

Geburtstags- und Anlassschreiben für Bestandskunden

Persönliche Aufmerksamkeit ist eine der wirkungsvollsten – und am meisten unterschätzten – Formen der Kundenbindung. Diese Vorlagen helfen Ihnen, zu besonderen Anlässen in Kontakt zu bleiben: authentisch, ohne werblichen Unterton und ohne großen Aufwand.

Geburtstag

Variante A – Per E-Mail, persönlich-freundlich

Betreff: Herzlichen Glückwunsch, [Vorname]!

„Liebe/r [Vorname],

zu Ihrem Geburtstag wünsche ich Ihnen alles Gute – vor allem Gesundheit, Zeit für die Dinge, die Ihnen wichtig sind, und viele schöne Momente.

Herzliche Grüße, [Ihr Name]“

Variante B – Per Post oder Karte, klassisch-seriös

„Sehr geehrte/r [Titel] [Nachname],

zu Ihrem Geburtstag übermittle ich Ihnen meine herzlichsten Glückwünsche. Ich wünsche Ihnen einen schönen Tag im Kreis Ihrer Lieben und alles Gute für das neue Lebensjahr.

Mit freundlichen Grüßen, [Ihr Name]“

Variante C – Kurz & modern, für jüngere Kunden

Betreff: Alles Gute zum Geburtstag

„Hallo [Vorname],

kurze Nachricht zum richtigen Zeitpunkt: Herzlichen Glückwunsch! Ich hoffe, der Tag macht Freude.

Viele Grüße, [Ihr Name]“

Jahrestag des Vertragsabschlusses

Ein oft übersehener, aber sehr wirkungsvoller Anlass – er zeigt, dass Sie die Kundenbeziehung ernst nehmen und langfristig denken.

Variante A – Sachlich mit Gesprächsimpuls

Betreff: Ein Jahr – und wie läuft's?

„Guten Tag [Name],

vor einem Jahr haben wir gemeinsam [kurze Beschreibung des Vertragsthemas, z. B. „Ihre Berufsunfähigkeitsabsicherung“ / „Ihre Altersvorsorge“] auf den Weg gebracht. Das ist für mich immer ein guter Anlass, kurz nachzufragen: Hat sich in Ihrer Situation etwas verändert, das wir berücksichtigen sollten?

Kein Muss – aber manchmal lohnt sich ein kurzer Blick.

Mit freundlichen Grüßen, [Ihr Name]“

Variante B – Persönlich, ohne direkten Gesprächsimpuls

Betreff: Kleines Jubiläum

„Guten Tag [Name],

mir ist heute aufgefallen, dass wir vor genau einem Jahr das Gespräch geführt haben, aus dem [Vertragsthema] entstanden ist. Ich freue mich, dass wir seitdem in Kontakt sind.

Falls Sie Fragen haben oder etwas besprechen möchten – ich bin gerne da.

Herzliche Grüße, [Ihr Name]“

Jahreswechsel

Variante A – Seriös, für breiten Kundenstamm

Betreff: Guten Start ins neue Jahr

„Sehr geehrte/r [Titel] [Nachname],

zum Jahreswechsel möchte ich Ihnen herzlich für Ihr Vertrauen danken – und Ihnen für das neue Jahr alles Gute wünschen: Gesundheit, Zufriedenheit und gute Entscheidungen.

Ich stehe Ihnen auch im kommenden Jahr gerne zur Seite.

Mit freundlichen Grüßen, [Ihr Name]“

Variante B – Persönlich, für engere Kundenbeziehungen

Betreff: Frohes neues Jahr, [Vorname]!

„Liebe/r [Vorname],

das alte Jahr geht, das neue kommt – und ich freue mich, dass Sie auch im kommenden Jahr zu meinen Kunden zählen. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen.

Ich wünsche Ihnen und Ihrer Familie einen guten Start, viel Energie und schöne Überraschungen.

Bis bald, [Ihr Name]“

Besondere Anlässe

Für Geburten, Hochzeiten, Renteneintritt – wenn Sie davon erfahren haben.

Geburt eines Kindes

Betreff: Herzlichen Glückwunsch zur Geburt!

„Liebe/r [Vorname],

was für eine schöne Nachricht – herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Nachwuchs! Ich wünsche Ihnen und Ihrer Familie einen wundervollen Start in diesen neuen Lebensabschnitt.

Herzliche Grüße, [Ihr Name]

P.S. Wenn Sie irgendwann Fragen rund um das Thema [z. B. „Absicherung für Familien“] haben – ich bin gerne da. Aber das hat Zeit.“

Renteneintritt

Betreff: Herzlichen Glückwunsch zum wohlverdienten Ruhestand!

„Sehr geehrte/r [Titel] [Nachname],

der Ruhestand – ein Meilenstein, auf den viele lange hinarbeiten. Ich gratuliere Ihnen herzlich und wünsche Ihnen, dass dieser neue Lebensabschnitt all das bringt, was Sie sich davon erhoffen.

Es war mir eine Freude, Sie auf diesem Weg begleiten zu dürfen.

Mit herzlichen Grüßen, [Ihr Name]“

Tipps zur Anwendung

- **Legen Sie Geburtstage und Jubiläen systematisch an.**
Wer diese Daten im CRM oder Kalender hinterlegt hat, muss nicht mehr aktiv daran denken – die Erinnerung kommt automatisch.
- **Schreiben Sie nie werblich.**
Anlassschreiben verlieren ihren Wert sofort, wenn sie mit einem Produktangebot verknüpft sind. Der Anlass ist der Zweck – nicht der Aufhänger.
- **Handschriftliche Karten übertreffen E-Mails.**
Gerade bei langjährigen Kunden und besonderen Anlässen ist eine physische Karte ein deutlich stärkeres Signal als eine digitale Nachricht.
- **Kurz ist besser als lang.**
Ein echter, knapper Glückwunsch wirkt persönlicher als ein ausformuliertes Schreiben, das wie eine Vorlage klingt.
- **Der P.S.-Trick funktioniert.**
Wenn Sie einen sachlichen Impuls setzen wollen, platzieren Sie ihn im Nachsatz – als Gedanke, nicht als Angebot.