

Interview mit Uwe-Michael Sinn, Gründer und Geschäftsführer von rabbit eMarketing

Uwe-Michael Sinn und Nikolaus von Graeve sind Geschäftsführer der Agentur rabbit eMarketing <http://www.rabbit-emarketing.de>. Innerhalb kurzer Zeit sind sie unter die Top 5 des E-Mail-Marketings aufgerückt. Zu den Kunden zählen namhafte Konzerne ebenso wie kleinere Unternehmen. Das Leistungsspektrum umfasst von Komplettservice bis zu intelligenten Einzelleistungen alle denkbaren Varianten. Mittlerweile beschäftigen sie rund 10 feste und nach Bedarf zusätzliche freie Mitarbeiter.

Herr Sinn, was macht rabbit eMarketing und wie ist es Ihnen gelungen, innerhalb weniger Jahre als junges Unternehmen in die Gruppe der Top 5 unter den E-Mail-Marketing-Agenturen vorzustoßen?

Wir sind eine Spezialagentur, die sich auf E-Mail-Marketing konzentriert, ein sehr modernes System der Kundenbindung.

Für unseren Erfolg sind drei Faktoren ausschlaggebend: Zum ersten die gute Zusammenarbeit mit meinem Partner Nikolaus von Graeve. Wir ergänzen uns menschlich und professionell in hervorragender Weise. Er redet beispielsweise gerne – was gut ist für die Telefonakquise –, während ich gerne schreibe, was gut ist für die schriftliche Kommunikation mit Kunden.

Zum zweiten konzentrieren wir uns sehr stark. Wir machen nur E-Mail-Marketing, das dafür richtig.

Und der dritte Faktor ist, dass wir unsere Kunden ernst nehmen. Wir sagen einem Kunden notfalls „Das würde ich Ihnen nicht empfehlen, das taugt für Sie nicht“. Der Kunde bekommt die Lösung, die für ihn sinnvoll ist, nicht die Lösung, bei der wir am meisten verdienen. Langfristig zahlt sich dieses Konzept aus.

Sie beschäftigen mittlerweile mehr als 10 Mitarbeiter. Wie war es für Sie, Aufgaben abzugeben, die Sie vorher selbst erledigt haben?

Das war und ist nach wie vor schwierig. Wir fragen uns immer wieder neu, was wir abgeben, wie wir delegieren, wie wir nachhalten. Schwierig ist es auch dann, wenn wir früher selbst mit einem Kunden gesprochen haben und jetzt der Mitarbeiter sein Ansprechpartner ist. Da bemühen wir uns immer, nach wie vor Wege zu finden, mit dem Kunden persönlichen Kontakt zu halten.

Wie wählen Sie Mitarbeiter aus?

Es ist gar nicht einfach, überhaupt qualifizierte Kandidaten zu finden. Wenn wir die Wahl zwischen mehreren gleichermaßen geeigneten Bewerbern haben, entscheiden wir uns für den, der menschlich am besten hereinpasst.

Eine Frage zum E-Mail-Marketing: Was verstehen Sie genau darunter?

E-Mail-Marketing bedeutet, den Kunden oder Interessenten möglichst regelmäßig und zielgerichtet per Mail anzuschreiben. Das hat nichts mit SPAM zu tun. Professionelles E-Mail-Marketing setzt natürlich voraus, dass Sie die Erlaubnis des Kunden beziehungsweise Interessenten haben.

E-Mail-Marketing ist auch wichtig, um mit unregelmäßigen Kunden halbwegs regelmäßigen Kontakt zu halten. Ich denke da zum Beispiel an Autokäufer, die nur alle paar Jahre einen neuen Wagen kaufen. In der Zwischenzeit darf man sie nicht einfach ignorieren.

Bekommen Leute nicht heute schon zu viele Werbemails? Mit anderen Worten: Fühlen sich Kunden durch Werbemails nicht eher belästigt?

Wenn die Mails inhaltlich attraktiv gestaltet sind und echten Nutzen bieten, werden sie auch gelesen. Der Kunde fragt sich immer „Was ist für mich drin?“ Das muss bei der Gestaltung berücksichtigt werden.

Viele Selbstständige meinen, dass der Kunde von allein wieder komme, wenn die Qualität der Leistung stimmt. Wie ist Ihre Erfahrung dazu?

Es zeigt sich ganz deutlich, dass die Kundenbindung abnimmt. Der Kunde wird sprunghafter. Die Konkurrenz nimmt zu und auch die Transparenz. Im Internet kann man schnell Anbieter miteinander vergleichen. Daher ist es wichtig, sich der Kunden immer wieder in Erinnerung zu rufen.

Was raten Sie einem Unternehmer, der keine Zeit zum Schreiben hat oder meint, nicht gut genug zu schreiben?

Man sollte immer daran denken, dass es wesentlich leichter ist, einen einmaligen Kunden zum regelmäßigen Kunden zu machen, als einen neuen Kunden zu gewinnen. Man muss keine Romane schreiben, lieber kurz und knackig und dafür regelmäßig. Man kann auch einen Texter beauftragen. Und wir schreiben natürlich auch.