

# Heinrich Gabriel Wagner

Medienfachmann

*Kreativität ist (m)eine Leidenschaft*

## NOWA für Kinder



**Logo**

**Kreativkatalog**

**Detailkatalog**

**Geschäftsdrucksorten**

**Einladung**

**„Sind Sie zufrieden?“**

**Postkarte**

**Prospekt**

**CD (inkl. Hülle)**

**Website**

## **Die Ausgangssituation**

Alle Unternehmensbereiche von NOWA für Kinder konzentrieren sich auf ein zentrales Thema, das Kind.

Die Bereiche:

### **Holzspielgut**

### **Therapeutischen Lehrmitteln**

Als Produzent bzw. Vertriebspartner von pädagogisch wertvollen Materialien ist die Zielgruppe zum einen der private Kunde, zum anderen Einrichtungen wie Kindergärten, Schulen, Horte u.ä.

Diese erreicht zur Zeit NOWA für Kinder

**direkt (Therapeutische Unterrichtsmittel an Schulen)**  
**indirekt (über Lehrer, Eltern, Betreuer etc.)**

Der Vertrieb konzentriert sich primär auf den österreichischen Raum und sekundär den gesamten deutschsprachigen Raum.

NOWA für Kinder wurde vor 15 Jahren gegründet und vertrieb neben seinen jetzigen Produkten auch Raumgestaltungskonzepte und Elemente für Kindergärten, Schulen, Spielbereiche von Banken, Hotels etc.

Für dieses bekam NOWA unter anderen den Staatspreis für Innovative Ideen.

Um 1999 beschäftigte NOWA 10 Mitarbeiter und belieferte in ganz Kunden Europa. Durch den erhöhten Aufwand und aufgrund privater Entscheidungen wurde das Angebot verändert und verkleinert.

Aktuell besteht NOWA aus zwei Personen.

### **Einzigartig, weil es NOWA ist!**

Allein die Erfahrung im Bereich pädagogischer Spielwaren und Lehrmittel aus Holz die NOWA für Kinder besitzt macht die Firma zu einen einzigartigen Betrieb in Österreich.

Bedenkt man weiters das es in Österreich nur wenige Firmen gibt die sich auf das Medium Holz spezialisiert haben, sticht NOWA durch seine sehr kundennahe Betreuung und Kommunikation (indirekte und direkte Kunden) heraus.

## **Die Ziele**

1. Ausbau der Marktanteile in den Marksegmenten  
Holzspielgut, pädagogischen-, therapeutischen Lehrmitteln
2. Ausbau bzw. Hebung der Bekanntheit im Bereich Schulen und Kindergärten  
im österreichischen Raum.
3. Etablierung als Impulsgeber bzw. Ideenlieferant für Pädagogen im Bereich  
Spiele
4. Bestehende Kunden binden, neue Kunden gewinnen.

## **Der Kunde**

Zu Beginn der Erstellung eines jeden Marketing - Konzeptes stellt sich die Frage:

### **Wer ist unser Kunde?**

Um diesen genauer zu bestimmen verwende ich hier eine psychografische Segmentation. Diese ermöglicht das Wertesystem unserer Zielgruppe genauer zu bestimmen und den Firmenauftritt darauf auszurichten.

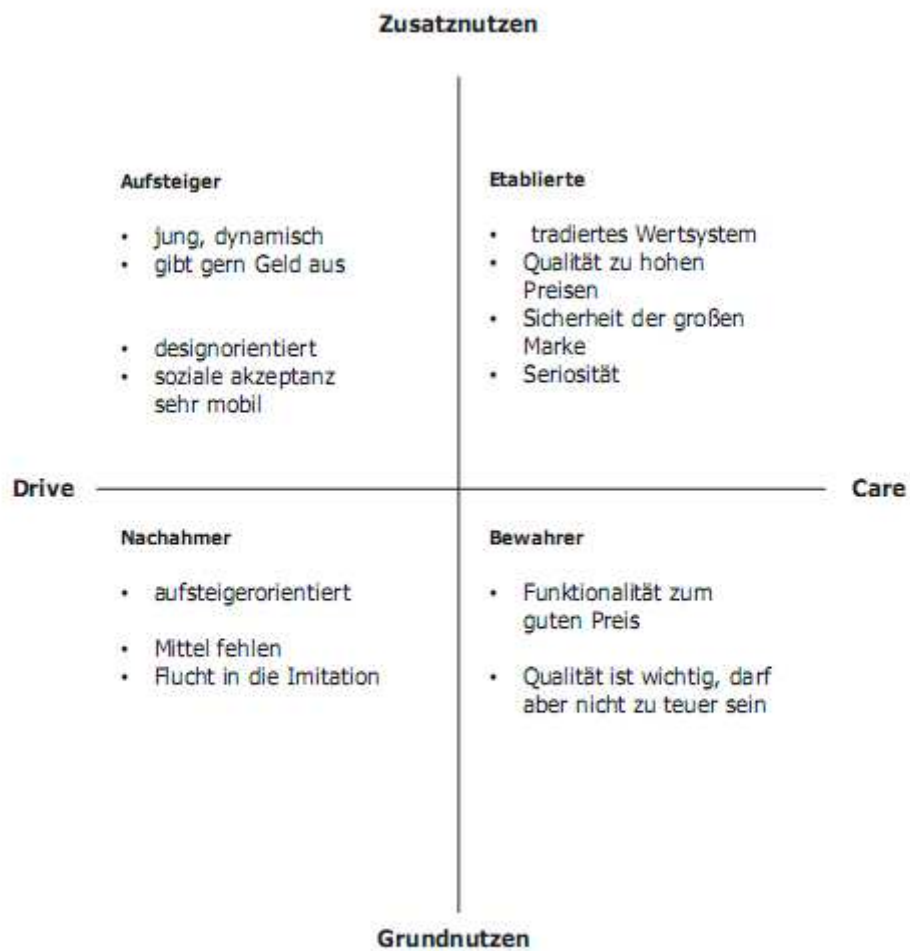
Das Modell unterscheidet

**auf der einen Seite Menschen, die am Grundnutzen orientiert sind  
und auf der anderen Menschen, die nach Zusatznutzen suchen.**

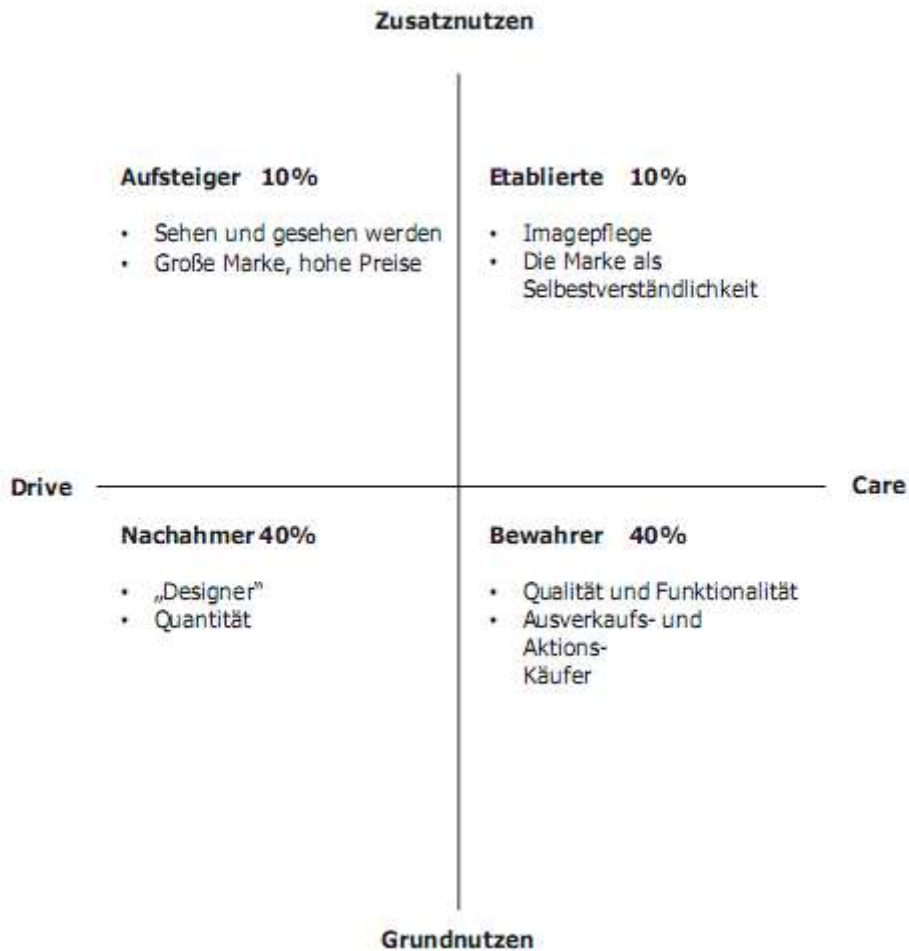
Auf der einen Seite finden wir junge, dynamische, risikofreudige **Drive-Typen** und auf der anderen traditionelle, zurückhaltende **Care-Typen**.

Kombiniert man diese beiden, ergeben sich vier verschiedene Kunden (Konsumenten)-Typen, die wir auch in der Zielgruppe wieder finden.

## Die 4 Typen von Konsumenten



## Was bedeutet das für NOWA für Kinder?



NOWA muss vielen Bedürfnissen gerecht werden:

**Care-Typen** werden durch das Angebot und durch die große Auswahl an funktionalen Lehrmitteln und Spielen angesprochen.

**Drive-Typen**, das sind vor allen jüngere Zielgruppen, werden durch Kommunikationsimpulse und durch pädagogische Vorteilsargumente angesprochen.

# Die Zielgruppe

## **1. Die Endverbraucher**

- Kindergärtner/innen
- Eltern
- Institutionen
- Elternvereine
- Schulen

## **2. Die indirekten Verbraucher = Opinion Leader**

- Schulleiter
- Schullehrer
- Kindergartenleiter
- Leiter von  
Betreuungseinrichtungen

**3. Bestehende Kunden**  
kommen aus beiden Gruppen

## **Wie kommen NOWA für Kinder an die Zielgruppe ?**

Für Pädagogen, Lehrkräften, Kindergärtner zählt zumeist der ideenreiche, kreative Ansatz im Bereich „Spiel“.

Spielen wird als kreative Erweiterung bzw. Lebens- und Lernerweiterung gesehen. Hier gilt es, den Ansatz zu finden, der diesen Ideen gerecht wird.

NOWA für Kinder befindet sich in einem hartumkämpften Marktsegment, denkt man nur an die vielen Spiele, die über Spielwarenketten, den Buchhandel, Internetshops usw. vertrieben werden. Für den Konsumenten wurde es immer schwieriger, die „pädagogischen“ Kriterien an einem Spiel zu erkennen.

Gerade hier profiliert sich NOWA für Kinder als ideenreicher und kompetenter Anbieter.

### **Der Ton macht den Erfolg!**

Illustrationen und Gestaltung:

Nach der Analyse und Zuordnung von NOWAs indirekter Zielgruppe ist es wichtig diese nicht mit der eigentlichen Zielgruppe zu verwechseln; den Kindern.

Es stellt sich die Frage wie vermittelt man einem Kind die Vorteile der Produkte und Leistungen von NOWA für Kinder.

Wie sagt man einem Kind, dass NOWA für Kinder hochwertige, aus Holz gefertigte Spielwaren und Lehrmittel vertreibt und entwickelt.

Die Antwort ist so genial wie einfach!

Einfach so denken wie ein Kind und die Welt mit den Augen des Kindes sehen!

Was den Endverbraucher (Benutzer) anspricht, spricht auch die kaufentscheidende Zielgruppe gestalterisch an.

Aus diesem Grund wird NOWA für Kinder mit Illustrationen, die von Kindern für gemacht worden sind, was diese in den Produkten sehen, wozu sie die Produkte inspirieren und was sie durch den Gebrauch der Produkte empfinden, gestalten.

Die Illustrationen finden sich überall im gesamten Auftritt von NOWA für Kinder wieder und stellen eine schnelle Assoziation, um welche Produkte es sich handelt und für wen sie hergestellt und vertrieben werden, sicher.

### **Das Logo:**

Um auch den letzten Zweifel, wofür NOWA für Kinder steht, auszuräumen, orientiert sich das Logo an den Besonderheiten von NOWA für Kinder:

- **Holzspielgut**
- **Kundennah / seriös**
- **ansprechend für Kinder**



## Das Logo



### Logobegründung:

Im Herbst-Programm 1958 des Boje-Verlags erschien es erstmals - das Bilderbuch mit dem herrlich lautmalerischen und rhythmischen Gedicht von der freundlichen kleinen Lok. Henriette ist wie ein Kind, das lernt, Verantwortung zu tragen: Sie tut am liebsten nur, was sie mag; und „sie fuhr noch nie nach einem Plan“.

Sie fährt, um den Kindern Vergnügen zu bereiten und nimmt dabei Rücksicht auf Hindernisse wie eine grasende Kuh.

Sie hält nicht an der Haltestelle, sondern an der Blumenwiese, damit die Kinder „für Oma einen Strauß“ pflücken können.

Sie ist eine zuverlässige Freundin, die ihre Fahrgäste verantwortungsvoll abliefert - bevor sie selbst müde „heimwärts in die Stadt“ rollt.

Als Sonderausgabe zum 60. Verlagsjubiläum erscheint Henriette in einer Geschenkpackung mit einem Pappbilderbuch und einer hochwertigen Spielzeuglok aus Holz.

NOWA Assoziation mit dem lateinischen nova = Neu

Ursprünglich angedacht war der Slogan „NOWA, ein Herz für Kinder“. Dieser war jedoch besetzt. Also wurde aus „NOWA, ein Herz für Kinder“ „NOWA für Kinder“.

Das Herz fand jedoch im Logo immer Verwendung.

Frei nach dem Motto Bilder sagen mehr als tausend Worte oder so ähnlich...

NOWAs erste Innovation war eine Steckverbindung aus Holz die sowohl den kreativen Möglichkeiten und die feinmotorischen Fähigkeiten eines Kindes keine Grenzen setzte. In Verbindung mit dieser wurde der NOWA Zug produziert.

### Zug Symbolik:

Eine Spielzeuglokomotive stellt Sehnsucht nach unbeschwerten Kindheitstagen dar. Sie ist im übertragenen Sinn die kollektive Kraft, die sie auf Ihrer Lebensreise trägt.



### **Logoeinsatz:**

Das Logo wird immer auf weißen Hintergrund gesetzt.  
Sollte die nicht Möglich sein (z.B.: Einsatz eines Dritten in seine Werbemittel) muss es von einem weißen Rand umgeben sein.

### **Logoeigenheiten:**

Das leicht schraffierte Herz des Logos soll einen leichten Kontrast zum übrigen, sehr glatten Erscheinungsbild bieten.

Es kann und wird jedoch vorkommen das diese Schraffierung bei sehr starker Verkleinerung nicht mehr erkennbar ist. Wie schon erwähnt leitet sich der Anhang „für Kinder“ aus der ursprünglichen Idee „Ein Herz für Kinder“ her.

Da dies nur ein Slogan ist, sollte er nicht als ein essentielles sondern nur unterstreichendes Element gesehen werden. Auch hier wird es passieren das dieser bei sehr starker Verkleinerung verschwindet, aber seiner Hauptaufgabe als ein unterstreichendes Element wird er dennoch ohne weiteres gerecht.

Es ist daher nicht empfohlen das Logo ohne den unteren Schriftzug darzustellen. Leserlichkeit hin oder her.

### **Logofarben:**



Blau  
CMYK 100-50-0-0  
RGB 0-106-178



Rot  
CMYK 0-100-100-0  
RGB 226-0-26

## **NOWA und das Papier**

### 1. Mailings

- Einladungskarten
- Persönlicher Brief
- Antwortkarten
- Hot-News Prospekt
- „Sind Sie zufrieden?“ Postkarte
- Katalog

### 2. Allgemeines

- Briefpapier
- Kuvert
- Visitenkarte

### **Eine Einladung ist etwas persönliches!**

Durch die Fülle an Kunden und Konkurrenten ist es ein wichtiger Faktor die richtige Person mit der richtigen Botschaft zu erreichen.

Daher ist es unabdingbar sich stets zu informieren, wer diese sind, um Sie gezielt zu kontaktieren.

Die Kontaktaufnahme besteht aus der Kombination:

Einladung zum Testen und der persönlichen Einschätzung der Produkte, einem persönlichen Brief und einer Antwortkarte das Interesse zu wecken.

### **Hot-News, jeder will aktuell sein!**

Um ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu erzeugen werden kleinere Prospekte mit den neuesten Produkten an bereits bestehende, kauffreudige Kunden und an Neukunden versendet.

Weiters wird an „Stamm“kunden zur Ermittlung ihrer Zufriedenheit eine „Sind Sie zufrieden?“ Postkarte halbjährlich versendet.

### **Ein Katalog ist Kunst!**

Um das Feeling und den Kundennutzen von NOWA für Kinder wiederzugeben und es dem Kunden best möglich zu vermitteln, besteht der Katalog aus zwei Teilen:

#### **Kreative Produktpräsentation** (Gefühl ist alles Vernunft ist nichts)

Bei diesem wird sehr viel Wert auf die Präsentation der Produkte und die Gestaltung des Katalogs gelegt und

#### **Informative Produktpräsentation** (Worte sind Gold wert)

Die kreative Gestaltung weicht dem informativen Inhalte der Produkte und deren speziellem Nutzen.

## Der Katalog

Der Katalog verfügt über ein Farbleitsystem welches das schnelle Suchen nach bestimmten Produkten im NOWA Katalog erleichtern soll.  
Die Zuordnung ist wie folgt.

### Farbleitsystem:



**Werk und Bildnerische Erziehung**  
Magenta  
CMYK 0-100-0-0  
RGB 226-0112



**Sachunterricht**  
Gelb  
CMYK 0-0-100-0  
RGB 255-237



**Gesamtunterricht**  
Grün  
CMYk 75-5-100-0  
RGB 69-161-43



**Deutsch, Lesen und Schreiben**  
Orange  
CMYK 0-50-100-0  
RGB 242-148-0



**Rechnen**  
Cyan  
CMYK 100-0-0-0  
RGB 0-158-224



**Turnen**  
Lila  
CMYK 80-100-0-0  
RGB 87-35-129

## Der Katalog - das Konzept

Der Katalog besteht aus zwei Teilen bzw. zwei Katalogen:

Dem **Kreativkatalog** für den schnellen Überblick über die Produkte und dem **Detail-Katalog** um sich nähere Informationen zu erlesen.

Der Kreativkatalog hat die Aufgabe auch die Zielgruppe Kind anzusprechen. Dabei arbeitet der Katalog mit den Bildern von den Zeichenwettbewerben.

Bei dem Kreativkatalog ist zu beachten das auf der linken Seite eine Kinderzeichnung und auf der rechten die Produkte mit kurzer Erläuterung stehen. Pro Doppelbogen 3 Produkte davon ist eines etwas größer und mittig - unten vom Druckbogen abgebildet.

Die zwei anderen sind auf der rechten Seite am Gestaltungsraster ausgerichtet.



### Katalog Schriften:

#### Tahoma:

Für Fließtexte und/oder Überschriften.

#### Kristen ITC:

Überschriften. Für Fließtexte vermeiden.

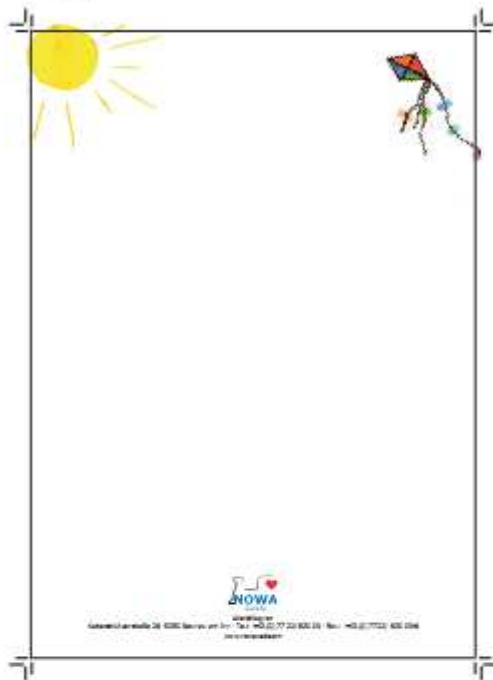
### Katalog Papier:

Umschlag des Kreativ Katalogs wird auf einen 250g Offset Karton gedruckt, der des Produkte Katalogs auf einen 250g Hochglanz Karton. Die eiten sind bei beiden auf ein 90g seidenmattes Papier gedruckt.

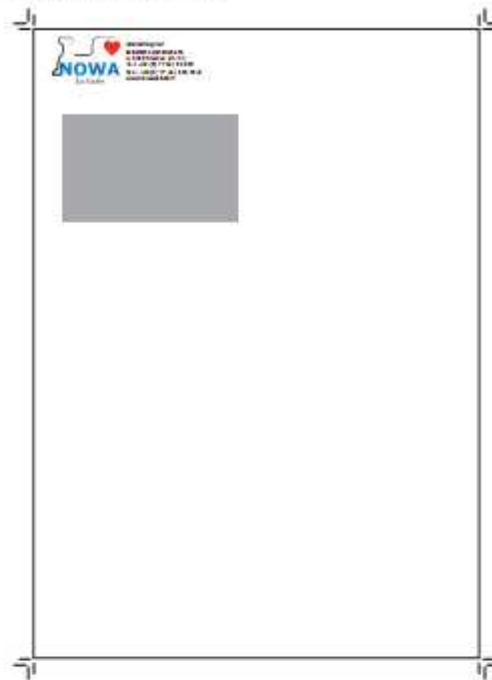


## Geschäftsdrucksorten

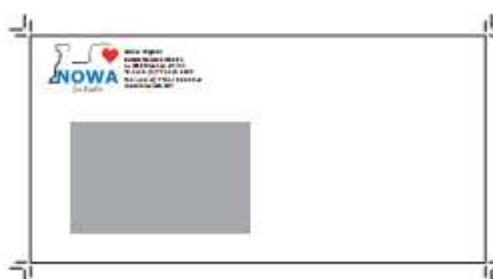
Briefpapier



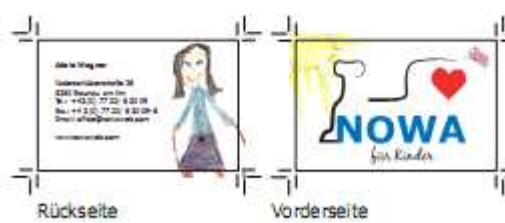
Briefumschlag C4



Briefumschlag



Visitenkarte



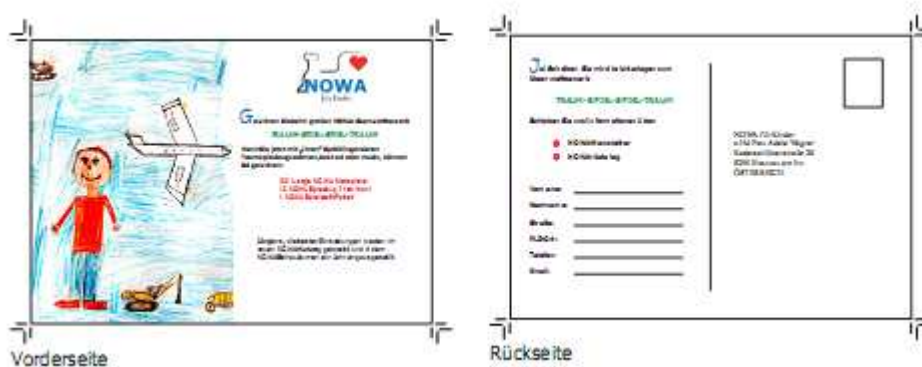


## Spezielle Drucksorten

### Die Einladung

NOWA für Kinder versendet regelmäßig Einladungen zu Veranstaltungen, Preisausschreiben und Produktpräsentationen.

Die Einladungen sind schon vorfrankiert und entsprechen den Postnormen als Brief.



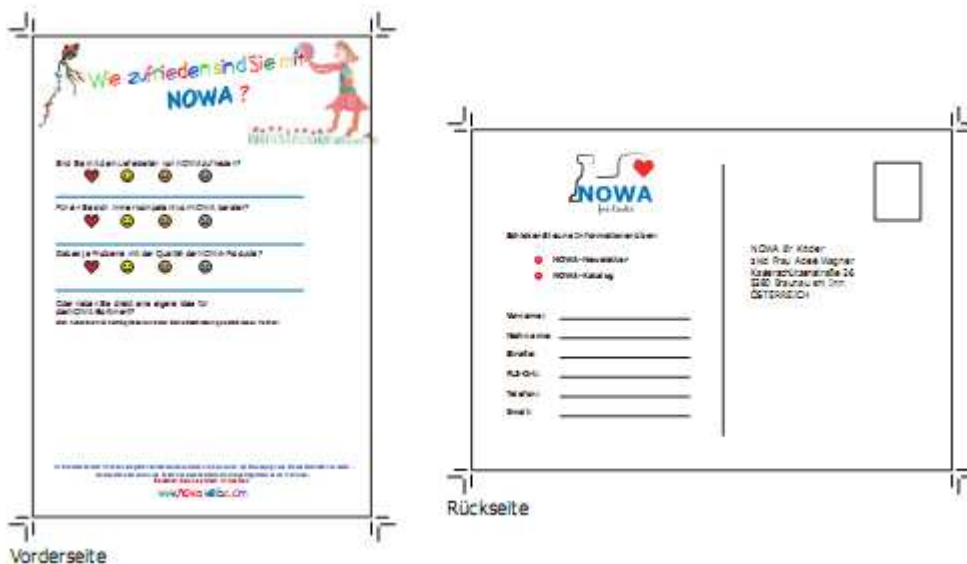
### Zufrieden?

NOWA für Kinder versendet regelmäßig Kundenzufriedenheits-Postkarten.

so soll ermittelt werden wie Zufrieden die Kunden mit NOWA für Kinder sind.

Gleichzeitig haben die Kunden die Möglichkeit ihre Ideen und Vorschläge an NOWA für Kinder zu richten.

Die Postkarte ist schon vorfrankiert und entspricht den Postnormen als Brief.



Postkarten Papier:

Die Postkarten werden auf ein 300g Papier gedruckt.

Bei den Einladungen ist es einseitiges Hochglanz Papier, bei den „Sind Sie zufrieden?“ ein unbeschichtetes.



## Die CD

Wird immer in Kombination mit dem Prospekt oder bei Neukundenanwerbungen versendet bzw. bei Messen hergegeben.

Der Inhalt: Eine kurze Firmenpräsentation und die aktuellen Produkte.



## Schriften

Für spezielle Drucksorten:

### **Tahoma**

für Fließtexte und/oder Überschriften.

### **Kristen ITC**

für Überschriften  
(für Fließtexte vermeiden!)

# Das Prospekt (Hot News)

## Die Funktion

Das Prospekt dient dazu den Kunden immer über die neuesten Artikel im NOWA für Kinder Sortiment zu informieren; entweder durch die Beigabe zu einer Bestellung oder den gezielten Versand.

Eine Seite hat ein spezielles Format 165mm x 120mm.  
Prospekte werden bei mindestens 3 neuen Artikel gefertigt.

Hier ein Beispiel für ein mögliches Prospekt.

**Cover**

**Kurze Begrüßung**

**Produktfoto und Daten**

**Farbleitsystem**

**Rückseite**

**Prospekt Schriften:**

**Tahoma:**  
Für Fließtexte und/oder Überschriften.

**Kristen ITC:**  
Überschriften. Für Fließtexte vermeiden.

## **NOWA für Kinder - Holz wird digital**

### 1. Website

- Information über Produkte
- Firmenpräsentation
- Kontakt aufnehmen leicht gemacht

### 2. Image CD

- Firmenpräsentation
- Produktübersicht
- Warum NOWA?

### **Was haben Pixel mit Holz zu tun?**

Um der Zielgruppe einen Weg zu bieten um sich schnell und eigenständig einen Eindruck über NOWA zu verschaffen ist ein Webauftritt selbstverständlich. Es hat sich aber auch gezeigt, dass die Zielgruppe von NOWA für Kinder nur schwer und durch Hinnahme eines hohen Streuverlustes durch Bannerschaltungen oder Massenmails angesprochen wird. Dieses Vorgehen passt auch nicht in das Bild von NOWAs Kundenkommunikation.

Aus diesen Gründen wird NOWA auf diese Werbemittel verzichten und den Webbereich nur als Informationsplattform nutzen.

### **Das Image ist Rund!**

Speziell auf Messen ist es wichtig potenziellen Neukunden viele Möglichkeiten an Medien zu geben um sich über NOWA für Kinder ein positives Bild zu machen und sie dadurch als Kunden zu gewinnen.

## Das Web

### Aufgaben

Das Web dient NOWA für Kinder „nur“ als eine reine informierende Instanz und zur Kontaktaufnahme.



### NeuigkeitenSeite

Informiert über Veranstaltungen und neue Produkte.



## Immer Informiert



Produkte



NOWA & Neuigkeiten



Kontakt

### Farbenwelt



Materialsammlung zum Erlernen des Umgangs mit Farbe: vom einfachen Gestalten mit dem Handschuh über Walzen, Stempel und Schaumpinsel bis zu den ersten Versuchen mit den Gummipinseln.

[Mehr lesen...](#)

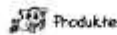
[Produkte](#) | [Neuigkeiten](#) | [Kontakt](#) | [Impressum](#) | [Admin](#)

Adminbereich  
Zuerstellen ändern oder löschen von Einträgen

### Kontaktseite



## Wir sind für Sie da!



NOWA für Kinder  
NOWA WAGTER  
Eckmühlstraße 28  
8340 Oberau am Inn  
Tel.: +43 70 94 42 4 20 09  
Fax: +43 70 77 23 5 37 99 4

Adresse

Standortsanzeige

Adresse kontaktieren

Name

Brief

ANWIS

Strukturformel

Ich bin nicht eine Information auswendig gelernt.

Nachrichte

Kontaktformular

[Produkte](#) | [Neuigkeiten](#) | [Kontakt](#) | [Impressum](#)

## **Die Strategie**

### **1. Attention**

Aufmerksamkeit erregen durch Mailings (Infokarte)

### **2. Interest**

Interesse wecken durch Einladung zum Test der Produkte

### **3. Desire**

Verlangen der Zielgruppe wachrütteln durch Beratung – Nutzenargument - zur

### **4. Action**

= Kaufhandlung kommen.

### **5. After Sales Services**

Zufriedenheit aufbauen langfristigen Dialog sicherstellen

(Hot - News, informieren über neue Produkte (Prospekte)

Möglichkeit der Kontaktaufnahme über E-mail oder telefonisch

## **Kleine Dinge mit großer Wirkung**

Spielzeug bleibt Spielzeug in den Augen eines Kindes, umso wichtiger ist es dem Kind einen besonderen Bezug zu den Produkten von NOWA für Kinder zu vermitteln.

Um dieses Ziel zu erreichen wird einmal im Jahr ein Zeichenwettbewerb von NOWA veranstaltet wo jeder Kunde (Schule, Betreuungseinrichtungen, Kindergärten, etc.) teilnehmen kann.

Es werden verschiedene Sachpreise bereitgestellt und die Kinder finden ihre Zeichnungen (Erster-, zweiter-, dritter Platz ....) im aktuellen NOWA für Kinder - Katalog wieder.

Durch diesen Wettbewerb entsteht eine positive bzw. bevorzugende Einstellung der Kinder zu den Produkten von NOWA für Kinder.

(Gilt auch für die Eltern und Lehrer)

Weiters wird dadurch Kinderfreundlichkeit und Kindernähe vermittelt.

## **Bring dich ein!**

NOWA hatte schon immer ein offenes Ohr für neue Ideen und Wünsche.

Kunden werden durch Werbemittel („Sind Sie zufrieden?“ - Postkarte) motiviert sich aktiv an der Entwicklung von NOWA für Kinder zu beteiligen.

## **Bildrechte:**

Alle Fotos, auch die verwendeten Artikelfotos, wurden von mir für die Website von NOWA für Kinder fotografiert und bearbeitet.  
Ausschließlich die Verwendungsrechte habe ich an NOWA für Kinder abgetreten!

## **Danksagung**

Ausdrücklich bedanken möchte ich mich bei den Kindern der Volksschule Uttendorf, die am Gelingen des Projektes maßgeblich beteiligt waren.  
Sie haben die Zeichnungen im Rahmen eines von NOWA für Kinder ausgeschriebenen Wettbewerbes angefertigt!

