Kundenglut

WHITEPAPER · OKTOBER 2026

FÜR INHABER UND GESCHÄFTSFÜHRER VON IT-SYSTEMHÄUSERN

Die Kunden, die Sie schon gewonnen haben

Warum frühere Kunden heute woanders kaufen, was Ihre Kundenliste wert ist und wie Sie sich mit einem echten Grund wieder melden.



Tolga Sahin • Gründer von Kundenglut
Kundenglut • Stand Oktober 2026



Gekauft wird bei denen, die man schon kennt

AUF EINEN BLICK

- **In 92 % der Fälle stand der spätere Anbieter schon am ersten Tag auf der Liste des Käufers** (6sense 2025, 945 Käufer in Europa, Softwarekäufe). Wer Sie kennt, fängt bei Ihnen an.
- Frühere Kunden sind selten verärgert. Nur 4 % der Geschäftskunden gingen wegen schlechten Service (Bogomolova und Romaniuk 2009). Meist hat sich einfach niemand mehr gemeldet.
- Ein Systemhaus mit 300 Kunden hat schnell 150 frühere Kunden ohne Vertrag. Unsere Modellrechnung ergibt daraus rund 22.500 € Umsatz im ersten Jahr. Das ist eine Annahme, keine Zusage.
- Die Zeit arbeitet gegen Sie. Nach fünf Jahren sitzt bei rund vier von zehn Kontakten ein anderer Mensch (eigene Rechnung aus amtlichen Daten).
- Der Weg: eine Mail pro Firma, mit einem Anlass aus der gemeinsamen Geschichte. Mit dem Test in Kapitel 04 sehen Sie in zehn Minuten, wo Ihre Liste steht.



Die meisten früheren Kunden sind nicht verärgert. Es hat sich nur niemand gemeldet.

STILLE · Büro mit leeren Arbeitsplätzen · Foto: Nicolás Rueda / Pexels

01 Aufträge sind knapp, und Fremde haben es schwer

Freitag, 17 Uhr. Sie gehen im ERP die Firmen durch, die 2018 und 2019 bei Ihnen einen Server gekauft haben. Viele haben seit Jahren nichts bestellt. Niemand hat sich beschwert, niemand hat gekündigt. Es ist nur **still geworden**.

Diese Stille fällt in eine schwierige Zeit. Im Oktober 2024 meldeten 41,5 % der deutschen Unternehmen Auftragsmangel. So viele waren es seit der Finanzkrise 2009 nicht. Im Januar 2026 lag der Wert noch bei 36,3 % (ifo-Konjunkturumfrage). Ihre Kunden spüren das, und Sie spüren es mit. In einer Umfrage unter 326 IT-Dienstleistern sahen 56 % ihre Lage negativ. Nur 5 % wuchsen noch (Compris, Mai bis Juli 2026).

Gleichzeitig wird es schwerer, Fremde zu erreichen. Zeigt Google eine KI-Zusammenfassung, klicken nur noch 8 % auf ein Suchergebnis, sonst 15 % (Pew Research, 2025, USA). Gmail und Microsoft verlangen seit 2024 und 2025 strengere Absenderregeln für große Versender. Wer Sie nicht kennt, findet Sie schwerer.

Wer Sie kennt, fängt dagegen bei Ihnen an. Das Softwarehaus 6sense hat 945 Geschäftskunden in fünf europäischen Ländern befragt, darunter Deutschland. In 92 % der Fälle stand der spätere Anbieter schon am ersten Tag auf der Liste des Käufers. Rund drei Viertel kauften beim Erstplatzierten. Die Studie betrifft Softwarekäufe und kommt von einem Anbieter. Das Muster kennen Sie trotzdem aus eigenen Ausschreibungen: Die Liste steht, bevor jemand anruft.

Für ein Systemhaus heißt das: Ihre wertvollste Werbung ist schon bezahlt. Jede Firma, die einmal bei Ihnen gekauft hat, kennt Ihren Namen, Ihre Techniker und Ihre Arbeit. Ob Sie auf der Liste stehen, wenn der nächste Server fällig wird, hängt davon ab, ob man sich noch an Sie erinnert.

92 %

der Käufer in Europa hatten den späteren Anbieter am ersten Tag auf der Liste

6sense 2025, n = 945

36,3 %

der Unternehmen meldeten im Januar 2026 Auftragsmangel

ifo-Konjunkturumfrage

56 %

der IT-Dienstleister sehen ihre Lage negativ, nur 5 % wachsen

Compris 2026, n = 326

02 Was in Ihrer Kundenliste steckt

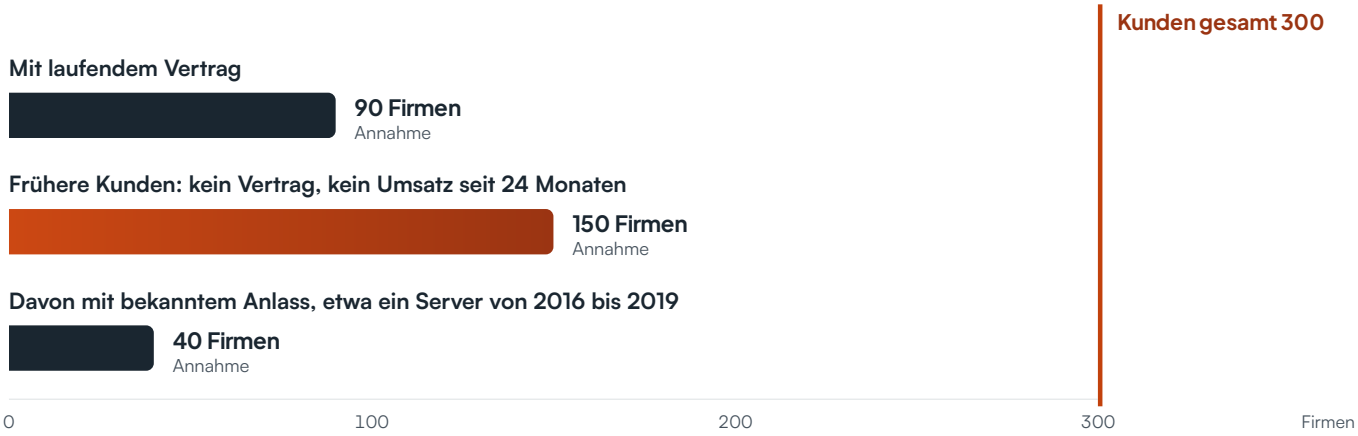
Warum gehen Geschäftskunden überhaupt? Eine Studie mit Geschäftskunden eines australischen Finanzdienstleisters hat das genau ausgewertet. Nur 4 % gingen wegen schlechten Service. Rund 60 % gingen aus Gründen, auf die der Anbieter keinen Einfluss hatte. Beispiele sind eine Entscheidung der Zentrale oder eine Schließung (Bogomolova und Romaniuk, Journal of Business Research, 2009). Ihr früherer Kunde ist also nicht gegangen, weil Sie schlecht waren.

Die Daten über diese Kunden haben Sie. 42 % der kleinen und mittleren Firmen in Deutschland nutzen ein ERP. Nur 9,1 % der Firmen mit 10 bis 49 Beschäftigten werten ihre Kundendaten aus (Eurostat 2025). Die Liste liegt also da. Sie wird nur selten benutzt.

Rechnen wir eine solche Liste durch. Die Zahlen sind Annahmen für ein typisches Haus. In unserer Stichprobe nannten 14 Systemhäuser ihre Kundenzahl, der Median lag bei rund 300. Davon haben 90 einen laufen-

den Vertrag. Weitere 150 haben weder Vertrag noch Umsatz in den letzten 24 Monaten. Das sind Ihre früheren Kunden.

Antworten 5 % davon auf eine Mail, sind das 7,5 Antworten. Wird aus jeder fünften ein Auftrag, sind es 1,5 Aufträge. Ein Managed-Kunde mit 20 Arbeitsplätzen bringt grob 12.000 bis 19.000 € im Jahr. Mit 15.000 € gerechnet sind das **22.500 €** im ersten Jahr. Bei 36 Monaten Laufzeit sind es 67.500 €. Mit Ihren eigenen drei Zahlen rechnet der Altkunden-Check das in zwei Minuten nach.



Grafik 1 Modellrechnung für ein Systemhaus mit 300 Kunden. Die Gesamtzahl orientiert sich am Median aus unserer Stichprobe (Selbstauskünfte von 14 Häusern). Vertrag, frühere Kunden und Anlass sind Annahmen. Die übrigen 60 Firmen haben ohne Vertrag in den letzten 24 Monaten gekauft.

Was in keiner Rechnung steht

Ein früherer Kunde kennt Ihre Arbeit. Dieses Vertrauen haben Sie mit dem ersten Projekt bezahlt, und es hält länger, als man denkt. Eine Studie mit 224 Führungskräften zeigt: Kontakte, die drei Jahre und länger geruht hatten, brachten so viel wie aktuelle (Levin, Walter und Murnighan, 2011). Die Ruhezeit selbst schadet also kaum. Gefährlich ist etwas anderes.

Die Uhr läuft: Vertrauen geht mit den Menschen

38,3 % der Beschäftigten ab 25 sind kürzer als fünf Jahre bei ihrem Arbeitgeber (Destatis 2023). Rechnet man Betriebsschließungen dazu, sitzt nach fünf Jahren bei **rund vier von zehn** Kontakten ein anderer Mensch. Nach einem Jahr sind es 12 %, nach zwei Jahren 21 %. Das ist unsere eigene Rechnung aus Eurostat-Daten. Rollenwechsel im selben Haus sind nicht eingerechnet, der echte Wert liegt eher höher. Wer heute schreibt, erreicht noch die Menschen, die Sie kennen.

EIN FRÜHERER KUNDE

- Sie wissen, was er gekauft hat und wann.
- Er kennt Ihren Namen und Ihre Techniker.
- Ein Anlass steht oft schon in Ihrem ERP.
- **Ihre Mail ist ein Hinweis, keine Werbung.**

EINE FREMDE FIRMA

- Sie raten, welche Systeme dort laufen.
- Ihr Name sagt dort niemandem etwas.
- Den Anlass müssen Sie erst suchen.
- **Ihre Mail ist eine von vielen.**



„Eine Mail pro Firma, mit einem echten Grund.“

EINE MAIL · Hände auf der Tastatur eines Laptops · Foto: Timur Weber / Pexels

03 Der Weg in drei Schritten

Die üblichen Wege scheitern an der Methode, nicht am Willen. Ein Rundschreiben an alle hat keinen Bezug zur einzelnen Firma. 73 % der Geschäftskunden meiden Anbieter, deren Ansprache für sie nicht passt (Gartner, 2024). Anrufen klappt nur bei wenigen. Ein Außendienstler schafft im Schnitt zehn Besuche pro Woche (Mercuri und Uni St. Gallen, 2014). Für 150 frühere Kunden bräuchte er also 15 Wochen. Und viele Häuser haben gar keinen Kanal zu ihren Kunden. In unserer Stichprobe von 50 Systemhäusern (Oktober 2026) boten 34 keine Anmeldung für regelmäßige Post an.

Schritt 1: Die Liste heben

Alles Nötige steht im ERP, ob c-entron, weclapp oder Autotask: Firma, Ansprechpartner, Mail, letzter Auftrag, verkaufte Hardware mit Datum, Lizenzen. Daraus filtern Sie die Firmen ohne Vertrag und ohne Umsatz seit 24 Monaten. Vor dem Versand prüfen Sie die Adressen. Eine fünf Jahre alte Liste enthält viele Postfächer, die es nicht mehr gibt. Gleichzeitig klären Sie, welche Kontakte Sie anschreiben dürfen (Hinweis am Ende des Kapitels).

Betreff: Ihr Server von 2018
Von: Geschäftsführer Ihres Systemhauses · **An:** Ansprechpartnerin beim früheren Kunden

Guten Tag Frau Becker,

2018 haben wir bei Ihnen in Bielefeld den Server aufgesetzt. Darauf läuft vermutlich noch Windows Server 2016, und dafür endet der Support am 12. Januar 2027.

Sie suchen gerade einen IT-Administrator. Falls die Stelle noch offen ist: Wir könnten die Umstellung übernehmen, ohne dass Ihr Team das nebenher machen muss.

Soll ich mir das einmal ansehen? Ein kurzes Ja reicht.

Beispiel, frei erfunden. Jede echte Mail endet zusätzlich mit dem Hinweis, dass der Empfänger weiteren Nachrichten jederzeit widersprechen kann. Woher die Anlässe kommen: Server-Verkauf 03/2018 aus dem ERP · Supportende laut Microsoft · Stellenanzeige auf der Karriereseite der Firma.

Schritt 2: Den Anlass finden

Eine Mail ohne Anlass ist Werbung. Eine Mail mit Anlass ist **ein Hinweis**. Der Anlass kommt aus zwei Quellen. Ihre eigenen Daten zeigen, was die Firma bei Ihnen gekauft hat und wie alt es heute ist. Öffentliche Quellen zeigen, was sich dort geändert hat: eine IT-Stelle ist offen, ein neuer Standort, ein neuer Geschäftsführer. Dazu kommen feste Termine. Am 12. Januar 2027 endet der Support für Windows Server 2016 (Microsoft). Ab 1. Januar 2027 müssen Firmen mit mehr als 800.000 € Vorjahresumsatz E-Rechnungen verschicken, ab 2028 alle (Bundesfinanzministerium).

Eine KI kann diese Suche für Hunderte Firmen übernehmen. Sie irrt sich manchmal. Darum prüft ein Mensch jeden Anlass gegen Ihre Daten.

Schritt 3: Einzeln schreiben, schnell antworten

Jede Firma bekommt eine eigene Mail, kurz und mit einer Frage am Ende. Sie geht im Namen Ihres Hauses hinaus, und Sie legen vorher fest, wie sie klingt. Höchstens drei Mails in drei Wochen, danach ist Schluss. Wer Nein sagt, hört nichts mehr. Wer antwortet, bekommt am selben Tag eine Antwort. 74 % der Firmen im B2B-Handel sehen ein hohes Risiko, Kunden zu verlieren,

wenn sie Anfragen nicht am selben Tag beantworten (ECC KÖLN, 2026). Das Gespräch führen Sie. Der Kunde kennt Sie, nicht einen Dienstleister.

Jeder Schritt baut auf dem davor auf. Ohne saubere Liste kein Anlass, ohne Anlass keine Mail.

SCHRITT 1

Liste heben

Frühere Kunden aus dem ERP filtern, Adressen und Erlaubnis prüfen.

→

SCHRITT 2

Anlass finden

Eigene Daten und öffentliche Quellen, jeder Anlass belegt.

→

SCHRITT 3

Einzeln schreiben

Eine Mail pro Firma, Antwort am selben Tag, Gespräch durch Sie.

Hinweis zur Rechtslage · Werbung per Mail braucht auch unter Firmen eine Rechtsgrundlage (§ 7 UWG). Für eigene Kunden gibt es eine Ausnahme. Die Adresse stammt aus einem Kauf, und es geht um ähnliche Leistungen. Der Kunde hat nicht widersprochen. Und er wurde schon beim Erheben der Adresse auf sein Widerspruchsrecht hingewiesen, jede Mail erinnert erneut daran. Welche Kontakte Ihrer Liste darunter fallen, prüfen Sie vor dem ersten Versand, am besten mit Ihrer Rechtsberatung. Wer Kundendaten für Sie verarbeitet, braucht einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung.

04 Der Test für Ihre Kundenliste

Öffnen Sie Ihr ERP und denken Sie an die letzten zehn Jahre. Zählen Sie jede Frage, die Sie mit Nein oder „weiß nicht“ beantworten. Die Auswertung steht auf der nächsten Seite.

1. **Die Zahl**
   Wissen Sie, wie viele Firmen in den letzten zehn Jahren bei Ihnen gekauft haben?
2. **Die früheren Kunden**
   Wissen Sie, wie viele davon heute keinen Vertrag haben und seit 24 Monaten nichts bestellt haben?
3. **Der letzte Kontakt**
   Haben diese Firmen in den letzten zwölf Monaten eine Nachricht bekommen, die nur für sie geschrieben war?
4. **Der Kanal**
   Haben Sie geprüft, welche dieser Firmen Sie per Mail anschreiben dürfen?
5. **Die Menschen**
   Kennen Sie bei Ihren 20 größten früheren Kunden den heutigen IT-Verantwortlichen beim Namen?
6. **Der Anlass**
   Können Sie aus dem ERP ziehen, wer zwischen 2016 und 2019 bei Ihnen einen Server gekauft hat?
7. **Die Gründe**
   Wissen Sie bei den meisten früheren Kunden, warum sie nicht mehr bei Ihnen kaufen?

8 **Die Zeit**

Hätte jemand in Ihrem Haus diese Woche Zeit, 50 frühere Kunden einzeln anzuschreiben?

9 **Die Antwort**

Beantwortet bei Ihnen jemand eine Kundenanfrage verlässlich am selben Werktag?

10 **Die Kapazität**

Hätten Ihre Techniker im nächsten Quartal Platz für zwei zusätzliche Projekte?

Tipp aus der Praxis · Machen Sie den Test nicht allein. Setzen Sie sich eine halbe Stunde mit der Person zusammen, die das ERP am besten kennt, oft die Buchhaltung. Die Fragen 1, 2 und 6 beantworten Sie dann mit echten Zahlen statt mit einem Gefühl. Genau diese drei Zahlen braucht auch der Altkunden-Check.

Auswertung · **0 bis 3 Mal Nein:** Sie kennen Ihre Liste und pflegen sie. Prüfen Sie, ob jede Mail einen eigenen Anlass hat. **4 bis 6 Mal Nein:** Die Liste ist da, aber niemand nutzt sie. Beginnen Sie mit Schritt 1 und den 50 Firmen mit dem besten Anlass. **7 bis 10 Mal Nein:** Ihre Liste ist **bezahltes Vertrauen**, das gerade niemand nutzt. Hier lohnt sich der Altkunden-Check zuerst, bevor Sie Zeit investieren.

05 Die Angebote, die niemand gewonnen hat

Dasselbe Prinzip gilt für eine zweite Liste: Ihre offenen Angebote. Eine Auswertung von über 2,5 Millionen aufgezeichneten Verkaufsgesprächen kam zu einem klaren Ergebnis. 40 bis 60 % der ernsthaften Verkaufschancen gingen an keinen Wettbewerber. Der Kunde hat sich schlicht nicht entschieden (Dixon und McKenna, Harvard Business Review, 2022, überwiegend USA).

Bis zur Hälfte Ihrer „verlorenen“ Angebote hat also niemand gewonnen. Sie **schlafen nur**. Ziehen Sie die Angebote der letzten zwei Jahre ohne Auftrag aus dem ERP. Prüfen Sie für jedes, ob es inzwischen einen neuen Anlass gibt: ein Stichtag, eine neue Stelle, ein Umzug. Dann schreiben Sie nach denselben drei Schritten.

06 Wo beginnen Sie?

Nicht mit einer Aktion an alle. Beginnen Sie mit 50 Firmen und einem Anlass. Für Systemhäuser liegt er auf der Hand: Wer zwischen 2016 und 2019 bei Ihnen einen Server gekauft hat, steht vor dem 12. Januar 2027 vor einer Entscheidung. Schreiben Sie diesen Firmen, und messen Sie, wer antwortet.

Wenn Ihnen dafür die Zeit fehlt, übernehme ich das mit Kundenglut. Ich suche die Anlässe und schreibe die Mails, Sie geben sie frei und führen die Gespräche. Ich bekomme 15 % von dem, was diese Kunden Ihnen in den ersten zwölf Monaten bezahlen. Kommt kein Auftrag, zahlen Sie nichts.

So starten Sie

1. **Drei Zahlen ziehen**
   Kunden der letzten zehn Jahre, davon mit Vertrag, davon ohne Umsatz seit 24 Monaten.

2. **50 Firmen markieren**
   Die früheren Kunden mit dem klarsten Anlass, etwa einem Server von 2016 bis 2019.

3. **Nachrechnen**
   Mit dem **Altkunden-Check** sehen Sie in zwei Minuten, was diese Liste wert ist.

07 Über den Autor

Tolga Sahin hat Kundenglut gegründet. In den meisten Firmen liegen Hunderte Kunden, die schon einmal gekauft haben. Seit Jahren spricht sie niemand mehr an. Die Recherche der Anlässe macht eine KI. Jede Mail prüft er, bevor sie hinausgeht. Kundenglut ist neu. Deshalb wird er nur bezahlt, wenn daraus ein Auftrag entsteht.

Drei Zahlen, zwei Minuten.

Der Altkunden-Check zeigt sofort, wie viele frühere Kunden Sie haben. Die Auswertung mit Umsatzpotenzial kommt per Mail. Danach können Sie 15 Minuten mit mir sprechen. Wenn es nicht passt, sage ich das. Ein Nein ist auch eine gute Antwort.

- Altkunden-Check: **kundenglut.de/altkunden-check**
- Termin und Kontakt: **kundenglut.de** · tolga@kundenglut.de

08 Quellen

Stand Oktober 2026, Quellen abgerufen am 4. Oktober 2026. Jede Kennzahl dieses Whitepapers ist einer der folgenden Quellen zugeordnet. Modellrechnungen und eigene Erhebungen sind als solche ausgewiesen.

Lage

ifo Institut: Konjunkturumfrage, Pressemitteilungen November 2024 und Januar 2026 — Auftragsmangel 41,5 % (Okt. 2024), 36,3 % (Jan. 2026). ifo.de

Compris: Umfrage unter 326 IT-Dienstleistern, Systemhäusern und Integratoren in DE/AT, Mai bis Juli 2026 — 56 % negativ, 5 % wachsend. computerworld.ch

Pew Research Center: Google users are less likely to click on links when an AI summary appears, 22.07.2025 (68.879 Suchen von 900 Erwachsenen, USA) — 8 % statt 15 %. pewresearch.org

Google und Microsoft: Absenderregeln für große Versender (Februar 2024 bzw. Mai 2025). support.google.com • techcommunity.microsoft.com

Kaufverhalten

6sense: How European B2B Buying Journeys Differ, 2025 (n = 945; BE, FR, DE, NL, SE; Softwarekäufe, Studie eines Softwareanbieters) — 92 % Shortlist am ersten Tag, rund 75 % kaufen beim Erstplatzierten. 6sense.com

Gartner: Sales Survey, August bis September 2024 (n = 632) — 73 % meiden Anbieter mit unpassender Ansprache. gartner.com

Dixon, M. und McKenna, T.: Stop Losing Sales to Customer Indecision, Harvard Business Review, Juni 2022 (über 2,5 Mio. Gespräche, überwiegend USA) — 40 bis 60 % ohne Entscheidung. hbr.org

Frühere Kunden

Bogomolova, S. und Romaniuk, J.: Journal of Business Research 62(3), 2009, S. 291—296 (Geschäftskunden eines Finanzdienstleisters, Australien) — 4 % wegen Service, rund 60 % aus Gründen ohne Einfluss des Anbieters. ideas.repec.org

Levin, D. Z., Walter, J. und Murnighan, J. K.: Dormant Ties, Organization Science 22(4), 2011 (224 Führungskräfte, USA und Kanada). doi.org/10.1287/orsc.1100.0576

Daten und Menschen

Eurostat: IKT-Erhebung in Unternehmen 2025, Tabellen isoc_eb_das und isoc_eb_iip, Stand 27.02.2026 — 9,1 % Kundendaten-Analyse (10—49 Beschäftigte), 42 % ERP (10—249). ec.europa.eu/eurostat

Destatis: Qualität der Arbeit, Dauer der Beschäftigung beim aktuellen Arbeitgeber, 2023 — 38,3 % unter fünf Jahren. destatis.de

Vertrieb

Mercuri International und Universität St. Gallen: KPIs — Erfolgsmessung im Vertrieb, 2014 (130 Unternehmen DE/CH) — 10 Besuche pro Woche. mercuri.de

ECC KÖLN mit synaigy und Intershop: B2BEST-Barometer Vol. 23, Juli 2026 (n = 200, Großhandel und Hersteller) — 74 %. ifhkoeln.de

Anlässe

Microsoft: Planning ahead for Windows Server 2016 end of support, 25.02.2026 — Supportende 12.01.2027. Bundesfinanzministerium: FAQ E-Rechnung — Versandpflicht 2027 und 2028. Vor Versand jede Frist neu prüfen. microsoft.com • bundesfinanzministerium.de

Eigene Erhebung

Kundenglut: Stichprobe von 50 IT-Systemhäusern, 04.10.2026, Auswahl über Suchmaschine, sichtbare Kommunikation auf der Website, nicht repräsentativ — 34 von 50 ohne Anmeldung für regelmäßige Post; Median der Kundenzahl rund 300 (Selbstauskunft von 14 Häusern).

Eigene Rechnungen

„Vier von zehn“: 62,6 % der Erwerbstätigen von 2020 sind 2025 noch beim selben Arbeitgeber (Eurostat lfst_r_egad), multipliziert mit dem Anteil noch bestehender Firmen ab 10 Beschäftigten nach fünf Jahren (rund 97,8 %, Eurostat bd_size). Modellrechnung (Grafik 1): Annahmen im Text, je Unternehmen mit dem Altkunden-Check nachrechenbar.

Was Sie in diesem Papier nicht finden

„Neukunden kosten fünfmal so viel.“ „Fünf Prozent mehr Kundenbindung bringen bis zu 95 Prozent mehr Gewinn.“ „B2B-Daten veralten um 30 Prozent im Jahr.“ „80 Prozent der Abschlüsse brauchen fünf Nachfassmails.“ Diese Zahlen stehen in vielen Vorträgen. Wir haben sie bis zum Ursprung zurückverfolgt und keine belastbare Studie gefunden. Deshalb fehlen sie hier. Wenn Ihnen eine Zahl in diesem Papier zu schön vorkommt: Die Quelle steht oben.

Impressum

WERK

Die Kunden, die Sie schon gewonnen haben — Warum frühere Kunden heute woanders kaufen, was Ihre Kundenliste wert ist und wie Sie sich mit einem echten Grund wieder melden.

Whitepaper für Inhaber und Geschäftsführer von IT-Systemhäusern · Stand Oktober 2026.

HERAUSGEBER

Tolga Sahin · Kundenglut · Ulrike-Scheffler-Rother-Str., Haus 26 · 40476 Düsseldorf · kundenglut.de

tolga@kundenglut.de

© 2026 Kundenglut. Alle Rechte vorbehalten.

GESTALTUNG & SATZ

Kundenglut · Schriften: Plus Jakarta Sans (SIL Open Font License 1.1), Satoshi (Indian Type Foundry, ITF Free Font License) · Satz: HTML/CSS Paged Media, WeasyPrint.

BILDNACHWEIS

Deckblatt: Techniker am Arbeitsplatz · Foto: Kaboompics / Pexels (7286010).

Seite 3: Büro mit leeren Arbeitsplätzen · Foto: Nicolás Rueda / Pexels (26966416).

Trennerseite vor Kapitel 03: Hände auf einer Laptop-Tastatur · Foto: Timur Weber / Pexels (8560311).

Alle Fotos unter der Pexels-Lizenz.

HINWEIS

Dieses Werk ersetzt keine Rechtsberatung. Ob und welche früheren Kunden per E-Mail angeschrieben werden dürfen (§ 7 UWG, DSGVO), ist vor jeder Aktion für die eigene Kundenliste zu prüfen. Modellrechnungen sind Schätzungen, keine Zusage. Kennzahlen tragen Quelle und Stand. Fristen können sich ändern und sind vor jedem Versand neu zu prüfen.