

Nachrichten

Vermummter Mann ist harmloser Jogger

LÜTZELBACH. Ein Vermummter hat Anfang der Woche Spaziergänger in Lützelbach beunruhigt (wir berichteten am 13. September). Nach den Ermittlungen der Polizei hat sich der Mann als harmloser Jogger entpuppt. Er hatte sich einen dünnen Schal zum Schutz vor Sonne und Insekten vor das Gesicht gezogen. Obwohl der in einem Lützelbacher Ortsteil lebende Mann diesen Schutz bei Begegnungen mit anderen Menschen abgenommen hat, zeigten sich einige beunruhigt. Die Polizei teilt mit, der Mann habe zudem glaubhaft versichert, dass er nicht, wie berichtet, zur Nachtzeit am 27. August in der Mainstraße unterwegs war. red

Straßenbaustelle ab Montag in Hainstadt

BREUBERG-HAINSTADT. Die Kanalbauarbeiten in der Wald-Amorbacher-Straße beginnen am Montag, 19. September, teilt die Gemeindeverwaltung mit. In der Vergangenheit ist bei starkem Regen Abwasser ausgetreten. Daher soll der Kanal vergrößert und sein Gefälle verändert werden. Kosten: rund 60000 Euro. Im Vorfeld müssen Bäume über dem Kanal gefällt werden; sie werden anschließend ersetzt. Die Wald-Amorbacher Straße, Zufahrtsstraße von Hainstadt nach Wald-Amorbach, ist voraussichtlich sechs Wochen lang halbseitig gesperrt. ler

Großübung am Aussiedlerhof

KLINGENBERG-TRENNFURT. Am Samstag, 17. September, findet ab 16 Uhr eine Großübung am Aussiedlerhof Berninger in der Verlängerung des Gänserains statt. Hier probt die Feuerwehr Trennfurt zusammen mit mehreren Nachbarwehren und dem Technischen Hilfswerk den Ernstfall. Auch die Bevölkerung ist zu der Übung eingeladen. rah

Straßenausbesserung bis zur Landesgrenze

LÜTZELBACH-HAINHAUS. Wegen zahlreicher Risse in der Fahrbahnoberfläche lässt die Straßenmeisterei Bad-König zur Vorbeugung von Folgeschäden die Oberfläche auf der Kreisstraße 94 zwischen Hainhaus und der Landesgrenze

»Ich habe vielleicht eine Marketing-Ader«

Werbung: Weshalb Löwe-Geschäftsführer Leo Löffler in die Vermarktung seines Unternehmens investiert – Mit Preis des Verbandes ausgezeichnet

KLEINWALLSTADT. Er preist die Fenster seiner Firma im skurrilen Werbeclip im Kino an, hat seinen Radio-Spot als Klingelton auf dem Handy, schaltet auffällige Zeitungsanzeigen und sponsert rund 20 Sportvereine. Für »vorbildliches regionales Marketing« hat Leo Löffler, Geschäftsführer der Kleinwallstädter Firma Löwe Fenster, den Marketingpreis des Verbandes Fenster + Fassade erhalten. Manfred Weiß sprach mit dem 47-Jährigen über die Lust an der Vermarktung und Grenzen der Werbung.

Welchen Geldbetrag stecken Sie in diesem Jahr ins Marketing?

Das sind ungefähr 140000 Euro.

Das ist viel Geld für einen Betrieb von der Größe Ihrer Firma?

Das sagt mein Steuerberater auch.

» Input ist mir wichtig, und ich weiß, wie wichtig gute Kontakte sind. «

Sie haben sich über dessen Bedenken offensichtlich hinweggesetzt?

Ja klar. Das Marketing soll natürlich meine Firma ins Gespräch bringen, macht mir selbst aber ungeheuren Spaß. Immer wieder nach neuen Ideen zu suchen, um sich in der Öffentlichkeit positiv darzustellen, ist aufregend. Meine Leute sagen mir, wenn ich mal keinen Spaß mehr an meinem Beruf habe, sollte ich in die Werbung gehen. Vielleicht habe ich ja so etwas wie eine Marketing-Ader.

Seit wann haben Sie die Vermarktung forciert?

Das fing vor etwa 15 Jahren an. Ich habe damals begriffen, dass Anzeigen-Slogans wie »Fenster direkt vom Hersteller« oder »Der Meister nimmt Maß« kein Mensch mehr lesen will.

Wie sah die Alternative aus?

Ich habe nach einem Gesicht gesucht, das unsere Firma repräsentieren sollte. Zum Glück hatten wir eine Mitarbeiterin, die als Lehrmädchen ausgemerzt hatte. Die junge Frau war dann fünf Jahre lang unser Gesicht. Dass sie bei all den Türen und Fenstern in unseren Anzeigen Lockerheit und Freundlichkeit rübergebracht hat, haben die Kunden schnell gemerkt. Deren erster Satz bei uns am Empfang lautete: »Sie kenne ich doch aus der Werbung!«

Main-Echo Gespräch

Selbst Ihre Kinder müssen beim Marketing herhalten, wie an einem Werbeplakat an Elsenfelds Stachus zu sehen ist. Mit der Hilfe meiner Söhne konnte ich manche hübsche Idee verwirklichen, etwa die Kampagne »Kinderleicht zum Ziel«. Fabian und Leonard werben da mit Akkuschrauber und Hammer in der Hand und Bauhelmen auf den Köpfen für unsere Produkte. Beiden hat der Fototermin besonders Spaß gemacht.

Seit geraumer Zeit steht bei Ihnen der Löwe hoch im Kurs. Jetzt schmückt Ihr Logo auch noch mit 28 Zentimetern Durchmesser die Trikots der Handballer des TV Kleinwallstadt.

Was könnte besser zu einer Firma mit dem Namen Löwe passen als ein Löwe als Logo? Er wird bei uns immer stärker in Anzeigen eingesetzt, auf Großplakaten und bald auch auf Autos.

Auch auf dem Fell von Leo Löwenherz, dem Maskottchen der Bundesliga-

» Na ja, grundsätzlich halte ich alles für möglich. «

Handballer vom TV Großwallstadt, prangt Ihr Firmenlogo.

Insgesamt sponsere ich 20 Vereine in der Region, mal mehr, mal weniger. Dazu zählen der Tierschutzverein Miltenberg, Basketballer, Bogenschützen, Tennisclubs, Kegler, Reiter, Schützen und Radfahrer, vor allem aber Handballvereine wie der TV Großwallstadt, TV Kirchzell und TV Kleinwallstadt so-

wie Fußballclubs wie Elsave Elsenfeld. Ein halbes Jahr lang habe ich sogar die Offenbacher Kickers gesponsert, das aber hat sich nicht gelohnt. Mein absoluter Lieblingsverein ist übrigens der TV Kirchzell. Toller Verein mit tollem Zusammenhalt. Trainer Gottfried Kunz ist mir zum Freund geworden, und die Mannschaft konnte ich kürzlich ins Trainingslager nach Tunesien begleiten.

Sind Sie bei allen Vereinen mehr als nur Geldgeber?

Ich achte natürlich darauf, ob die Firma als Folge meines Vereinsponsorings den

Leo Löffler, Löwe-Geschäftsführer und Marketing-Befürworter.

Foto: privat



einen oder anderen Auftrag erhält. Wenn mir ein Club wie der TV Kirchzell dazu ein nettes, fast familiäres Umfeld bietet, kann ich mich über das Marketing hinaus begeistern. Input ist mir wichtig, und ich weiß, wie wichtig gute Kontakte sind. Weil ich einen guten Draht zu unserem Profilversteller habe, bin ich günstig zu einem Video-clip gekommen, der für uns in den Kinos und im lokalen Fernsehen lief. Es handelt sich dabei um einen russischen Spot, in dem Soldaten, harte Burschen, jede Aufgabe meistern, bis einer von ihnen auf einem Löwe-Fenster aufschlägt und an ihm hinabrutscht wie ein nasser Waschlappen. Mein Rat: Un-

bedingt anschauen auf unserer Website!

Sie tanzen nicht nur auf vielen Hochzeiten, sondern rühmen sich in der Werbung, an 365 Tagen von 6 bis 22 Uhr im Jahr erreichbar zu sein. Da flunkern Sie?

Nein, unsere Ideengalerien in Kleinwallstadt und in Rödermark sind jeden Tag geöffnet. Sogar an Weihnachten. Außerhalb der Bürozeiten ist freilich kein Personal da. Bislang wurde aber erst einmal was gestohlen – fünf Halogenstrahler, und zwar von einem unserer Mitarbeiter. Dumm für ihn, dass ihn die Videokamera enttarnt hat.

» Das Marketing macht mir selbst ungeheuren Spaß. «

Hat Marketing für Sie auch Grenzen?

Na ja, grundsätzlich halte ich alles für möglich. Kürzlich sah ich eine Anzeigenserie von Friedhofsgärtnern. Unglaublich, welche Ideen die aus dem Hut gezaubert haben, um für die Gestaltung von Gräbern zu werben. Wir arbeiten gerade selbst an einer etwas gewagten Kampagne. Da sind auf einer Anzeige Löwen-Babys zu sehen, was auf die »Geburt« unserer Kunststoff-Fenster aufmerksam machen soll, während wir daneben in Schwarz-Weiß, einer Todesanzeige ähnlich, schäbige Holzfenster, wie es sie zuhause in der Region gibt, zu Grabe tragen.

Zur Person: Leo Löffler

Leo Löffler (47) ist **Geschäftsführer** der Firma Löwe Fenster in Kleinwallstadt. Gegründet wurde das Unternehmen von seinem Großvater im Jahr **1930** in Elsenfeld. Dessen Sohn Walter übernahm den Betrieb, zu dem mittlerweile auch ein **Verkaufsbüro** mit Ausstellungsfläche in Rödermark gehört. Das Unternehmen hat **62 Beschäftigte**, darunter sieben Auszubildende. Leo Löffler absolvierte eine Ausbildung als Schlosser und Fensterbauer und erwarb danach die Qualifikation des Schlossermeisters. (mw)

»Keine Zeit für höhere geistige Dinge«

Heimatgeschichte. Wie Amtsräte vor 150 Jahren das Landkreisgebiet in ihren Berichten beschrieben. Letzte Folge einer vierteiligen Artikelserie.