



Marketingpreis des
Deutschen Handwerks
2009

Presseinformation

Juni 2009

Stufe für Stufe zu neuen Märkten

2. Preis Kleinbetriebe: Treppenstudio und Tischlerei Hösel, Limbach-Oberfrohna

Ziel

„Wenn eine Treppe gebaut ist, braucht der Kunde meist so schnell keine neue“, nennt Tischlermeister Gert Hösel den entscheidenden Grund für die strategische Neuausrichtung des von ihm und seinem Vater Wolfgang 1990 gegründeten Unternehmens. In den letzten fünf Jahren wandelte sich die Tischlerei im sächsischen Limbach-Oberfrohna vom Treppenbaubetrieb zum kompletten Wohnraum-Ausstatter. „Heute bieten wir zum Beispiel auch Betten, Möbel oder Saunen in Tischlerqualität“, erklärt Marketingchefin Silke Arnold-Hösel. Ein Schlüssel für den Erfolg liegt im engen Kontakt zu treuen Stammkunden.

Konzept

Durchschnittlich vier Mal pro Jahr finden 500 ausgewählte Privatkunden und Architekten einen Brief ihrer Tischlerei im Briefkasten. „Darin geht es nie um den bloßen Verkauf von Produkten“, betont Silke Arnold-Hösel. Statt dessen liefert der Familienbetrieb nützliche Informationen rund ums Wohnen, lädt zu Veranstaltungen in den eigenen Betrieb wie auch in die Werkstätten befreundeter Handwerker ein oder bringt sich mit Glückwünschen in Erinnerung. Erklärtes Ziel sei es, die Kunden „auf Ideen zu bringen und immer dann im Kopf zu sein, wenn diese realisiert werden sollen“, so die Marketingchefin. Mit der Einweihung des neuen Schlafstudios im vergangenen Jahr gelang dies einmal mehr beispielhaft, wie die Jury des Marketingpreises attestiert.

Ausrichter:

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MITTELSTAND
handwerk
magazin

Sponsoren:





Marketingpreis des
Deutschen Handwerks
2009

Abwicklung

Schon lange vor der Eröffnung machte der Familienbetrieb seine Kunden auf die kommende Attraktion neugierig. Mit der persönlichen Einladung zur Premiere am Reformationstag erhielten die Adressaten nicht nur umfangreiche Informationen rund um die gesunde Nachtruhe, sondern auch die Chance, jedes der ausgestellten Schlafsysteme kostenlos zu Hause zu testen. Ein Veranstaltungskalender unter dem Motto „Wohlfühl-Herbst“ bot weitere Anlässe, die Tischlerei zu besuchen, beispielsweise zum Apfeltag, zum Schausonntag oder anlässlich eines Vortrags zum gesunden Raumklima. Wer all diese Chancen verstreichen ließ, erhielt im Februar einen Kuschelkissen-Gutschein als neuen Anreiz.

Erfolg

„Der Einstieg in ein neues Geschäftsfeld erfordert Zeit“, weiß Gert Hösel aus Erfahrung. So habe es etwa drei Jahre gedauert, „bis unsere Kunden wahrnahmen, dass wir mehr als nur Treppen bauen“, erinnert sich der 36-Jährige. Dass sein Unternehmen heute mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes jenseits des Treppenbaus erwirtschaftet, spricht - wie die Wettbewerbsjury hervorhebt - für das nun im doppelten Sinne ausgezeichnete Beziehungsmanagement des Unternehmens.

Firmendaten

Treppenstudio und Tischlerei Hösel GbR

Branche: Tischlerei

Mitarbeiter: 6

Umsatz 2008: 400.000 Euro

Werbudget: 2 % des Umsatzes

www.tischlerei-hoesel.de

Ansprechpartner für die Presse:

Kerstin Meier (*handwerk-magazin*), Tel. 089/898261-13

Text + Bildmaterial

Diesen Text sowie das Marketingpreis-Logo zum Download finden Sie unter www.marketingpreis.de in der Rubrik „Presse“.

Ausrichter:

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MITTELSTAND
**handwerk
magazin**

Sponsoren:

