

# Auf dem Weg zur klaren Botschaft

Bei Vater Peter Niedermoser und seinen beiden Söhnen Benjamin und Simon herrscht Aufbruchstimmung. Mit ihrer Bewerbung beim TecStyle Brand Award haben sie den Weg zu einem neuen Erscheinungsbild ihres kleinen Familienbetriebs Nimo Stick-Design eingeschlagen. Doch viele Details sind noch verbesserungswürdig. „Wer sind wir? Und was können wir?“ Noch fehlt die klare Botschaft. Gemeinsam mit dem Marketing-Spezialisten Andreas Kiesewetter, Geschäftsführer der Freiburger Markenagentur Kiesewetter, schreiben sie in einem Workshop am nächsten Kapitel der Niedermoser-Story und entdecken: „Wir sind richtig gut!“ TVP-Chefredakteur Stefan Roller-Aßfalg hat beim Workshop mitgeschrieben.

Wie kommt eine Dreimann-Stickerei auf die Idee, eine Marken- und Marketingagentur heranzuziehen, um sich ein professionelles Profil zu verpassen? Ganz einfach: Engagement zahlt sich aus! Die Niedermosers hatten im vergangenen Jahr an dem von der Agentur Kiesewetter gemeinsam mit den Fachzeitschriften TVP und PPF ausgelobten TecStyle Brand Award teilgenommen und den zweiten Platz erzielt. „In diesem kleinen Betrieb liegt ein großes Potenzial verborgen, die wollen etwas erreichen“,

sagt Andreas Kiesewetter, der nun zusammen mit Nimo Stick-Design einen Marken-Relaunch im Wert von zirka 20.000 Euro erarbeitet. Bevor jedoch Markenbild, Claim, individuelle Werbepäsentation und wichtige Kommunikationsmittel erstellt werden, steht ein umfassender Workshop in den Innsbrucker Geschäftsräumen auf der Tagesordnung.

## Wer sind wir?

Will sich eine Firma ein Profil verpassen und mit einem klaren Markenauftritt in Erscheinung treten, muss erst einmal geklärt werden, welche Werte für die Unternehmer wichtig sind und wer überhaupt die Akteure sind. Am Anfang des Workshops sortiert Andreas Kiesewetter erst noch die Namen, um sie richtig zuzuordnen. Wer ist Peter, wer Benjamin und wer Simon? Er will das Alter wissen, und wie sie sich selbst einschätzen. Eigenschaften, Charaktere. Emotionale Werte und Eigenschaften werden auf gelbe, runde Papiere geschrieben, rationale Werte auf orangefarbene.

Schon bald zeichnet sich ein klares Bild ab: Der stolze 52-jährige Vater Peter ist der Ruhepool im Betrieb. Er bleibt gelassen, selbst wenn die Stickmaschine stehen bleibt. Denn genau das ist sein Metier: Er war viele Jahre Servicetechniker für ZSK Stickmaschinen in Öster-



Peter Niedermoser (Mitte) mit seinen Söhnen Benjamin (links) und Simon (rechts).

reich. Später betreute er zahlreiche Betriebe auf eigene Faust, bis er schließlich 2004 die eigene Stickerei gründete: Nimo Stick-Design. Er ist der technische Spezialist und zugleich auch Puncher. Und den Kunden von ZSK steht er noch heute als Servicetechniker zur Seite. Die beiden Söhne haben schon früh im Betrieb des Vaters ausgeholfen, mussten sich aber erst noch um ihr Studium kümmern. Der 27-jährige Benjamin – er ist der Perfektionist, der Macher, der Zielstrebige und Ungeduldige – hat gerade sein Studium der

Betriebswirtschaftslehre an der Universität in Innsbruck abgeschlossen und ist nun seit Mai 2011 als volle Marketingkraft beim Vater angestellt. Jetzt will er das Unternehmen richtig am Markt positionieren, daher auch die Teilnahme am Wettbewerb.

Simon gilt als charmant und witzig. Er outet sich als regelrechte Plaudertasche. Mit seinen 24 Jahren befindet er sich noch im BWL-Studium, ebenfalls in Innsbruck. Eine seiner Stärken ist das Telefonieren mit den Kunden. Und innerhalb von Innsbruck liefert er die Ware



Workshop mit Rollenspiel



Andreas Kiesewetter

auch gerne mal persönlich aus, und zwar kostenlos. Kiesewetter ist begeistert: „Eine tolle Niedermoser-Story mit drei Originalen.“ Die Wand füllt sich mit den gelben und roten Zetteln, darauf stehen Zielsetzungen, Wünsche und Werte, die von den drei Niedermosers gelebt werden. Besonders deutlich hebt sich ein Stichwort hervor: „Familie“. Das scheint für alle drei gleichermaßen wichtig zu sein.

### Großes Optimierungspotenzial

Im Verlauf des Workshops kommen die Teilnehmer immer mehr in Fahrt, öffnen sich, lassen ihren Emotionen freien Lauf. Und dabei zeigen sich auch Defizite. In den Geschäftsbedingungen steht beispielsweise eine Produktionszeit von zehn Arbeitstagen. „Wie lange brauchen Sie für einen Stickauftrag?“, will es Kiesewetter genau wissen. „Drei bis vier Tage“, antwortet Benjamin. „Dann bieten Sie doch einen Expressservice von drei bis vier Tagen an“, schlägt Kiesewetter prompt vor, denn warum sollte der Kunde zehn Tage auf seine Ware warten müssen. Kritisch hinterfragt der Marketingexperte auch die Preislisten. Hier werden Basic- und Premiumware angeboten. Doch was steckt genau dahinter? Was bekommt der Kunde für sein Geld?

Hier stellt Kiesewetter Handlungsbedarf fest, genaue Definitionen von Produkten und Preisen sollten festgelegt werden.

„Und suchen Sie den Weg in die Medien“, gibt der Experte den Niedermosers mit auf den Weg. „Sie haben hier einen Pokal gewonnen, das ist eine Nachricht für die regionale Presse. Hier lohnt es sich vielleicht, einmal Kontakt mit einer professionellen Presseagentur aufzunehmen“, lautet die Empfehlung. Auch das durch die Wirtschaftskammer Tirol verliehene und in Österreich anerkannte Siegel „Qualitäts-Handwerk“, für das sich die Niedermosers derzeit akkreditieren, ist ein Thema für eine Pressemitteilung. Ebenso wichtig sind die Social Media Networks, doch hier hat sich Nimo schon aufgestellt. „Bei Facebook haben wir bereits 196 Fans“, sagt Benjamin Niedermoser stolz.

### Stark bei kleinen Mengen

Die Wand ist voll geklebt mit rationalen und emotionalen Werten, da wird deutlich, in welcher Liga Nimo eigentlich spielt. „Nein, große Stadtläufe mit mehreren tausend Teilnehmern können wir nicht ausstatten. Das schaffen wir nicht“, erklären die Niedermosers. In der Produktionshalle stehen eine Sechskopf- sowie eine kleine Einkopfstickmaschine

von ZSK. Simon Niedermoser bringt die klare Botschaft von Nimo Stick-Design selbstbewusst auf den Punkt: „Wir sind richtig gut bei kleinen Mengen bis 100 Stück.“ Die Kunden kommen oft persönlich vorbei, was Vater und Söhnen wichtig ist. „So haben wir den persönlichen Kontakt und können mit den Kunden über den Auftrag sprechen, Muster zeigen und auch erklären, welcher Aufwand beim Punchen und Stickern eigentlich betrieben wird“, sagt Peter Niedermoser.

Doch wie erleben Besucher das Unternehmen? Kiesewetter geht mit den drei Niedermosers einmal um das Haus, betrachtet den Eingang, die Theke, den Showroom und entwickelt sofort Ideen, wie das Erscheinungsbild optimiert werden kann.

Alles, was der Marketing-spezialist an diesem Tag bei Nimo Stick-Design gesehen und gehört hat, wird in der Agentur in Freiburg nun noch einmal zerlegt und zu einem runden, stimmigen Marketingkonzept mit Vorschlägen und Entwürfen zu Markenbild, Slogans, einer individuellen Werbepäsentation und den wichtigen Kommunikationsmitteln wieder zusammengesetzt. In Kürze soll die Präsentation stattfinden, und zwar am Bodensee fernab des Innsbrucker Betriebs. „Es ist ja auch für Sie wichtig, zwischendurch einmal aus dem Betrieb herauszukommen, um Ihr Unternehmen mit etwas Abstand zu betrachten“, ist Kiesewetter überzeugt. Er ist sich sicher, dass aus Nimo Stick-Design bald eine feste Größe in der Tiroler Werbebranche wird.

[www.nimo.at](http://www.nimo.at)  
[www.agentur-kiesewetter.de](http://www.agentur-kiesewetter.de)

**NEU**

THE ORIGINAL FROM MILAN SINCE 1972

MADE IN ITALY

**LTS 150 SLIDE**  
öffnet automatisch



Über **500** Transferfolien  
sofort ab Lager!

**viscom**  
düsseldorf 2011  
**13.-15. Oktober**  
**Halle 8b – Stand J60**



**NEU**

### Die VS-Serie

- Drucken + Schneiden
- Silber + Weiß
- In 4 Breiten erhältlich

**24h**  
online  
einkaufen

[www.lotus-shopping.com](http://www.lotus-shopping.com)



**Lotus**

**Lotus  
Transfers  
International**

Transferpressen und -material für den Textildruck

**Service-Hotline**  
**030.405045845**

[info@lotustransfers.de](mailto:info@lotustransfers.de)