

WHITEPAPER #1

# Intelligentes Telefonieren fängt mit Respekt an



Ein Schritt-für-Schritt-Plan für erfolgreichen  
und konformen Telemarketing-Einsatz mit  
Einblicken von Do Not Call Me VZW

# Einleitung


**Telemarketing (er)lebt. In einem Zeitalter digitaler Reizüberflutung bleibt ein persönliches Telefongespräch eine der effektivsten Methoden, um Entscheidungsträger wirklich zu erreichen. Außerdem bleiben Telefongespräche länger im Gedächtnis. Interessenten, die zuerst angerufen werden, reagieren fast doppelt so häufig auf Follow-up-E-Mails und erinnern sich besser an Ihr Unternehmen.**

Der Erfolg beruht jedoch nicht mehr auf Menge, sondern auf **Vertrauen**.

Do Not Call Me VZW setzt sich seit ihrer Gründung dafür ein, dieses Vertrauen zu schützen. Nicht durch Einschränkung des Telemarketings, sondern durch Professionalisierung.

Dieses Whitepaper bietet Unternehmen einen **konkreten, praxisnahen und konformen** Schritt-für-Schritt-Plan, um ihre Telefonkampagnen zu stärken – unter Beachtung der gesetzlichen Vorgaben, des Prospekts oder Kunden und der eigenen Marke.

*Unternehmen, die die Liste „Nicht anrufen“ respektieren, sind am klügsten, insbesondere in Bezug auf Verbraucherschutz und den ROI ihrer Kampagnen.*

 **Burt Riské** — Geschäftsführer von Do Not Call Me ASBL

## Die neue Realität des Telemarketings

### Von Quantität zu Qualität

Die Zeit der massenhaften Kaltakquise ist vorbei. Unternehmen, die wahllos anrufen, verlieren mehr, als sie gewinnen: Zeit, Geld, Kunden, Reputation und Vertrauen.

Verbraucher erwarten heute Relevanz, Transparenz und Respekt für ihre Entscheidung, nicht angerufen zu werden..

Die **„Ruf mich nicht an“-Liste** ist dabei kein Hindernis, im Gegenteil: Sie bietet **einen Mehrwert – einen Qualitätsfilter**. Die Liste hilft Unternehmen, nur Kunden oder Interessenten zu erreichen, die für Kontakt offen sind.

## Die Situation in Zahlen

- Jeden Monat starten 3 bis 5 Unternehmen mit Telemarketing.
- Auf der „Ruf mich nicht an“-Liste stehen 1,5 Millionen Eintragungen, eine Mischung aus Verbrauchern und Unternehmen.
- Die Anzahl der Beschwerden über unerwünschte Anrufe hat seit dem Höhepunkt im Jahr 2023 in 2024 halbiert, und zu Beginn 2025 setzte sich dieser Trend fort.

### Neue Telemarketing-Unternehmen (monatlich)



**3 bis 5**



Monatlich starten durchschnittlich 3 bis 5 Unternehmen mit Telemarketing-Aktivitäten

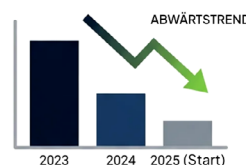
### „Ruf mich nicht an“-Liste Eintragungen



**1,5 Millionen**

Eine Mischung aus Verbrauchern und Unternehmen auf der Liste

### Beschwerden über unerwünschte Telefonanrufe



Die Anzahl der Beschwerden hat sich von dem Höhepunkt 2023 bis 2024 halbiert, dieser Trend setzte sich Anfang 2025 fort

\*Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Whitepapers lagen noch keine vollständigen Zahlen für 2025 vor, herausgegeben von FÖD Wirtschaft.

# Der 6-Schritte-Plan für wirkungsvolles Telemarketing

## Schritt 1 – Beginnen Sie bei Ihrer Zielgruppe, nicht bei Ihrer Datenbank

Ein gutes Gespräch beginnt mit der richtigen Person. Definieren Sie, wen Sie erreichen möchten, zu welchem Zeitpunkt Sie diese Entscheidungsträger am besten erreichen, was Ihre Pitch-Botschaft ist und welche Lösung Sie anbieten.

*Telemarketing funktioniert am besten, wenn es als Teil eines integrierten Marketing-Mix eingesetzt wird – nicht als isolierte Maßnahme.*

 Burt Riské – Managing Director Do Not Call Me VZW

## Schritt 2 – Aufbau einer guten Datenbank, inklusive der “Ruf mich nicht an”-Liste

Zu oft wird die “Ruf mich nicht an”-Liste als administrative Pflicht gesehen. In Wirklichkeit ist sie **ein strategischer Filter**.

Indem Sie nur diejenigen anrufen, die für Kontakt offen sind, sparen Sie operative Zeit, vermeiden Beschwerden und stärken Ihr Markenimage.

Jeden Tag wird ein Update der “Ruf mich nicht an”-Liste online gestellt. Daher ist es wichtig, regelmäßig die gesamte Datenbank zu prüfen.

Do Not Call Me VZW bietet Lizenznehmern verschiedene Möglichkeiten, die Überprüfungen der Liste schnell und effizient in ihren Workflow zu integrieren – entweder über eine SFTP-Verbindung oder eine API-Integration mit dem CRM-System.

## Schritt 3 – Schulen Sie Ihr Team in ethischer Gesprächsführung

Erfolgreiches Telemarketing basiert nicht auf starren Skripten, sondern auf Empathie und Zuhören. Mitarbeiter, die dies verstehen und im Gespräch anwenden, unterscheiden zwischen einem lästigen Anruf und einem wertvollen Dialog.

Stellen Sie Ihrem Team die notwendigen Werkzeuge, Datenbanken und FAQs zur Verfügung... geben Sie ihnen Stichwortregister, um relevante Gespräche führen zu können.

Und schulen Sie Ihr Team, wirklich zuzuhören: lehren Sie Timing und Tonfall korrekt einzuschätzen, reagieren Sie nicht defensiv auf Einwände, sondern gehen Sie konstruktiv darauf ein. Stellen Sie offene Fragen und gehen Sie auf Gegenargumente ein, ohne zu versuchen, das Gegenüber zu überzeugen.

## Schritt 4 – Technologie einsetzen, um Respekt zu automatisieren

Die Kombination aus CRM-Systemen und Listenintegration sorgt dafür, dass Compliance keine manuelle Aufgabe mehr ist.

Mit modernen Tools können Unternehmen automatisch:

- überprüfen, ob eine Nummer auf der “Ruf mich nicht an”-Liste steht,
- dokumentieren, wann jemand seine Zustimmung für einen Anruf gegeben hat,
- dokumentieren, wann jemand während eines Gesprächs sein Widerspruchsrecht ausgeübt hat,
- stets auf dem neuesten Stand der Gesetzesänderungen bleiben.

Durch die qualitativ hochwertige Verwaltung der Datenbank erzielen Sie eine Win-Win-Situation für Rendite und Reputation.

## Schritt 5 – Messen, was zählt

Viele Unternehmen messen Telemarketing immer noch nach der Anzahl der Anrufe.

Der neue Standard ist die **Qualität pro Kontakt**:

- Wie viele Gespräche führten zu einer Conversion?
- Wie viele positive Follow-ups folgten?



*5% bis 15% der Gespräche führen zu sofortigen Terminen, abhängig von der Branche. Der Rest legt oft die Grundlage für Kooperationen, die innerhalb von 24 Monaten noch konvertieren – gut für eine zweite Umsatzwelle.*

“ Mathias Van Rietvelde, Co-founder Victus Sales

Was Sie messen, bestimmt, was Sie wertschätzen, und ermöglicht es außerdem, Kampagnen skalierbar an Ihr Budget anzupassen.

## Schritt 6 – Feedback einbauen und weiter zuhören

Beschwerden sind kein Problem – sie sind eine Chance zur Verbesserung. Ein klarer Beschwerdeprozess, verbunden mit transparenter Kommunikation über Opt-outs, stärkt die Glaubwürdigkeit der Organisation, nicht nur bei Ihren Kunden, sondern auch bei Ihren Mitarbeitern.

Jedes respektvolle Gespräch ist eine Investition in Vertrauen – auch wenn es heute noch kein „Ja“ einbringt.

## Die Rolle von Do Not Call Me VZW

DNCM VZW steht im Zentrum des Ökosystems für ethisches Telemarketing. Sie:

- verwaltet die Lizenzen der “Ruf mich nicht an”-Liste,
- unterstützt Unternehmen mit praktischen Tools,
- fördert den Dialog zwischen Branche, Regierung und Abonnenten

Das Ziel: Ein Markt, in dem Telemarketing professionell, relevant und verantwortungsvoll ist.

## Warum das funktioniert

Unternehmen, die diesem Schritt-für-Schritt-Plan folgen, berichten von:

- einer höheren Konversionsrate,
- ehrlicheren Gesprächen mit höherer Kundenzufriedenheit,
- einem klareren Markenimage.

Der Schlüssel? Nicht mehr anrufen, sondern besser anrufen.

Telemarketing mit Respekt ist das einzige Telemarketing mit Zukunft

## Thought Leadership in der Praxis

Die Zukunft des Telemarketings liegt nicht in neuen Skripten oder aggressiven Zielvorgaben, sondern in einer Kombination aus Respekt, einem klaren Verständnis der Zielgruppe, einer aktuellen Datenbank, einer starken Pitch-Botschaft und gut geschulten Mitarbeitern.

Do Not Call Me VZW möchte der Branche zeigen, dass Compliance, Transparenz und Respekt keine Einschränkungen sind – sondern die Bausteine für nachhaltiges Wachstum.

Wer heute in ethisches Telemarketing investiert, investiert in Vertrauen. Und Vertrauen ist mehr denn je die stärkste Konversionskraft, die es gibt.

**Bestellen Sie daher noch heute die Liste auf [dncm.be](https://dncm.be).**