

# Wenn der Kunde zum Designer wird

**nisago GmbH heisst die Firma. Mode ist ihr Kerngeschäft. Männer ihr Zielpublikum. Und die beiden, die dahinterstecken, verfolgen nichts anderes als die Vision, das marktführende Unternehmen für Individualität in diesem Segment zu werden.**

**Text:** Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

Stellen wir uns vor: Ein erfolgreicher Ostschweizer Geschäftsmann feiert seinen runden Geburtstag mit 100 Gästen in einem äusserst stilvollen Umfeld. Alles stimmt. Das Essen, die Musik, das Ambiente. Wäre da nur nicht jener Gast, der praktisch im identischen Outfit erschienen ist, wie es der Jubilar trägt. Kommt nicht alle Tage vor. Aber wenn der Fall eintritt, sorgt das nicht immer für die beste Stimmung. Für jene, die solche Situationen vermeiden möchten, oder ganz grundsätzlich für alle, die Wert auf eine individuelle Bekleidung legen, hat die nisago GmbH ein Angebot entwickelt, das es so noch nicht auf dem hiesigen Markt gibt: Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, ihre Mode selber zu gestalten. Entweder im persönlichen Beratungsgespräch oder in Zukunft gleich online per Mausclick.

## Die beiden Jungunternehmer stehen im Wettbewerb mit anderen Anbietern auf diesem Gebiet.

### Absolventen der Uni St.Gallen

Hinter der Businessidee stecken zwei 34-Jährige, die sich schon länger kennen. Von 1999 bis 2003 haben Stefan Niederer und Sandro Agosti an der Universität St.Gallen studiert und während der letzten beiden Studienjahre auch gemeinsam in einer Wohngemeinschaft gelebt. Wer sich tagtäglich begegnet, tauscht so manchen Gedanken aus – unter anderem auch jenen, dereinst ein eigenes Unternehmen zusammen zu gründen. Obwohl der Schritt in die Selbstständigkeit schon damals lockte, entschieden sich die beiden zuerst Praxiserfahrung zu sammeln.

Stefan Niederer schlug nach dem BWL-Studium den Weg in die Finanzbranche ein und war neun Jahre für eine Grossbank im In- und Ausland tätig. In dieser Funktion beschäftigte er sich als «Anzugträger» quasi nebenbei mit den modischen Möglichkeiten, lernte die unterschiedlichen Bedürfnisse und auch die Vorteile von hochwertigen Massprodukten kennen. Und dennoch war es nicht er, der den Stein ins Rollen brachte. Es war Sandro Agosti, der nach 7.5 Jahren

als Tourismusdirektor von Appenzell Ausserrhoden die Vision in die Realität umsetzte und im März 2012 die nisago GmbH gründete, bevor Stefan Niederer im Herbst 2013 dazu gestossen ist. «In verschiedenen Branchen stellten wir den Trend zur Individualisierung und Personalisierung von Produkten fest. Dabei merkten wir, dass dieses Thema in der Modebranche noch wenig Fuss gefasst hat und es vor allem noch kein bekanntes Label für Individualität in der Mode gibt», beschreibt Agosti den Ursprung der Geschäftsvision. Individuelles Design in Kombination mit perfekter Passform und hochwertiger Qualität ist die Grundidee des Modelabels nisago.

### Ergänzende Stilberatung

«Mit unserem Jungunternehmen verfolgen wir die Vision, das marktführende Unternehmen für Individualität in der Mode zu werden», erklärt Stefan Niederer. Das Label soll für hochwertige, individuell durch den Kunden zu designende Modeprodukte stehen. Wie aber funktioniert das? Wie kommt der Design-Interessierte zu seinem persönlichen Businessanzug, seinem trendigen Freizeitjacket, seinem exklusiven Hemd oder seinem eleganten Hochzeitsoutfit? «Entweder kreierte der Kunde das Produkt ganz nach seinem Geschmack oder er wählt auf der Website eines unserer aktuellen Designs aus», beschreibt Sandro Agosti den ersten Schritt. Fürs Designen und Vermessen wird ein persönlicher Termin im nisago-Showroom in Rorschacherberg oder auf Wunsch auch beim Kunden zuhause oder im Büro vereinbart. Ergänzt wird das Ganze durch eine professionelle Stilberatung – auf Wunsch auch durch die Schweizer Stylingikone Luisa Rossi.

Welchen Weg der Kunde auch einschlägt, am Ende hat er ein Unikat in den Händen. Perfekt auf den Körper geschneidert und passend zusammengesetzt aus den einzelnen, individuellen Komponenten. Zur Auswahl stehen über 1000 verschiedenster hochwertiger Stoffe, unterschiedliche Schnitte, Kragenformen, Manschetten, Knöpfe, Kontrast- und Kombinationsmöglichkeiten sowie Monogramme. Der Kunde bestimmt vor Ort die Details. Hergestellt wird das Endprodukt

*Stefan Niederer (links) und Sandro Agosti:  
Erfolg mit Massarbeit.*



schliesslich im nahen Ausland: Anzüge, Jackets und Mäntel werden in Deutschland produziert, Krawatten und Pochetten mittels Handarbeit in Italien.

#### Frauen müssen noch abwarten

Derzeit kommen bei nisago nur Männer in den Genuss der individuellen Bekleidung. Dies soll sich aber bald ändern. «Demnächst werden wir auch erste Modeprodukte für Frauen einführen», verrät Niederer. Zu diesem Schritt hätten sie die bisher ausschliesslich zufriedenen Kunden motiviert, welche von der Qualität begeistert waren. «Qualität ist entscheidend für den Aufbau eines Jungunternehmens und eines Modelabels. Und daran werden wir auch in Zukunft arbeiten», so Agosti.

### «Bereits bei der Gründung war uns bewusst, dass wir mit unserem Vorhaben ambitionierte Ziele verfolgen.»

Ganz neu ist die Idee jedoch auch nicht. Die beiden Jungunternehmer stehen im Wettbewerb mit anderen Anbietern auf diesem Gebiet. Was es bis jetzt jedoch noch nicht gibt, ist ein bekanntes Label, bei dem der Kunde verschiedenste Produkte selbst gestalten kann. Und genau diese Nische will nisago besetzen. Deshalb soll auch das Sortiment laufend erweitert werden. «Wir haben die Marke nisago bereits international schützen lassen und wir planen in Kürze Modeprodukte anzubieten, die vom Kunden online designt und gekauft werden können », sagt Stefan Niederer.

#### Nachfrage steigt kontinuierlich

Tönt alles gut und ambitioniert. Wie erfolgreich ist man mit dem Unternehmen aber tatsächlich unterwegs? Sandro Agosti: «Bereits bei der Gründung war

uns bewusst, dass wir mit unserem Vorhaben ambitionierte Ziele verfolgen. Ein Markenaufbau von quasi Null an ist ein steiniger aber faszinierender Weg, und der aktuelle Erfolg erstaunt uns selbst.» Die positive Entwicklung rühre wohl auch daher, dass man der Selektion der Produktionspartner grösste Bedeutung beimesse und mit ihnen einen intensiven Austausch pflege. So arbeiten die Jungunternehmer ausschliesslich mit Partnern aus Europa zusammen, die Experten in der hochwertigen Einzelanfertigung sind, ob grosser Marktführer oder kleiner, traditioneller Familienbetrieb. «Seit wir am Markt sind, wächst die Nachfrage nach unseren Produkten von Monat zu Monat und stellt uns laufend vor neue Herausforderungen. So sind 16-Stunden-Arbeitstage keine Seltenheit. Doch die begeisterten Feedbacks motivieren uns zu Höchstleistungen», bilanziert Stefan Niederer.

Um mögliche Kunden zu erreichen, werden verschiedene Kanäle genutzt. Der beste und einfachste Weg ist auch hier die persönliche Weiterempfehlung durch zufriedene Kunden. Niederer: «Wenn das perfekte Hochzeitsoutfit des Bräutigams auf Bewunderung gestossen ist, dann – und das beobachten wir immer wieder – ist ein weiterer Hochzeitsgast schnell auch einmal bei uns auf der Bestellerliste.» Sorgfältig ausgewählte Messen als Plattformen und ein aktives Networking erschliessen weitere potentielle Neukunden. Und natürlich ist es auch entscheidend, zur rechten Zeit am rechten Ort zu sein. Ein Beispiel hierfür nennt Agosti: «Zur Lancierung von nisago ist uns schliesslich auch ein Coup geglückt: Im 2012 gewannen wir den Ex-Mister Schweiz Luca Ruch mit Partnerin als Botschafter für unser Label. Schliesslich liefen kurz darauf alle zwölf Finalisten der Mister-Schweiz-Wahl in der TV-Liveshow in unseren Anzügen über den Laufsteg.»

Weitere Infos unter [www.nisago.com](http://www.nisago.com)

Anzeige



Merger & Acquisition  
Steuern & Recht  
Immobilien  
Treuhand

KLAR KANN MAN DEN WERT  
IHRER FIRMA AUCH PI MAL  
DAUMEN SCHÄTZEN.

# Die Frage ist nur, wie viel Sie dabei verlieren.

**Jetzt schon den 15. Mai 2014 um 17 Uhr vormerken / M&A-Anlass im Kybun Tower in Roggwil**  
Thema: Merger & Acquisition / Unternehmenskauf und -verkauf  
Schwerpunkt: Unternehmensbewertung und Präsentation Firmenmodell der Kybun AG



Zusammen einfach mehr