



Emil Hofmann  
Coach für  
Existenzgründer

## Und ewig grüßt der Nikolaus...

von Emil Hofmann

Nun ist Weihnachten schon wieder vorbei, die Tannenbäume sind entsorgt, in den Regalen der Supermärkte lauert der Osterhase. Haben Sie an Ihre Kunden wenigstens liebe Grüße zum Fest geschickt? „Ja“, werden Sie sagen. Aber waren es wirklich Botschaften von Mensch zu Mensch, oder wurde wieder der PC für das massenhafte Versenden von Glückwünschen zweckentfremdet? Es war auch 2009 ein Graus: Tanzende Nikoläuse, die animierten Engel, die volltrunken durch die e-Mails flogen, das Rentier, das hustend einen Schlitten durch das Bild zog und „White Christmas“ sang. Sind das wirklich brauchbare Elemente der Kundenbindung oder sind diese Massen-Mails nicht eher vergleichbar mit den unzähligen und unpersönlichen Werbebotschaften das ganze Jahr über?

Warum schafft man es nicht, wenigstens am Jahresende mal das zu machen, was vor dem IT-Zeitalter an der Tagesordnung war: Einen persönlichen Brief oder eine handgeschriebene Karte zu verschicken? Wer sich an den PC setzt, einen Nikolaus herunterlädt und den dann online auf seine „lieben Kunden“ hetzt, hat eines nicht verstanden: Kundenbindung beginnt im Kopf und setzt sich im Bauch fest. Online-Engel werden per Mausklick in's Nirwana befördert, die Zeilen oftmals gar nicht gelesen. Zeit also, um sich zu besinnen auf das, was gute Kommunikation ist. Das gilt im übrigen auch für die zahlreichen Geburtstagsgrüße, die das Jahr über online den Weg zum Kunden finden sollen. „Herr Meier hat Ihnen eine Glückwunschkarte übermittelt“. Man würde sie am liebsten „zurückvermitteln“...