

20 Jahre DIALOG in Köln

Juli 2009

„Kümmerer-Center“ startet Qualifizierungsinitiative für die Belegschaft

Angebot erfährt große Nachfrage und wird über das Jubiläumsjahr hinaus fortgeführt

Köln. Anlässlich ihres 20. Geburtstags fördert die Kölner Direktmarketinggesellschaft Jäger + Schmitter DIALOG GmbH ihre Beschäftigten mit einem bislang einmaligen Qualifizierungsangebot.

Dass er noch einmal die „Schulbank“ drücken würde, hätte sich Arndt Hauptmann (39) nicht träumen lassen. Seit zwölf Jahren macht der gelernte Koch und Familienvater als Agent und Sachbearbeiter bei der Kölner Direktmarketinggesellschaft Jäger + Schmitter DIALOG einen guten Job. Doch das „Geburtstagsgeschenk“ seines Arbeitgebers wollte er sich auf keinen Fall entgehen lassen. Anlässlich seines 20-jährigen Bestehens bietet DIALOG allen Beschäftigten in Deutschland an, die so genannte Externen-Prüfung zur Servicefachkraft beziehungsweise zur/m Kauffrau/mann für Dialogmarketing vor der Industrie- und Handelskammer (IHK) abzulegen.

„Dann hätte ich endlich etwas in der Hand, mit dem ich nachweisen kann, dass ich ein Fach beherrsche, in dem ich schon lange tätig bin“, sagt Arndt Hauptmann. Im Herbst will er Kaufmann für Dialogmarketing sein. Dafür büffelt er sogar abends und am Wochenende „mit viel Freude“.

„Mit unserem freiwilligen Angebot wollen wir unsere Beschäftigten in wirtschaftlich schwierigen Zeiten an unser Unternehmen binden und sie dabei unterstützen, ihre Existenz zu sichern“, betont DIALOG-Geschäftsführer Bernd Schmitter. Die Gesellschaft übernimmt das interne Weiterbildungsprogramm, das für die Teilnehmer Freizeit ist, stellt die Referenten und trägt einen großen Teil der Kosten wie zum Beispiel die Prüfungsgebühr. Die Nachfrage, so Schmitter, sei so erfreulich groß, dass die Qualifizierungsinitiative mit Sicherheit über das Jubiläumsjahr 2009 hinaus fortgesetzt werde.

Auch Johannes Pilgenröder (46), von Beruf Schlosser und seit neun Jahren bei DIALOG als Multimediaagent und Sachbearbeiter tätig, nimmt die Chance begeistert wahr, seine Leistung endlich zertifizieren zu lassen. „Damit kann ich meine Position im Unternehmen

und meine Chancen im Markt verbessern“, sagt er. Gemeinsam mit 23 Kolleginnen und Kollegen bereiten sich Hauptmann und Pilgenröder auf die Prüfung vor. Einmal in der Woche erfahren sie von ihrem Arbeitgeber in jeweils zweistündigen Seminaren Wissenswertes über Kundenbetreuung, Gesprächsführung, Marketing, Vertrieb, Organisation, Controlling und vieles mehr. Hinzu kommen jeden Tag mindestens anderthalb Stunden Hausaufgaben. „Wir erweitern unser Wissen, begreifen Zusammenhänge und lernen, unseren Arbeitgeber viel besser zu verstehen“, fasst Arndt Hauptmann seine ersten Erfahrungen zusammen. Das sei für die tägliche Arbeit sehr hilfreich.

Die Berufsausbildung zur Servicefachkraft und zur/m Kauffrau/mann für Dialogmarketing gibt es schon seit längerem. Innerhalb des dualen Ausbildungssystems lassen sich beide Berufe innerhalb von zwei beziehungsweise drei Jahren erlernen. Neu ist allerdings, dass im Dialogmarketing tätige Quereinsteiger die Qualifizierung nun in komprimierter Form nachholen können. Eine Voraussetzung für die so genannte Externen-Prüfung: Künftige Servicefachkräfte müssen in der Regel eine dreieinhalbjährige, künftige Kauffrauen/männer eine viereinhalbjährige Tätigkeit im Dialogmarketing nachweisen können. „Viele unserer Beschäftigten arbeiten seit zehn und mehr Jahren bei uns. Neben Köchen und Schlossern sind darunter auch Tierpfleger, Floristen, studierte Kunsthistoriker, Fremdsprachenkorrespondenten und Lehrer“, sagt Silke Kromrei, die als Personalreferentin von DIALOG für die Ausbildung mitverantwortlich ist. Die Vorbereitungen auf die Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer dauern mindestens ein halbes Jahr. Wer es beim ersten Mal nicht schafft, kann einen zweiten und dritten Anlauf unternehmen.

„Unser Angebot ist kein automatisches Sprungbrett für Karriere und mehr Geld“, stellt Personalreferentin Kromrei klar. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wissen, dass es sich dabei in erster Linie um einen Baustein zur Leistungs- und Qualitätsverbesserung und damit um einen wichtigen Beitrag zur Sicherung von DIALOG und seinen Arbeitsplätzen in einem harten Wettbewerbsumfeld handelt.“ Das sehen auch Arndt Hauptmann und Johannes Pilgenröder so. Ihr Beruf mache ihnen viel Freude. Und dabei soll es auch bleiben. „DIALOG investiert in unsere Qualifizierung viel Zeit und Geld. Das ist super“, sagen sie.

DIALOG startete seine Marktaktivitäten vor 20 Jahren von Köln aus als so genanntes Callcenter mit 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und drei Wählscheibentelefonen. Inzwischen betreut die Gesellschaft mit 450 Beschäftigten, davon 150 in Verona (Italien), als „Kundenzufriedenheits-Center“ Unternehmen aus Industrie und Handel und hat sich zur Nummer zwei der Autopannenhilfvermittler in Deutschland entwickelt. Für Automobilhersteller und -importeure ist die Kölner Direktmarketinggesellschaft nicht nur als Schnittstelle zwischen Kunde und Handel, sondern auch zwischen Handel und Werk tätig. 24 Stunden am Tag. Sieben Tage in der Woche. 365 Tage im Jahr.

Die DIALOG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter nehmen im Jahr über drei Millionen Anrufe entgegen, beantworten mehrere hunderttausend Briefe und versenden mehr als eine Million E-Mails. Ihr Ziel: schnelle Hilfe sowie Freundlichkeit, Engagement und Hilfsbereitschaft selbst in kritischen Situationen. „Jeder in unserem Team hat Dienstleistungsgene“, sagt Bernd Schmitter. „Das macht uns aus.“ Den Begriff Callcenter hört er deshalb auch gar nicht gerne. „Zu viele schwarze Schafe.“ Kümmerer-Center passe viel besser.

Ansprechpartner für Redaktionen:

Rainer Strang
Telefon: 0221 270564-15
rainer.strang@jsdialog.com