

Michael Massopust hat sich als Allrounder in der Mediengestaltung einen Platz geschaffen. Er bietet für seine Kunden Komplettpakete – vom Logo bis zur Fahrzeugbeschriftung. Seit über zehn Jahren ist selbstständig. Um diesen Schritt finanzieren zu können, hat er sein Motorrad verkauft. Diesen Trennungsschmerz hat er nie bereut. Heute hat er vier Mitarbeiter.

MICHAEL MASSOPUST

Was bedeutet Mediengestaltung für Sie?

Mediengestaltung ist mein Leben. Es ist für mich eine Herausforderung durch meine Arbeit und meinen Einsatz Werbebotschaften für unterschiedlichste Geschäftsbereiche zu kommunizieren - und das auf vielfältige Art und Weise. Ich kann Produktwerte und Firmenanliegen ideenreich gestalten und auf den Punkt bringen.

Wie gehen Sie auf Ihre Kunden zu?

Ein intensives und lockeres Gespräch geht jeder Kampagne voraus. So finde ich heraus, wie der Kunde sich am Markt platzieren möchte. Meine Entwürfe müssen zu seiner Persönlichkeit, seiner Geschäftsphilosophie und seinem Unternehmen passen. Ein „gestalten sie mal“ reicht nicht aus, um ein umfassendes Werbekonzept zu entwickeln.

Was kann ein Kunde bei Ihnen alles bekommen?

Wir sind eine klassische Werbeagentur und gestalten das Erscheinungsbild eines Unternehmens. Das reicht vom Logo bis zu den Firmenunterlagen wie dem Briefpapier oder der Imagebroschüre. Wir sind Allrounder. Das ist unsere Spezialität, unser Alleinstellungsmerkmal. Das bedeutet: Wir bieten unseren Kunden ein Werbegesamtpaket. Sind das Konzept und die Entwürfe fertig gestellt, können wir ihm sein neues Erscheinungsbild auf den unterschiedlichsten Präsentationssystemen produzieren. Das kann

ein Messestand mit Leuchtstehlen und Roll-up sein. Wir drucken großformatige Werbebotschaften für den Außenbereich, aber auch Poloshirts oder T-Shirts. Wir sorgen dafür, dass die Fahrzeuge, mit dem Firmen CI ausgestattet sind. Unser Knowhow im Printsektor ist groß – das reicht von emotionalen Produkten wie der Imagebroschüre bis zum 100seitigen Fachkatalog. Diese Vielfalt ist unsere Stärke und dieses Komplettpaket unsere Nische.

Um das alles umsetzen zu können benötigen Sie bestimmt ein engagiertes Team, oder?

Ja. Meine Mitarbeiter sind hochqualifiziert und haben eine Ausbildung im gestalterischen Bereich. Unser Kernstück ist unser Wir-Gefühl, unser Teamgeist. Wir sind alle Fußballer mit einer Quotenfrau und jeder weiß, auf welcher Position er spielt. Ich als Trainer Sorge dafür, dass wir immer ganz vorne dabei sind. Eines der wichtigsten Motivationsmittel dabei sind Rigatoni al Forno.

Sie haben sich auf die Fahnen geschrieben, junge Menschen zu fördern.

Zu uns kommen viele Praktikanten für ein halbes Jahr. Sie holen sich die ersten Erfahrungen in der Gestaltungsbranche und lernen die Gestaltungsprogramme kennen. Alle die hier waren, sind hinterher fit und haben es auf renommierte Gestaltungshochschulen geschafft. Besonders stolz bin ich auf eine Praktikantin, deren Diplomarbeit in einem Gestaltungsfachmagazin vorgestellt wurde.

Sie teilen sich die Betreuung Ihres Sohnes mit Ihrer Frau, die selbstständige Steuerberaterin ist. Wie funktioniert das?

Morgens bringt meine Frau den Sohn in den Kindergarten, weil wir Männer zu sehr getödeln haben. Ich hole ihn mittags ab. Dann fahren wir zur Oma zum Essen. Abends möchte ich rechtzeitig Zuhause. Tagüber bin ich für meine Kunden da, abends für meinen Sohn. Wenn aber jemand ausfällt, bin ich bin der, der einspringt. Deshalb habe ich in der Agentur nicht nur zwei, sondern vier Mitarbeiter. Das hatte auch folgenden Effekt: Als ich drei Mitarbeiter hatte, war auch Arbeit für drei da, weil wir mehr Aufträge annehmen konnten. Ich kümmere mich um die Kunden, die Technik, die Buchhaltung. Die Flexibilität, die meiner Familie zugute kommt, davon profitieren meine Kunden genauso.

Wie viele Kunden haben Sie? Ich habe über 400 Kunden in der Region betreut. Mit 200 habe ich immer wieder Kontakt und 50 Kunden sind unser Hauptpool, mit denen wir täglich, wöchentlich, monatlich zu tun haben. Die Kunden kehren immer wieder zurück. Meistens kommen die Kunden auf Empfehlung. Da gibt es gleich von vorne herein eine andere Bindung.

Ist es denn wichtig, Beziehungen zu haben?

Das ist ganz wichtig. Andere Agenturen leben das förmlich, indem sie ihre Kunden zu Veranstaltungen einladen. Wir hätten

Mediengestaltung
im Wirtschaftszentrum
Ulmer Straße 124
73431 Aalen

www.mediengestaltung-aalen.de

Werbeagentur
und Werbetechnik

Neuester Auftrag:
Aalen City blüht historisch

Ausbildungsbetrieb für IHK
und Handwerkskammer Ulm

die Zeit gar nicht, uns ein Event auszudenken. Wir müssen für unser Geld jeden Tag ran. Aber: Wir sehen unsere Kunden das Jahr über so oft und tauschen Nettigkeiten aus – in der Agentur, wenn man sich in der Stadt oder auf dem Sportplatz begegnet. Wenn ich mit dem Citymanager durch die Stadt laufe oder mit dem Oberbürgermeister den Weihnachtsmarkt eröffne, signalisiert das meinen Kunden, dass man sich dem richtigen anvertraut hat. Das gibt ihm Sicherheit. Sich im Internet eine Plattform schaffen, um zu zeigen, wie toll man ist, das kann inzwischen jeder. Wir haben dieses Jahr den Eispark werbetechnisch umgesetzt. Dadurch, dass ich Aalener bin und meine Kontakte habe, benötige ich eine halbe Stunde um alle Zulieferer beieinander zu haben. Meine Netzwerke funktionieren, weil sie gewachsen sind und sich gegenseitig befruchten.

Spüren Sie die Wirtschaftskrise? Nein, dank dem Mix an Kunden. Meine großen kommen aus dem Bereich Heimtextil, Medizintechnik sowie Gesundheit und Fitness. Davon profitiere ich.

Wie erklären Sie ihrem Sohn, was sie beruflich machen? Der Papa macht Aufkleber (lacht). Mein Sohn findet es spannend, wenn der Papa gemalte Bilder auf Stoff druckt und ein individueller Vorhang entsteht. Mein Sohn weiß um die Werbetechnik und die schönen Dinge, auch wenn er das ganze Ausmaß der Mediengestaltung noch nicht kennt.

Text: Anja Rettenmaier
Foto: Eva Gaida