von spannenden Perspektiven und konkreten Beispielen inspirieren.





SQUT: Frau Gashi, zählen Sie selbst zur Generation Z? Wenn ja, wie erleben Sie den Unterschied in der Arbeitsmoral und den Erwartungen zwischen Ihrer eigenen Generation und älteren Generationen in Ihrem Unternehmen?

Hata Gashi: Ja, mit Stolz kann ich verkünden, zur Generation Z zu gehören. Bei TDM erlebe ich, dass unsere Generation oft flexiblere Arbeitsmodelle und eine bessere Work-Life-Balance anstrebt. Ältere Kolleg:innen schätzen dagegen häufig traditionellere Strukturen. Trotz dieser Unterschiede arbeiten wir sehr gut zusammen, da gegenseitiger Respekt und Wertschätzung großgeschrieben werden. Wir lernen voneinander und kombinieren die Stärken beider Generationen.



Wir lernen voneinander und kombinieren die Stärken beider Generationen.

Meine Fähigkeit, aktuelle Trends zu erkennen und zu nutzen, wird bei TDM sehr geschätzt. Gleichzeitig profitiere ich enorm von der Erfahrung und dem Fachwissen meiner älteren Kolleg:innen. Diese Kombination aus frischen Ideen und bewährtem Wissen führt zu einer produktiven und innovativen Arbeitsatmosphäre. Die Unterschiede zwischen den Generationen werden als Chance gesehen, voneinander zu profitieren und gemeinsam bessere Ergebnisse zu erzielen.

SQUT: Die Generation Z wird oft als ungeduldig und anspruchsvoll beschrieben. Stimmen Sie dieser Einschätzung zu, und wie spiegelt sich das im Arbeitsumfeld bei TDM wider?

Hata Gashi: Teilweise stimme ich dieser Einschätzung zu, allerdings sehe ich diese Eigenschaften eher als Stärken. An dieser Stelle spreche ich für mich und möchte nicht alle nach 1995 geborenen über einen Kamm scheren. Ich und viele weitere sind in einer Zeit aufgewachsen, in der Technologie und schnelle

Informationen allgegenwärtig sind, was dazu führt, dass wir effizient und zielorientiert arbeiten wollen. Im Arbeitsumfeld bei TDM zeigt sich dies in unserer Arbeitsweise: Wir streben nach klaren Strukturen und schnellen Ergebnissen. Diese Eigenschaften fördern Innovation und Dynamik im Unternehmen, da wir bereit sind, neue Wege zu gehen und ständig nach Verbesserungen zu suchen.

SQUT: Ein weit verbreitetes Klischee besagt, dass die Generation Z nur nach Sinn und Flexibilität im Job sucht, während ältere Generationen eine stärkere Loyalität zu ihrem Arbeitgeber zeigen. Wie erleben Sie das bei TDM, und welche Maßnahmen ergreifen Sie, um diese unterschiedlichen Erwartungen zu vereinen?

Hata Gashi: Klischees bleiben erfahrungsgemäß Klischees :) Bei TDM erlebe ich, dass Sinn und Flexibilität für alle Generationen wichtig sind, nicht nur für



die Gen Z. Wir haben ein starkes Gemeinschaftsgefühl, das Loyalität fördert. TDM vereint die Erwartungen durch flexible Arbeitszeiten, Homeoffice-Optionen und regelmäßige Feedbackgespräche. Gleichzeitig bietet das Unternehmen Stabilität und Entwicklungsmöglichkeiten, was wir generationsübergreifend schätzen.

Klischees bleiben erfahrungsgemäß Klischees :)

SQUT: Technologische Versiertheit vs. soziale Kompetenzen: Die Generation Z gilt als Digital Native, doch oft wird kritisiert, dass soziale Fähigkeiten darunter leiden. Wie stellen Sie bei TDM sicher, dass Ihre Mitarbeiter:innen beides beherrschen?

Hata Gashi: Wir arbeiten in der Callcenterbranche – Kommunikation ist das A und O – das ist eine Typfrage, keine Frage der Generation. Bei TDM nutzen wir unsere technologische Versiertheit, um effizient zu arbeiten. Gleichzeitig legt das Unternehmen großen Wert auf Teamarbeit und persönlichen Austausch. Wir haben regelmäßige Team-Events und Workshops, die soziale Kompetenzen fördern. Dank unserer Speak-up-Kultur generieren wir neue Prozesse und bieten die Möglichkeit, Mehrwerte durch Dialog zu schaffen.

Wir arbeiten in der Callcenterbranche– Kommunikation ist das A und O – das ist eine Typfrage, keine Frage der Generation

SQUT: Job-Hopping wird häufig als typisches Verhalten der Generation Z betrachtet. Wie wirkt sich das auf die langfristige Personalplanung bei TDM aus, und was tun Sie, um junge Talente zu halten?

Hata Gashi: Fachkräftemangel trifft uns alle und auch TDM ist sich bewusst, dass die Bindung junger Talente eine Herausforderung sein kann. Um dem entgegenzuwirken, bietet das Unternehmen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, regelmäßige Feedbackgespräche und individuelle Karrierepläne. Zudem schafft TDM ein positives Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien und der Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Das motiviert uns, langfristig zu bleiben. Auch jetzt sind 90 % der Azubis, die dieses Jahr ihre Ausbildung absolviert haben, bei uns im Unternehmen geblieben.

Da ich auch zur Generation Z gehöre, habe ich einen sehr guten Draht zu den Azubis. Und ich möchte eines nochmals betonen: Unternehmenskultur bindet. Hierzu zählen unsere flachen Hierarchien und unsere Speak-up-Kultur. Der Hauptgrund dafür, dass die Azubis und ich bleiben, sind unter anderem die Wertschätzung der Geschäftsleitung, das spielt eine sehr große Rolle. ▶▶



SQUT: Kritiker sagen, die Generation Z wolle möglichst schnell Verantwortung übernehmen, ohne die nötige Erfahrung mitzubringen. Teilen Sie diese Ansicht, und wie geht TDM damit um?

Hata Gashi: Wir wollen uns einbringen und Verantwortung übernehmen, sind uns aber auch bewusst, dass Erfahrung wichtig ist. TDM geht damit sehr gut um, indem junge Mitarbeiter:innen schrittweise an Verantwortung herangeführt werden. Wir bekommen die Chance, in Projekten mitzuarbeiten und eigene Ideen einzubringen, während erfahrene Kolleg:innen uns dabei unterstützen und anleiten.

SQUT: In einer zunehmend diversifizierten Arbeitswelt fordert die Generation Z oft mehr Inklusion und Diversität. Wie begegnet TDM diesen Forderungen und inwiefern hat sich dadurch die Unternehmenskultur verändert?

Hata Gashi: Besuchen Sie uns gern in Sarstedt und überzeugen Sie sich selbst von der Diversität bei uns. Seit 1983 leben und lieben wir die Vielfalt.

SQUT: Die Generation Z wird oft als moralisch und ethisch anspruchsvoll beschrieben. Inwiefern beeinflusst das die Unternehmensphilosophie und die täglichen Entscheidungen bei TDM?

Hata Gashi: Vergessen wir eins nicht: Wir, respektive die Generation Z, sind immer noch Menschen mit Werten und Normen. Unsere ethischen Ansprüche

decken sich mit denen von TDM – besonders in Bezug auf die Nachhaltigkeitswerte.

SQUT: Die rasante Entwicklung der Künstlichen Intelligenz stellt den Kundenservice vor neue Herausforderungen und Möglichkeiten. Wie nutzen Sie bei TDM KI-Technologien, um den Kundenservice zu verbessern, und wie stellen Sie sicher, dass dabei die menschliche Komponente nicht verloren geht?

Hata Gashi: Bei TDM setzen wir KI-Technologien ein, um Routineaufgaben zu automatisieren und schnellere Antwortzeiten zu ermöglichen. Bots unterstützen bei einfachen Anfragen. Gleichzeitig legen wir großen Wert darauf, dass komplexere Anliegen weiterhin von Menschen bearbeitet werden. Wir kombinieren die Effizienz der KI mit menschlicher Empathie und Urteilsvermögen, um den bestmöglichen Service zu bieten. Die KI kann vieles erleichtern, jedoch keinen Menschen ersetzen. Apropos KI - kennt ihr schon unsere KIM? ■



HATA GASHI

gestaltet das Marketing bei TDM und setzt dabei auf ein harmonisches Zusammenspiel der Generationen.