

**Erfolgs-  
beispiel**



## Aufbau eines festen Kundenstamms für Start-up-Gärtner

Stephan G. kommt nach mehreren Jahren als Angestellter eines exklusiven Landschaftsarchitektur-Betriebs in der Schweiz zurück nach Deutschland. Mit seinen besonderen Kompetenzen macht er sich an seinem ehemaligen Wohnort Bremen selbstständig. Er weiß, dass er die Werbetrommel rühren muss, um erfolgreich starten zu können, denn einen eigenen Kundenstamm muss er sich erst aufbauen.

### Das Angebot

Er möchte einen hochwertigen Garten-Komplett-Service anbieten – von Beratung, Planung und Anlage neuer über die Umgestaltung bestehender Gartenanlagen bis hin zu Hege und Pflege von Pflanz- und Baumbestand. Dieses Angebot ist vor allem für Privatpersonen interessant, die über einen möglichst großen Garten oder eine entsprechende Fläche verfügen, sich eine professionelle Unterstützung wünschen und sich diese vor allem auch leisten können.

Über seinen ehemaligen Schweizer Arbeitgeber kennt er bereits die Firma Schober. Im Online-Shop unter [www.schober.com](http://www.schober.com) selektiert er Adressen von 45 bis 60 Jahre alten Bewohnern exklusiver Ein- oder Zweifamilienhäuser mit Garten in Bremen-Stadt mit hoher Kaufkraft-Prognose. Als Ergebnis der Online-Potenzial-Zählung erhält er 350 Adressen. Die Anschriften und Namen kann er direkt als Excel-Tabelle auf seinen PC herunterladen.

### Die Mailing-Idee

Stephan G. möchte sich als moderner, kreativer und hochwertiger Betrieb vorstellen – und er weiß, dass Bilder mehr sagen als tausend Worte. Deshalb überlegt er lange, wie er seine Philosophie und seine Leistungen über-

zeugend darstellen kann. Die Lösung: Eine CD-ROM im Visitenkarten-Format mit vielen schönen und ästhetischen Abbildungen von Gärten, die er vor allem in der Schweiz angelegt oder umgestaltet hat. Zum Glück hat er mit seiner Digitalkamera schon immer fleißig fotografiert. Er stellt mit den Fotos eine Diashow zusammen und lässt sie auf 350 Visitenkarten-CD-ROMs kopieren. Diese stecken in transparenten Kunststoffhüllen. Das sieht nicht nur gut und professionell aus, sondern ist auch für seine Branche sehr ungewöhnlich und damit aufmerksamkeitsstark.

Die originelle CD versendet er zusammen mit einem Werbeanschreiben kostengünstig in DIN-lang-Fensterumschlägen an die 350 selektierten Adressen. Das Bedrucken, Falten und Einkuvertieren übernimmt er ebenso selbst wie den Transport zur Post.

### Das Resultat der Werbeaktion

Dann geschieht das, was er sich von der Aktion versprochen hat: Telefonisch und schriftlich erreichen ihn in den folgenden zwei Wochen sechs Anfragen, aus denen vier Aufträge zu einem Umsatz von 6.000 € führen. Eine CD wirft niemand so schnell weg. Auch deshalb strahlt die Aktion noch viel länger ab: Nach einem weiteren halben Jahr haben sich sechs weitere Personen bei ihm gemeldet, die ihn noch einmal für einen Gesamtumsatz in Höhe von 40.000 € beauftragen. Darunter ist auch ein Auftrag für die komplette Neuanlage eines exklusiven Gartens.

Mit einem finanziellen Einsatz von rund 2.500 € (Adressen ca. 500 €, Visitenkarten-CD knapp 1.900 € und Porto rund 100 €) ist Stephan G. gleich sehr erfolgreich in die Selbstständigkeit gestartet.

