

Den Zielgruppen auf den Fersen

Die Oltner Webdesign- und Marketingagentur MySign hat sich im Nussbaum-Gebäude eingerichtet

Hell und grosszügig präsentieren sich die neuen Räumlichkeiten der Oltner Marketing- und Kommunikationsagentur MySign. Ebenso flott wie die neue loftartige Einrichtung zeigt sich, trotz Wirtschaftskrise, die Entwicklung des Geschäftsgangs.

VON FABIAN SANER

ES IST DAS MODELL TELLERWÄSCHERBUDE: Vor elf Jahren haben zwei Oltner in einem Restaurant in Paris die Idee ausgeheckt, mit Webdesign auf eigenen Füßen zu stehen und Geld zu verdienen. – Wie sich MySign Anfang 2010 präsentiert, ist rechts zu sehen. Nach Jahren kontinuierlichen Wachstums hat die Firma mit inzwischen 25 Mitarbeitern umgebaute Fabrikräume der Nussbaum AG an der Neuhardstrasse beziehen können. Auf stolzen und räumlich grosszügig hergerichteten 800 Quadratmetern wirken die mehrheitlich jüngeren Programmentwickler, Kommunikationsfachleute, Grafiker und Texter im Dienste verschiedenster privater Unternehmen und Auftraggebern der öffentlichen Hand – vom regionalen KMU bis zu national und international ausgerichteten Firmen mit klingenden Namen.

NACH JAHREN IM AARAUER Schachen ist für MySign-Mitgründer und Geschäftsleitungsmitglied Reto Baumgartner ein Traum in Erfüllung gegangen – die Rückkehr an jene Strasse, die die Chefs bereits auf ihrem Schulweg zur Kanti jahrelang passiert haben. «Der loftartige Umbau ist vollkommen geglückt. Wir haben uns immer gewünscht, in solchen Räumen mit viel Licht und Luft arbeiten zu können. Zudem bietet die räumliche Situation auch noch Ausbaupotenzial.»

MySign

Die Oltner Webdesign-Firma MySign wurde 1998 von Reto Baumgartner und Mike Müller gegründet. 2006 schloss sich MySign mit der Kommunikationsagentur von Urs Koller zusammen. Ende letzten Jahres erfolgte der Umzug der Firma von Aarau nach Olten in Gebäulichkeiten der Firma Nussbaum an der Neuhardstrasse 38 gleich hinter dem Bahnhof. MySign beschäftigt derzeit 25 Mitarbeiter und betreut Kunden aus der Region und dem ganzen Mittelland. (FS)



Im topmodernen Firmensitz: Die gesamte MySign-Crew (oben) und rechts die Geschäftsleitung (v.l.): Urs Koller, Mike Müller und Reto Baumgartner

al.» Der Standort unmittelbar beim Bahnhof sei zudem für die Angestellten attraktiv, die zu rund der Hälfte aus den umliegenden Städten nach Olten pendeln.

Baumgartner hat auch sonst allen Grund zum Optimismus: Nicht nur war 2009 das beste Jahr der Firmengeschichte, auch der gegenwärtige Rezessionswind hat bisher kaum als laues Lüftchen in die MySign-Büros hineingeweht. Baumgartner verweist dabei auf den Wettbewerbsvorteil der Kommunikationsagentur: «Wir bieten den Kunden alles aus einer Hand an: Auftritt, Marketing, Gestaltung – über neue Medien wie über klassische Kanäle.» So könne man effizient arbeiten, für die Aufträge habe man alle Spezialisten im Haus, die dann an einem Tisch Lösungen entwickeln könnten.

DIE KOMMUNIKATIONSBRANCHE steht mitten im Auge des technischen und medialen Wandels: Neue Vertriebs- und Angebotswege wandern den immer mobileren Zielgruppen hinterher – oder bestenfalls mit diesen im Gleichschritt. Deshalb müsse



man als Marketingspezialist immer mitverfolgen, was sich in der weiten Welt des WWW tue, was erfolgreich sei und was schnell wieder vergessen gehe: «Wir können nicht warten, bis das erste Handbuch erscheint und uns die Leitlinien von gestern mitteilt.» Derzeit sei etwa absehbar, dass die sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter für breit gestreute Kommunikationskampagnen immer wichtiger würden, wogegen das klassische Mittel der Inserate- und Plakatwerbung eher in den Hintergrund rücke. «Wir müssen erkennen, wo der ge-

schäftliche Nutzen für den Kunden in den neuen Medien liegt.»

UND MYSIGN SELBST, wo steht das Unternehmen in zehn Jahren? Baumgartner lacht: «Wir können in Monatszeiträumen denken – und da siehts für die nächste Zeit sehr gut aus, mit Aufträgen wie mit dem Kundenmix.» Die Firma sei schnell gewachsen, nun sei Konsolidierung angesagt. Zum Beispiel bei der Blutauffrischung des eigenen Internetauftritts: Dort bricht das Firmenportrait nämlich mit dem Eintrag von 2006 ab.

WURSTSPECK

«OK-Chef Viktor Gertsch (l.) und Österreichs Skilegende Franz Klammer»

(Bildlegende im Sonntag-OT vom 17. Januar)

Das Bild zeigte nicht Klammer, sondern Karl Schranz – mit ihm verwechselt zu werden, ist wohl selbst für einen Klammer keine Schande.

«Ich werde in Zukunft nur noch lügen. Vielen Dank, ihr ward ein super Publikum ...»

(OT vom 18. Januar)

Zwar nicht gelogen, aber gepatzt: Ihr wart ein super Publikum, wäre besser gewesen.

«Kölliken: Deponiesanierung um 46 Millionen teurer»

«Rückbau wird 22 Millionen teurer»

«Der Rückbau in Kölliken kostet bis 667 statt 445 Millionen Franken.»

(Alles im OT vom 20. Januar)

Dieser Millionensalat gleicht fast dem Sondermüllcocktail, der einst in Kölliken deponiert wurde. Eine nachträgliche Richtigstellung wäre fast so aufwändig wie der Deponierückbau – drum lassen wirs lieber beim Wurstspeck.

«Der Laupersdörfer traf in der 52. Minute, nachdem er hinter der Bande Stocker den Puck abgeluchst und den tadellosen Mantegazzi mit einem schnellen Abschluss überrascht hatte. Es war ein typisches Schwarzenbach-Tor.»

(OT vom 20. Januar)

Schlitzohren, diese Laupersdörfer – holen sich den Puck hinter der Bande ...

«Die Niedergösger Volleyballerin Janine Dietiker (18) kämpft mit Muri Bern gegen den Abstieg aus der NLB und gilt als grosse Nachwuchshoffnung mit Nati-Potenzial.»

(OT vom 21. Januar)

Dringende Nachmeldung an die Nati-Selektionäre: Das Niedergösger Volleyballtalent heisst Dietwiler, nicht Dietiker!