

Starke Ideen müssen kommuniziert werden!

Start-ups: Technologie-Innovationen gestalten die Zukunft.

WIEN/STOCKERAU. Start-ups schaffen mit innovativen Produkten und Services – zumeist mit technologischem Hintergrund – neue Märkte und sind von eminenter Bedeutung für Wachstum und den dringend notwendigen strukturellen Wandel, um die heimische Wirtschaft mit der entsprechenden Innovationskraft abzusichern. Mittlerweile verfügt Österreich über eine rege Start-up-Szene, und zahlreiche private und öffentliche Initiativen unterstützen die meist jungen UnternehmerInnen, um deren Innovationskraft zu nutzen.

Gemäß dem im März 2019 präsentierten „Austrian Start-up Report“ wurden allein im vergangenen Jahr in Summe 238 Millionen Euro in heimische Start-ups investiert. Es handelt sich dabei auch um eine bemerkenswerte Anzahl von Unternehmen. Die Erhebung wies mehr als 100 junge Firmen aus, die mehr als 250.000 Euro lukrieren konnten.

Doch Kapital ist nicht alles!

Auch die wichtigen Komponenten Marketing und Kommunikation sind erfolgsentscheidend.

Wie TourRadar-Gründer Travis Pittman am Portal futurezone in einem Artikel vom 19. März 2019 berichtet, ist es schwierig, erfahrene Technik-MitarbeiterInnen zu bekommen, aber das gilt auch für den bedeutenden Marketing-Bereich. „Wichtig ist es daher, die *Strukturen* für Wachstum zu schaffen“, betont Eversports-Chef Hanno Lippitsch.

Start-ups brauchen Kommunikationskompetenz – auch im Print-Bereich!

„Das Zielpublikum entscheidet, ob eine Idee akzeptiert und vielleicht mit zusätzlicher Bedeutung versehen oder eben abgelehnt wird. Deswegen ist der frühe, stetige und lernbereite Dialog mit den Zielgruppen wichtiger als theoretische Überlegun-



© Wirtschaftskurier

gen in einem Vakuum“, schrieb Florian Blumer auf der Online-Plattform von WEKA Schweiz (www.weka.ch).

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, ergänzt dies mit ihren Erfahrungen: „Start-up-GründerInnen sind in ihrem speziellen Fachgebiet absolute Profis. Die Kommunikation dieser neu entwickelten Lösungen an eine spezielle Zielgruppe ist jedoch eine eigene Disziplin. Dabei machen wir als Print-Produktionsunternehmen immer wieder die Erfahrung, dass technologische Produkte – wie dies bei Start-ups meist der Fall ist – oftmals nicht ausschließlich digital kommuniziert werden können.“

Angesprochen darauf, welche Unterstützung von Technologie-UnternehmerInnen im Kommunikationsprozess am meisten geschätzt wird, antwortet Wallner-Bösmüller: „In unserem Unternehmen sind wir darauf bedacht, in einen ehrlichen und wirklichen Dialog zu treten, aufrichtig zuzuhören und auf diese Weise mitzuhelfen, dass die gedruckten Kommunikationselemente ihr Ziel erreichen.“

Welche Instrumente der Print-Kommunikation sind dabei wichtig? „In der Multichannel-

Kommunikation spielen neben Unternehmens-Blogs, Sozialen Medien und Videokanälen auch Kundenmagazine, Direct Mailings, Messeauftritte und gedruckte Produktinformationen eine bedeutende Rolle.“

Start-ups auf dem Weg zur Marke

Was auffällt, ist, dass nur wenige Start-ups auch zu starken Marken werden. Für Doris Wallner-Bösmüller ist aber genau das – die Kraft der Marke – ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Sie bietet daher besondere Services an: „Mit uns haben Start-ups die Möglichkeit, auch bei anfangs kleinen Mengen, z.B. im Verpackungsbereich, unsere gesamte Expertise bei der Planung, Konzeption, Konstruktion und Produktion zu nutzen,

da wir für Kleinmengen bis hin zu Großauflagen ausgerichtet sind. Wir bieten diesen Service, weil wir wissen, dass der Durchbruch im Markt viel eher gelingt, wenn das Produkt am POS von Beginn an perfekt präsentiert wird. Nur so entstehen Marken, die in weiterer Folge auch große Stückzahlen bewegen.“

Abschließend weist sie auf die dabei nutzbaren technologischen Komponenten von Drucksorten hin. „Die Verbindung von Online- und Offline-Welten ist für uns ein zentrales Thema einer haptischen Drucksorte, die durch NFC und AR die Brücke in die digitale Welt schafft – vom statischen Druckprodukt zum digitalen Zahlungsvorgang, zu 3D-Animationen, Hologrammen, Videos, digitalen Gewinnspielen, Gamification-Elementen, etc. Das sind Entwicklungen, mit denen wir uns in Zusammenarbeit mit Digitalagenturen schon seit Jahren befassen und gemeinsame Lösungen umsetzen.“



Ing. Doris Wallner-Bösmüller

Geschäftsführerin

Bösmüller Print Management

Tel.: 02266/68180-0

d.wallner-boesmueller@boesmueller.at

www.boesmueller.at