

Kundenbindung herstellen

Werbebranche: Die Agentur Careforce will Abiturienten zu Kaufleuten für Dialogmarketing ausbilden

ASCHAFFENBURG. »Wir suchen junge Menschen, die neugierig sind.« Bernd Frielinghaus hat 2001 gemeinsam mit Burkhard Mahlmeister die Werbeagentur Careforce gegründet. Erstes Domizil war das Gründerzentrum Zentec in Großwallstadt, seit 2006 haben sie Räume in einer früheren Papiermühle in Aschaffenburg gemietet. Steigt in das Unternehmen gewachsen auf inzwischen 15 Mitarbeiter.

Frielinghaus würde dazu gerne zwei Auszubildende einstellen. Doch die sind nicht so leicht zu finden. Abitur müssen sie haben und einen Sinn für Sprache, Bild und Zahlen gleichermaßen. »Ich denke schon mal an die eierlegende Wollmilchsau«, gibt er zu.

Der Beruf, den die jungen Menschen erlernen könnten, ist erst vor zwei Jahre offiziell im Berufsbildungsgesetz geregelt worden: Kaufmann und natürlich auch Kauffrau für Dialogmarketing. Tatsächlich sind die Aufgabengebiete breit gefächert. Kaufleute für Dialogmarketing konzipieren Kampagnen und Projekte für ihren Arbeitgeber oder – bei Agenturen – dessen Auftraggeber. Frielinghaus Ziel: »Wir wollen Kunden begeistern.«



Sie wirken bei Careforce mit an Konzepten zur Kundenbindung: Steffani Schmidt, Marina Ursic und Andrea Steinfeld.

Foto: Stefan Gregor

» Die Menschen wollen einen Brief, den sie lesen können, wann und wo sie wollen. «

Bernd Frielinghaus, Werbefachmann

Es gehe also nicht darum, mit unangemeldeten und unerwünschten Telefonanrufen Menschen zu vergraulen oder zu verärgern, sondern mit gezielter und vom Kunden gewünschten Ansprache die Kundenbindung herzustellen und zu festigen. Da müssen Kampagnen konzipiert, Schreiben verfasst, Kataloge gestaltet oder Newsletter und Mails geschrieben werden.

**Lehrling
gesucht**

Dialogmarketing-Akademie

Die deutsche Dialogmarketing-Akademie (DDA) wurde 1993 auf Initiative des damaligen Präsidenten und heutigen Ehrenpräsidenten des Deutschen Dialogmarketing-Verbands, Peter K. Neff, gegründet. Ziel war es laut DDA, dem Nachwuchs im Direktmarketing **Ausbildungsmöglichkeiten** an einer

Careforce ist hauptsächlich für Handel, Versandhandel und Finanzdienstleister tätig. Der studierte Wirtschaftsingenieur Frielinghaus kann sich aber ein Maschinenbau-Unternehmen als Kunden vorstellen.

»Wer heute glaubt, nur per Internet mit seinen Kunden kommunizieren zu können, wird auf

Akademie zu bieten, die sich an den **Bedürfnissen des Marktes** orientiert. Die **Studienorte** waren zunächst Frankfurt und Hamburg, später kamen Berlin, Düsseldorf, Köln, München und Stuttgart hinzu. Die DDA bietet **berufsbegleitende Weiterbildung** in den Bereichen Marketing und Wer-

die Nase fallen«, sagt Frielinghaus. »Die Menschen wollen einen Brief, den sie öffnen und lesen können, wann und wo sie wollen.« Allerdings könne die Ansprache verfeinert werden, beispielsweise können individuell Kataloge für Kundengruppen oder einzelne Kunden zusammengestellt und gedruckt werden. Der Beruf des Dialogmarketings beinhaltet auch kaufmännische Aufgaben. Da müssen bei-

bung und bildet unter anderem aus zum Fachwirt Direktmarketing DDV, Fachwirt Online Marketing BVDW, Dialog Marketing Manager und Digital Marketing Manager. *bl*

 Internet:
www.dda-online.de

spielsweise Kampagnen kalkuliert und der Personaleinsatz berechnet werden. Wer sein Wissen vertiefen will, kann an der Deutschen Dialogmarketing Akademie (DDA) ein berufsbegleitendes Studium beginnen. *Barbara Löffel*

 Careforce, Schwalbenrainweg 46, 63741 Aschaffenburg, Tel. 0 60 21/44 37 4-0, Ansprechpartnerin Alexandra Fuchs: fuchs@careforce.de