

*Als „Chefarzt“ werden Sie immer handeln wollen, wenn Sie alleine es für richtig halten. Und nicht erst Rücksprachen nehmen, wenn es sich um die Notoperation eines Patienten handelt!*



Die Tür öffnet sich, eine charmante Dame begrüßt mich herzlich mit der Bitte, ihr zum Büro von Amir Shafaghi, dem Geschäftsführer, zu folgen. Auf dem Weg kommt uns eine junge Frau entgegen, ein „Headset“, eine Konstruktion aus einem leichten Bügel-Kopfhörer und einem winzigen Mikrofon in Mundhöhe tragend, die Arme in Bewegung ... Offensichtlich ist sie in ein Telefongespräch vertieft. Bevor wir das Büro des Geschäftsführers erreichen, kann ich noch einen Blick auf etliche Tischreihen erhaschen. Alle Arbeitsplätze sind mit einem Computer ausgestattet und mit Schallschutzelementen voneinander abgeschirmt. Die Damen und Herren jeden Alters, die hier ihrer Arbeit nachgehen und über die Headsets mit ihren entfernten Gesprächspartnern verbunden sind, machen einen konzentrierten Eindruck. Das drückt sich in ihrer Körperhaltung jedoch recht unterschiedlich aus: während die Dame Mitte fünfzig ihre Unterarme auf der Tischplatte abgelegt hat, telefoniert der junge Mann neben ihr und steht dabei. Wie ihre vielen Kollegen lassen sich die beiden nicht im geringsten von unserer Anwesenheit ablenken. Ich befinde mich in einem Unternehmen für Telemarketing.

## Begeisterung, die ansteckend wirkt

Das Unternehmen begann zunächst mit genau vier Mitarbeitern. Zum heutigen Zeitpunkt, im November 2006, sind es schon 260 Beschäftigte, die für Prodi@og Telemarketing GmbH arbeiten. Vor sechs Jahren wurde sie in Bad Godesberg von Amir Shafaghi gegründet. Während in Deutschland über Arbeitslosigkeit debattiert wird und viele Arbeitgeber nur Zeit- oder Projektverträge anbieten, versprechen die Stellenanzeigen bei Prodi@og einen lebenslangen Arbeitsplatz, geschlechts-, alters- und von der Vorbildung unabhängig ...

### Im Dialog mit Prodi@log

Herr Shafaghi, in Ihrem Unternehmen wird viel telefoniert. Die meisten unserer Leser denken dabei zuerst an ständig besetzte Hotlines oder an aufdringliche Werbeanrufe. Das ist aber nicht der Bereich, in dem Prodi@log arbeitet. Was genau ist Ihre Spezialität und wer sind Ihre Auftraggeber?

*Unser Unternehmen arbeitet im Auftrag großer deutscher Konzerne, und zwar sowohl im Customer- als auch im Business-Bereich.*

*Die Privathaushalte, die wir täglich im Auftrag der Deutschen Telecom, von T-Mobile und e-Plus kontaktieren, haben bereits im Vorfeld gegenüber unseren Auftraggebern eine entsprechende Einwilligung erteilt.*

*Alle anderen Privathaushalte kontaktieren wir erst gar nicht. Ich weiß aber, dass es Agenturen gibt, die genau diesen Weg gehen und im Rahmen der Vermarktung von irgendwelchen Lotto/Toto-Geschäften oder von Zeitschriftenabonnements für den schlechten Ruf unserer Branche sorgen. Davon distanzieren wir uns energisch.*

Sie haben nach den ersten fünf Jahren eine Wachstumsrate erreicht, die weit über dem Bundesdurchschnitt liegt. Im nächsten Jahr schon wollen Sie 300 Mitarbeiter oder mehr beschäftigen.

Welche Voraussetzungen haben zu dieser günstigen Entwicklung Ihres Unternehmens geführt?



Zentral in Bad Godesberg liegt Amir Shafaghis Büro mit Aussicht auf die Godesburg

*Ich bin mir sicher, dass es in Deutschland einige Unternehmen gibt, die ihr Unternehmen genauso zum Wachstum führen wie wir das tun.*

*Mehrere Faktoren sind hierbei von großer Bedeutung. Die wichtigste Voraussetzung für unseren Erfolg ist unsere Geradlinigkeit, nach dem Motto „Schuster, bleib bei deinen Leisten“. Mit unserer Spezialisierung haben wir heute auf dem deutschen Markt fast ein Monopol.*

Wie binden Sie Ihre alten Kunden an sich und wie kommen Sie an neue Aufträge?

*Bei einer schon bestehenden Kundenbeziehung sollten Sie alles daran setzen, diese auch zu pflegen und zu erhalten. Unsere Bestandskunden, die zum Teil seit der Unternehmensgründung mit uns zusammen arbeiten, schätzen unsere Loyalität. Das ist keine „Schönwetter-Freundschaft“. Sie sollten für Ihre Kunden auch da sein, wenn jene temporär schwierige Zeiten durchlaufen. Und eine solche Haltung zum Kunden spricht sich herum!*

Warum genau sind Sie „besser“ als Ihre Mitbewerber? Haben Sie die besseren Strategien, mehr Überzeugungskraft oder die besseren Mitarbeiter?

*Wir wollen nicht groß sein, wir wollen großartig sein. Das ist unser Motto! Alle Faktoren, die Sie genannt haben, sind für den Erfolg unabdingbar. Einen möchte ich nun aber besonders hervorheben: die besseren Mitarbeiter. Kein Konzept der Welt kann umgesetzt werden, keine Überzeugungskraft kann entstehen, keine großen Ziele erreicht werden, wenn Sie nicht die richtigen Leute „an Bord“ haben.*

Der Weg zu Ihrem Büro führte mich direkt durch die Produktionsabteilung. Dabei konnte ich Ihre Nähe zu den Mitarbeitern beobachten. Spielt diese Nähe eine Rolle für die positive Entwicklung von Prodi@log?

*Ganz bestimmt! Schließlich bin ich ebenfalls ein Teil des Ganzen.*

In Unternehmen heute wird geklagt, dass es zunehmend schwieriger sei, qualifizierte und ambitionierte Mitarbeiter zu finden. Ist das in Ihrer Branche generell einfacher oder haben Sie ein eigenes Konzept? Eines, das Ihnen ermöglicht, stets die Anzahl an Mitarbeitern für sich zu gewinnen, die Ihren Wachstumszielen entsprechen?

*Ich kann Ihnen versichern, dass es in unserer Branche nicht einfacher ist, die richtigen MitarbeiterInnen zu finden. Der Markt ist stark „abgegrast“, und die Branche hat um ihren Ruf zu kämpfen. Dennoch finden wir genau diejenigen, deren Philosophie der unserer Unternehmensphilosophie ähmt – weshalb eine Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gegeben ist.*

*Wir kommen aber auch an unsere Mitarbeiter, indem wir selber ausbilden. Am 1.8.2006 hat die IHK zwei neue Berufszweige eingerichtet: Kauffrau/-mann für Dialogmarketing und Servicekraft für Dialogmarketing.*

*Wir sind stolz darauf, drei neue Auszubildende dafür gewonnen zu haben – Pioniere, wenn Sie so wollen. Am 1.9.2006 sind sie bei uns an den Start gegangen.*

Was tun Sie für die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens?

*Wir sind gerade im sechsten Jahr und haben noch eine Menge zu tun, was die Sicherung des guten Rufes in unserer Branche betrifft. Derzeit planen wir die Kooperation mit einem indischen Weltkonzern, der unsere Unterstützung für den Weltmarkt bekommen soll. Drücken Sie uns hierfür die Daumen, Herr Hipp!*

Ihr Name weist auf persische Wurzeln ...

*Sehr richtig. Ich bin persischer Herkunft und habe die ersten zehn Jahre meines Lebens in Teheran verbracht. Ich empfinde viel für mein Herkunftsland, aber ich fühle mich in erster Linie Deutschland verpflichtet. Genauer gesagt: Bonn.*

Bietet der Standort Godesberg eine gute Voraussetzung für ein StartUp-Unternehmen? Denken Sie an Frank Sinatras New-York-Hymne: If you make it there, you make it everywhere ...

*(Amir Shafaghi lacht) Ich glaube, dass Frank Sinatra damals andere Emotionen zum Ausdruck gebracht hat und dass wir New York nicht mit Bad Godesberg vergleichen können – auch wenn es schwer fällt.*

*Dennoch: Bad Godesberg bietet eine hervorragende Infrastruktur für StartUps. Außerdem erstklassige und sehr charmante Möglichkeiten, den Tag außerhalb des Büros zu erleben. Das ist für uns Menschen sehr wichtig. Schließlich sind dies genau die sozialen Kontakte, die wir zum Leben und Arbeiten brauchen.* dh

## Hat Bad Godesberg etwas gegen Beethoven?

Im Juli 1792 kam es in der gerade neu erbauten Redoute von Bad Godesberg zu einer der wahrhaft seltenen Begebenheiten, dass sich zwei geniale Menschen trafen und in diesem Falle auch wirklich im wahren Wortsinn – harmonierten. Sie musizierten nämlich miteinander.

Der damals 60jährige Joseph Haydn und der erst 21 Jahre junge Ludwig van Beethoven spielten in der Kapelle des Bonner Kurfürsten Max Franz.

Dem Andenken des erinnerungswürdigen Treffens dieser beiden großen Tonsetzer wurde in Bad Godesberg ein Gedenkstein errichtet. Eine wahrhaft löbliche Tat, die aller Ehren wert ist.

Aber wo hat man diesen Gedenkstein aufgestellt?

Dieser Stein steht in einer finsternen Ecke des ansonsten wunderschönen Redoutenparks, im Hintergrund eine von Narrenhänden beschmierte Wand und zugewuchert von immergrünen Büschen. Nur einem aufmerksamen und suchenden Spaziergänger fällt an diesem Ort dieses Denkmal auf. Es macht fast den Eindruck, als würde sich Bad Godesberg dieses Ereignisses und dieses Gedenksteins schämen. Dabei ist auf der anderen Seite des Weges, nur wenige Schritte entfernt, eine gepflegte hübsche Anlage, die sich für die Errichtung dieses Steines geradezu anbietet. Warum ist in Bad Godesberg bisher noch keinem Verantwortlichen dieser Missstand aufgefallen und der Gedanke gekommen, ihm abzuhelfen?

Oder sollten auch hier die drei „Totschlagargumente“ zum Tragen kommen, die jeder Initiative entgegengehalten werden:

Das war doch immer so.

Das haben wir noch nie so gemacht.

Das könnte ja jeder kommen ...

L.O.

