

Limbacher erringen Marketingpreis

„Handwerk Magazin“ zeichnet Tischlerei Hösel aus – Familienbetrieb glänzt mit ausgefallenen Werbeaktionen

VON MICHAEL BRANDENBURG

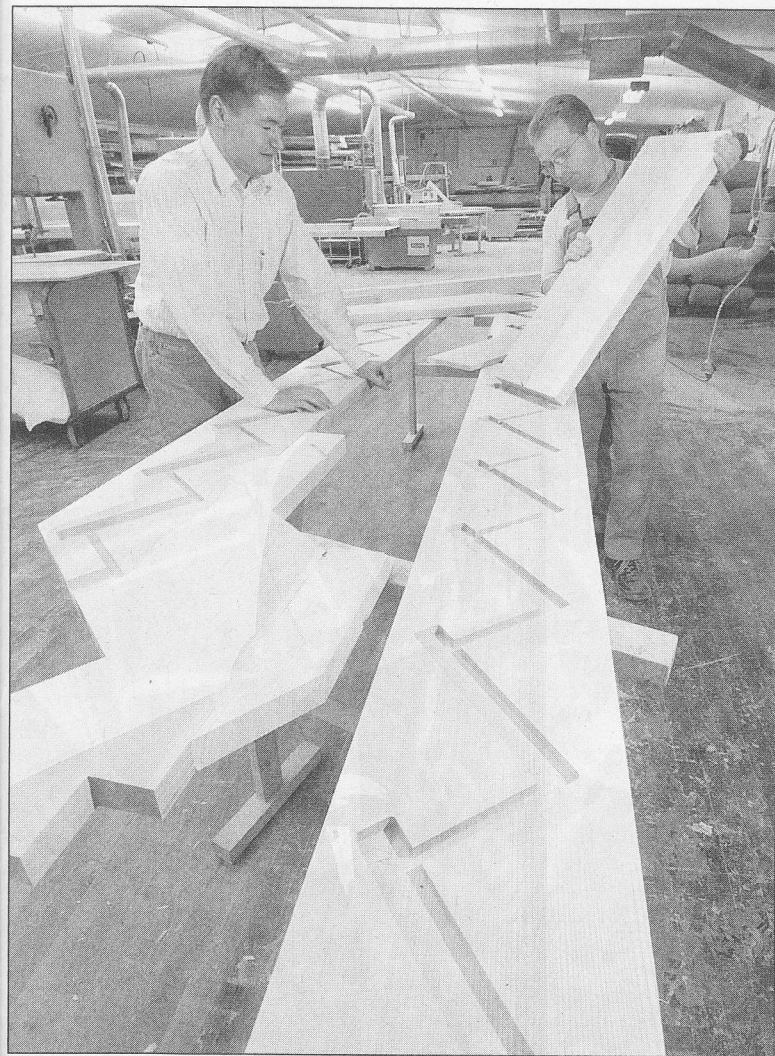
Limbach-Oberfrohnna. Die Limbach-Oberfrohnnaer Tischlerei Hösel ist von der Fachzeitschrift „Handwerk Magazin“ mit dem Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2009 ausgezeichnet worden. In der Kategorie Kleinbetriebe bis zehn Mitarbeiter wurde dem Unternehmen, das Gert Hösel 2005 von seinem Vater Wolfgang übernommen hat, der zweite Platz zuerkannt. Nach Angaben des in München erscheinenden Magazins, das sich als größtes bundesweites Wirtschaftsblatt speziell für Unternehmer im Handwerk bezeichnet, hatten sich mehr als 200 Betriebe um die zum achten Mal vergebene Ehrung beworben.

Das Thema des Wettbewerbs lautete diesmal Werbebriefe. Gesucht wurden die besten von Handwerkern überwiegend in Eigenregie erstellten Briefe und Postkarten, die an Kunden verschickt werden. Die Tischlerei Hösel habe sich dabei „mit Geduld, Konsequenz und persönlicher Ansprache bei ihren Kunden als Spezialist für hochwertige Tischlerarbeiten etabliert“, hieß es in der Begründung der Preisvergabe durch die Jury, der renommierte Marketing-Experten angehörten.

„Wenn eine Treppe gebaut ist, braucht der Kunde meist so schnell keine neue“, nennt Tischlermeister Gert Hösel den entscheidenden Grund für die Neuausrichtung des 1990 gegründeten Unternehmens. In den vergangenen fünf Jahren

wandelte sich die Tischlerei vom Treppenbaubetrieb zum kompletten Wohnraum-Ausstatter mit acht Mitarbeitern, darunter zwei Lehrlinge. „Heute bieten wir zum Beispiel auch Möbel oder Saunen“, erklärt Marketingchefin Silke Arnold-Hösel. Etwa vier Mal jährlich erhalten 500 ausgewählte Kunden und Architekten Briefe von der Tischlerei. „Darin geht es nie um den bloßen Verkauf von Produkten“, sagt Silke Arnold-Hösel. So erhielten die Adressaten mit der Einladung zur Einweihung des neuen Schlafstudios im vergangenen Jahr Informationen zu gesunder Nachtruhe. Im „Wohlfühl-Herbst“ wurde zu einem Vortrag über Raumklima in die Tischlerei eingeladen. Ziel sei es, die Kunden „auf Ideen zu bringen und immer dann im Kopf zu sein, wenn diese realisiert werden sollen“, so die Marketingchefin.

Trotzdem habe es etwa drei Jahre gedauert, „bis unsere Kunden wahrnahmen, dass wir mehr als nur Treppen bauen“, erinnert sich Gert Hösel. Inzwischen erwirtschaftet das Unternehmen des 36-jährigen mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes, der 2008 nach seinen Angaben rund 400.000 Euro betrug, mit anderen Erzeugnissen als Treppen. „Die Auftragslage ist so gut, dass wir im Frühjahr zwei Gesellen neu einstellen konnten“, berichtet Silke Arnold-Hösel. Angesichts der Krise würden viele Leute Ersparnisse lieber in Haus oder Wohnung investieren, als es weiter Banken anzuvertrauen, ist ihr Eindruck.



Tischlerei-Chef Gert Hösel (links) begutachtet eine Massivholz-Treppe, die sein Mitarbeiter Guntram Wurst montiert.

—FOTO: ANDREAS SEIDEL/ARCHIV