

Stufe für Stufe zu neuen Märkten

Sieger: Gert und Silke Hösel

Firma: Tischlerei Hösel GbR

Branche: Schreiner

Mitarbeiter: 6

Umsatz 2008: 400 000 Euro

Werbebudget: 2 % vom Umsatz

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. So wandelte sich die Tischlerei im sächsischen Limbach-Oberfrohna vom Treppenbaubetrieb zum kompletten Wohnraum-Ausstatter. Ein Schlüssel für den Erfolg liegt im engen Kontakt zu treuen Stammkunden.

Konzept

Durchschnittlich viermal 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. Stattdessen liefert der Familienbetrieb nützlich-

che 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.

Abwicklung

Lange vor der Eröffnung des Schlafstudios machte Hösel seine Kunden 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. Wer all diese Chancen verstreichen ließ, erhielt im Februar einen Kuschelkissen-Gutschein als neuen Anreiz.

Erfolg

Etwa drei Jahre hat es gedauert, „bis unsere Kunden wahrnahmen, dass wir mehr als nur Treppen bauen“, erinnert sich der 36-Jährige Unternehmer. Heute erwirtschaftet das Ehepaar Hösel mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes jenseits des Treppenbaus.

