

NACHHALTIGER MÜHLENRELAUNCH IM FEISTRITZTAL

Der Müller und der Marketingmann

Bäckermeister Florian Wachmann wollte eigentlich nur ein neues Logo von Werber Gregor Fink, bekam aber einen völligen Relaunch seiner „Wachmannmühle“ im Feistritztal (Stmk) serviert. Neben der bestehenden Tierfuttermühle erschufen die beiden Schulfreunde eine stylische und nachhaltige Regionalbäckerei inklusive einem köstlichen Kern(dl)produkt, das „fast zu gut zum Teilen“ ist...

Steirische Tierfuttermühle seit 1396

Im schönen Osten der schönen Steiermark liegt das schöne Feistritztal und mittendrin steht eine alte Mühle. Seit 1396 wird dort Getreide verarbeitet, bis vor kurzem noch hauptsächlich zu Tierfutter. Doch dann übernahm Florian Wachmann den Betrieb und wollte, neben dem Hauptgeschäft, neue Wege gehen.

Ein Logo allein macht das Brot noch nicht knusprig

Da kam Florians Schulfreund Gregor Fink ins Spiel, der sich mit seiner KNIF Sports OG schon länger mit (Sport)Marketing auseinandersetzt und nun für die alte Wachmannmühle ein neues Logo erstellen sollte. Im Erstgespräch zwischen Kreativem und Handwerker wurde aber bald klar, dass ein Logo allein noch keine neue Mühle macht. Also begann ein tiefgreifender und weitgehender Rebranding-Prozess. Gregor und Florian hinterfragten einfach einmal alles was scheinbar sicher war und suchten dann nach innovativen Antworten, die dem alten Mühlrad neuen Schwung verleihen würden.

Eins plus Eins ist mehr als nur Zwei

In diesem Moment setzte der KREATIVWIRTSCHAFTSEFFEKT ein und aus 1+1 wurde plötzlich weit mehr als nur 2. Kunde und Kreativer dachten das gesamte Geschäftskonzept neu und erfanden dabei ein neues Kernprodukt, den „Muehlenlaib“: Aus Roggenmehl, Wasser und Salz handgemacht in siebzehn Stunden(!), nachhaltig produziert mit hauseigener Wasserkraft und knusprig gebrandet mit dem neuen Corporate Design der Wachmannmühle: „Fast zu gut zum teilen“ eben.

Regional, nachhaltig und umweltbewusst am Puls der Zeit

Rund um den Muehlenlaib bauten Fink und Wachmann eine nachhaltige, regionale Marke am Puls der Zeit auf: hochwertiges Verpackungsdesign, ein neues Webdesign, Social-Media-Content, Präsentationsmaterialien für den Point of Sale, Mitarbeiterkleidung, Lieferwagenbeklebungen bis hin zur Außengestaltung der Mühle selbst. Aber damit nicht genug, der Betrieb wurde im Zuge der Neuausrichtung auch auf ein CO₂-neutrales Geschäftsmodell umgestellt und zum Klimabündnisbetrieb mit eigenen Umweltzielen!

Talk of the Tal

Schließlich wurde das Rebranding der Wachmannmühle auch noch zum „Talk of the Tal“ weil die, mit einer Anspielung auf das letzte Abendmahl beklebten Lieferwagen im christlich geprägten Feistritztal, natürlich auch aneckten und so manches Stammtischgespräch auslösten. So macht man eine altbekannte Mühle

wieder zum Gesprächsthema und schafft so ideale Voraussetzungen für den gelungenen Restart eines Traditionsbetriebes. Aber das Ergebnis der Zusammenarbeit von Handwerker und Kommunikationsprofi hat sich nicht nur weit rumgesprochen und ist hübsch anzusehen. Nein, auch die Geschäftszahlen können sich wirklich sehen lassen: Die Belegschafts wuchs von vier auf zehn Mitarbeiter, die Verkaufsmengen stiegen im ersten Jahr bereits um 30% im Folgejahr schon um weitere 25% und die Zukunftsprognosen sehen rosig aus.

Langfristiger Prozess mit nachhaltigem Ergebnis

Dabei ist die Neuausrichtung der Wachmannmühle noch gar nicht abgeschlossen sondern geht Stück für Stück voran. Für das Kleinunternehmen sind natürlich nicht alle konzipierten Maßnahmen auf einmal umsetzbar. Daher haben Müller Florian und Werber Fink einen Stufenplan erstellt, den sie je nach Budget über die Jahre abarbeiten. Das zeigt nicht nur wie nachhaltig und langfristig der gesamte Prozess angelegt ist, sondern auch, dass wertvolle Kreativleistungen selbst für kleinere Budgets umsetzbar sind und zum Erfolg führen können.

<http://www.knif.at>

<http://www.wachmannmuehle.at>

<http://www.fast-zu-gut-zum-teilen.info>

