

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort

Von Ernst Schwanhold, Minister für Wirtschaft und Mittelstand , Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

8

2. Das Marketing-Center Handwerk:

Rückblick auf neun Jahre erfolgreiche Projektarbeit

Von Hans Hermann Beyer

10

3. Fallbeispiele aus der Beratungspraxis

3.1 Informationen sammeln und auswerten

Vielfältiges Instrument der modernen Unternehmensführung:

Mitarbeiterbefragung in Handwerksbetrieben

Malerbetrieb Werner Laß, Marl

Von Dr. Martina Althaus

16

Kunden befragen – Wünsche analysieren:

Der Weg zum besseren Angebot

Lebenshilfe-Werkstätten Oberhausen

Von Gundula Lortz

26

3.2 Marketingstrategien

Schädliche Betriebsstrukturen erkennen und aufbrechen:

Veränderungsmanagement im Malerbetrieb

bugla Maler-Fachbetrieb, Oberhausen

Von Ulrich Lippe

34

Inhaltsverzeichnis

Durch innovatives Marketing auf Erfolgskurs:

Qualität in Marmor und Granit

Naturstein Strickmann GmbH & Co., Ahlen

Von Wido Kintzel

44

Nicht nur König, sondern Fan: Mit Zertifikat und Neuen Medien zu mehr Kundenorientierung

Horst Paul Zerspan- und Schleiftechnik GmbH, Dinslaken

Von Stephan Lohmann

54

Sieben auf einen Streich: Erfolgsfaktoren im Marketing

Modeatelier Inge Szoltysik, Hagen

Von Norbert Lukschütz

64

3.3 Kommunikationsmaßnahmen

Richtig werben – aber wie? Werbeplanung mit kleinem Budget

Bäckerei Rothe, Brakel

Von Dirk Kurzawa

74

Meisterliche Handwerksleistungen in den Medien:

Pressearbeit für Handwerksunternehmen

Stuck Atelier Hans Georg Fabry, Heinsberg

Von Claudia Stemick und Sabine Gerards

86

Tag des Tischlerhandwerks in Nordrhein-Westfalen:

Der Tag, an dem die Kunden kommen

Von Markus Klein

94

Der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus: Mit Corporate Identity zur erfolgreichen Marktpositionierung Hülsdau Brillenmode e.K., Datteln Von Thomas Röttger	108
3.4 Trends im Handwerks-Marketing	
Wenn die Firma wächst: Neue Schritte im Mitarbeitermarketing Naturstein Strickmann GmbH & Co., Ahlen Von Jürgen-Johannes Lau und Anne Seela	118
Vernetzt zur schnelleren und besseren Planung: Application Sharing in Baubetrieben Stra-La-Bau GmbH, Dortmund Von Heinz G. Rittmann	130
Fleischerhandwerk on Top: Mit Nischenprodukten hoch hinaus Fleischerei Metzmaker, Heinsberg Von Peter Toholt	140
Aufbau eines Key-Account-Managements: Der Schlüssel zur Kundenbindung Von Stefan Herburg	150
4. Checklisten	160
5. Anhang	
Verzeichnis der Autoren und der MCH-Beratungsbüros	207
Verzeichnis der Autoren der MCH-Leitstelle	211
Veröffentlichungen des Marketing-Centers Handwerk	212