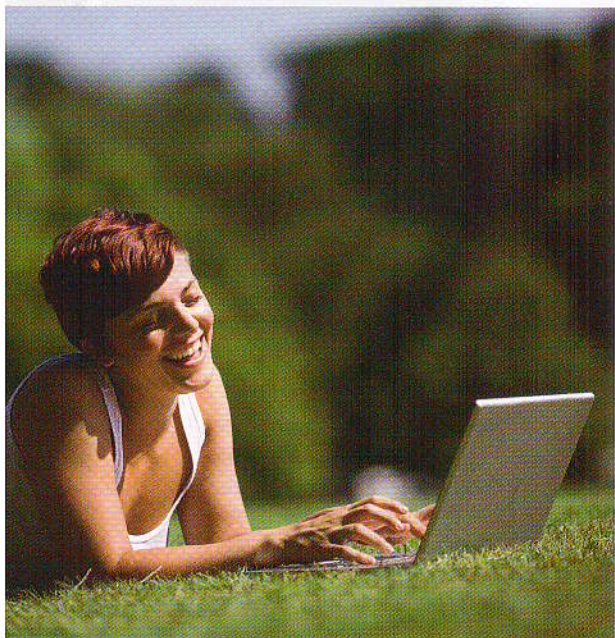


Kommunikation

Schreiben Sie sich in die Herzen Ihrer Kunden

Schon lange wartet Gärtner Jakob Grün darauf, dass sein Kunde die ausstehende Schlussrechnung für die Gartenumgestaltung bezahlt. Er schreibt eine Mahnung: «Wenn Sie in den nächsten fünf Tagen die Rechnung nicht begleichen, sehen wir uns leider gezwungen, weitere Massnahmen zu ergreifen.» Vielleicht hätte Jakob Grün etwas anderes geschrieben, wenn ihm bewusst gewesen wäre, dass er damit Werbung für sich betreibt. Oder eben gegen sich.



Emotion, Lebensfreude: Die grüne Branche verfügt über wertvolle Trümpfe für die Kommunikation.

Text: **Stefan Jenny**,
Firma Marktwert GmbH, Rapperswil*
Bilder: **zVg**

Diese einleitenden Sätze bedürfen wohl ein paar Erklärungen. Womit wir bereits mitten im Thema sind: bei der schriftlichen Kommunikation. Darin liegt eines der Geheimnisse einer erfolgreichen Firma. Hier liegt aber auch viel Potenzial brach, das manches KMU, manche Gärtnerei, manche Gartenbau-firma leichtsinnig verschenkt. Das eingangs erwähnte Beispiel illustriert, was gemeint ist: Wenn sich ein Kunde für mehrere zehntausend Franken einen Garten geleistet hat, hat er sich etwas Grosses geleistet. Und nun soll er im Gegenzug, einfach weil er die Schluss-

rechnung nicht rechtzeitig bezahlt hat, mit einem drohenden Standardbrief abgefertigt werden? Schade um die verpasste Gelegenheit, mit ihm weiterhin zuvorkommend zu kommunizieren.

Das geschriebene Wort bleibt lange haften

Während der Gärtner nach getaner Arbeit aus den Augen und aus dem Sinn des Kunden verschwunden ist, bleibt eine Offerte, ein Mahnbrief, eine Rechnung, aber auch eine Firmenbroschüre, tagelang oder gar während Wochen auf dem Pult liegen. Schriftliches kann jederzeit hervorgekramt und studiert werden. Eine bessere Chance für Kommunikation, die im Gedächtnis haften bleibt und Aufsehen erregt, gibt es nicht.

Sitzblöcken eine Offerte eingeholt. Preislich lagen alle Angebote ungefähr im gleichen Rahmen. Doch während die erste Offerte auf einem dünnen Blatt DIN A4 abgehandelt war, die zweite auf drei Seiten ausschliesslich technischer Beschreibungen – immerhin ging es um rund zwanzigtausend Franken –, war der dritten ein Schreiben beigelegt, in welchem der Vorarbeiter schrieb: «Ich bedanke mich noch einmal herzlich für den Empfang bei Ihnen und den spannenden Rundgang durch Ihren Garten. Ich versichere Ihnen, dass alle unsere Mitarbeiter ihr Bestes geben werden, um Ihren Sitzplatz so zu gestalten, dass man sich dort nicht nur gerne aufhält, sondern herrlich entspannen kann. Bei der Ausarbeitung der Offerte kamen mir noch einige Ideen in den Sinn. So kann ich mir zum Beispiel gut



Mitten ins Herz zu treffen, ist die Kunst guter Kommunikation.

Peter Kundert (Name geändert) hat sich von drei verschiedenen Firmen für eine kleine Gartenumänderung mit Granitbelag, Hecke und Naturstein-



Gute Werbung präsentiert sich von der farbigsten Seite.

vorstellen, dass links vom Eingang zwei kleine Olivenbäume in Töpfen besonders hübsch wirken ... Gerne bespreche ich diese Ideen persönlich mit