

# »Frau Etzweiler, warum war Ihr Betrieb schon wieder in der Zeitung?«

**➔ INTERVIEW** Im Marketing-Mix des Malermeisterbetriebs Etzweiler aus dem fränkischen Bad Rodach spielt Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Rolle. Die Bad Rodacher begegnen dem Betrieb regelmäßig in der Zeitung – und zwar nicht nur im Anzeigenteil, sondern auch auf den redaktionellen Seiten in Form von Berichten und Interviews. Andrea Etzweiler berichtet, wie sich diese Präsenz auf die Bekanntheit auswirkt und was der Betrieb dafür macht.

**Im Interview: Andrea Etzweiler,**  
Malerbetrieb Etzweiler, Bad Rodach

**»Durch unsere Öffentlichkeitsarbeit ist unser Malerbetrieb in der Region bekannt.«**

**Das Unternehmen Etwweiler im Internet:**

[www.maler-etzweiler.de](http://www.maler-etzweiler.de)

**Kontakt zum Brillux KundenClub:**

[www.brillux.de/service/marketingunterstuetzung/kundenclub](http://www.brillux.de/service/marketingunterstuetzung/kundenclub)



**Mappe: Warum haben Sie die Pressearbeit für sich entdeckt und was haben Sie davon?**

Andrea Etzweiler: In erster Linie geht es natürlich darum, sich und sein Leistungsspektrum bekannt zu machen. Außerdem sollte man, wenn man Gutes tut, z. B. als Sponsor von Vereinen oder gemeinnützigen Einrichtungen, natürlich auch darüber schreiben. Wir haben früher oft gemerkt, dass unsere Kunden nicht genau wussten, welche Leistungen wir anbieten. Wir haben z. B. die Malerarbeiten durchgeführt und eine andere Firma hat den Teppich verlegt. Meist haben wir dann vom Kunden gehört: »Wenn wir gewusst hätten, dass Sie auch Böden verlegen, dann hätten wir ihnen diesen Auftrag gerne auch erteilt.« Dass die Kunden ein möglichst umfassendes Bild unserer Leistungsfähigkeit haben, arbeiten wir – auch – mit unserer Pressearbeit.

**Mappe: Wie schaffen Sie es, die Redaktionen für eine Berichterstattung zu interessieren?**

Andrea Etzweiler: Unsere Berichte sind aktu-

ell und informativ, das kommt gut an. Beispielsweise senden wir in der kalten, feuchten Jahreszeit einen Bericht über Schimmelvorbeugung mit Tipps zum richtigen Heizen und Lüften an die Redaktionen. Das verbinden wir mit Hinweisen auf die entsprechenden Farben und Putze auf Silikatbasis, die wir fachmännisch verarbeiten.

**Mappe: Welche Formen von redaktioneller Berichterstattung nutzen Sie noch?**

Andrea Etzweiler: Alle – von der redaktionellen Anzeige bis hin zur Mitwirkung bei Preisrätseln unseres regionalen Stadtanzeigers, der monatlich erscheint. Ich sehe die Pressearbeit nicht als Einzelmaßnahme, sondern als einen Baustein unseres Marketings. Meist suchen wir uns eng mit unserer Leistungspalette verknüpft ein Monatsthema. Bekannt machen wir dieses mit einer Anzeige in der Presse. Oft gibt es zudem zusätzlichen Information auf unserer Website und in unserem Schaufenster am Firmengebäude findet eine kleinen Ausstellung dazu statt. Neben Leis-

tungsthemen stellen wir hin und wieder aufmerksamkeitsstarke Aktionen in den Mittelpunkt dieser Werbung. Jüngst haben wir ein Gewinnspiel rund um von Frauke Ludwig designte Tapeten und Bodenbeläge veranstaltet. Auch der Kindermalwettbewerb zu unserem 15-jährigen Betriebsjubiläum war im Stadtanzeiger, auf unserer Website und im Schaufenster präsent. Zu anderen Themen wie dem Sponsoring der Handballjugend oder den Betriebsjubiläen unserer Mitarbeiter machen wir reine Pressearbeit.

**Mappe: Welche Materialien stellen Sie der Presse zur Verfügung? Ist das aufwändig?**

Andrea Etzweiler: Wir liefern der Redaktion den kompletten Text sowie das Bildmaterial per E-Mail. Aufwändig ist dies nur bedingt. Viele Hersteller stellen fertige Presstexte und Fotos zu den verschiedensten Raum- und Fassadenleistungen zur Verfügung, z. B. die Firma Brillux mit ihrem KundenClub. Das ist eine gute Grundlage, die wir sehr gern nutzen. Ich bin jedoch sehr eigen und übernehme in der Regel keinen Text eins zu eins. Oft kürze ich auf das Wesentliche, bastele aus mehreren Texten einen oder formuliere um. Für bestimmte Anlässe wie etwa unsere Jubiläumsaktion lasse ich auch mal einen individuellen Text vom Brillux KundenClub entwerfen. Das aufwendigste an unserer Öffentlichkeitsarbeit ist, das Thema im Schaufenster aufzugreifen. Da müssen unter anderem Texte vergrößert und laminiert, Fotos auf den digitalen Bilderrahmen geladen und zur Jahreszeit passende Deko besorgt werden.

**Mappe: Wie wirksam ist Ihre Pressearbeit für Neukundengewinnung und Kundenbindung?** Andrea Etzweiler: Da wir dazu keine Umfragen oder Studien machen, ist das schwer zu beantworten. Aber ich merke, dass unser Betrieb sehr vielen Menschen ein Begriff ist, was ich auf unsere Pressearbeit und natürlich Mund-zu-Mund-Propaganda und Empfehlungen zurückführe. Wenn ich

mich irgendwo vorstelle, werde ich oft gefragt, ob ich etwas mit dem Malerbetrieb zu tun hätte. Kürzlich war ich am Wochenende beim ärztlichen Notdienst, da wurde ich gleich von einem mir unbekanntem Arzt mit dem Satz: »Etzweiler, links unten« begrüßt. Er wusste dass unsere monatliche Anzeige im hiesigen Anzeiger immer auf der letzten Seite links unten platziert ist. Das zeigt mir, dass wir über unsere kontinuierliche Anwesenheit in der Presse wahrgenommen werden.

**Mappe: Vervollständigen Sie den Satz »Ohne Pressearbeit würde unser Betrieb...«**

Andrea Etzweiler: ... deutlich weniger Men-

**Mit Anzeigen und Beiträgen wie diesen macht der Malerbetrieb Etzweiler in der lokalen Zeitung auf sich aufmerksam. Das Text- und Bildmaterial stellt Andrea Etzweiler der Redaktion zur Verfügung**



schen in Bad Rodach und Umgebung ein Begriff und damit nur einer von vielen Malerbetrieben in unserer Region sein.

**Mappe: Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg!**

## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### Start im Ungewissen

Malermeister Jürgen Etzweiler, 43, gründete 1995 seinen Betrieb in Bad Rodach. Der Malermeister kam aus dem Rheinland und musste sich in Franken erst einen Namen machen. Öffentlichkeitsarbeit war ein wichtiges Mittel, um Bekanntheit herzustellen und zu steigern. Seine Frau Andrea hat sich von Anfang an um diesen Bereich gekümmert. Heute ist der Betrieb mit seinen vier Gesellen besonders bei der Privatkundschaft in der Region angekommen: Man kennt den Malermeisterbetrieb Etzweiler als kompetenten, zuverlässigen und sympathischen Partner für Innenarbeiten, Fassadengestaltung und Wärmedämmung.



**Herbol-Protector-Farbtoufächer**  
mit 46 Metallic-, 9 Fertig- und 190 RAL-Farbtönen



**Herbol-Protector: seit 20 Jahren die erste Wahl!**

Der **Top-Langzeitschutz für Metallflächen** bietet seit 20 Jahren optimalen Schutz für Eisen, Zink und mehr – und das in einem breiten Farbspektrum aus 46 Metallic-Farbtönen, neun Fertigfarbtönen und Tausenden von Farbtönen über den Herbol-ColorService. Überzeugen Sie sich selbst vom Original!

[www.herbol.de](http://www.herbol.de)

