



”

Ich bin davon überzeugt, dass es in Zukunft keine Trennung mehr zwischen Kreativ-agentur, Digital-agentur oder Media-agentur geben wird.

Helmut Kosa
GF isobar

“

ben wir den Anspruch, Marken erfolgreich zu positionieren und diese auch mit unserer Expertise erfolgreicher in ihrem laufenden Business zu machen. In unserer Denke gibt es keine Unterscheidung mehr zwischen digitaler und klassischer Kommunikation. Wir nutzen die passenden Kanäle, um dieses Ziel zu erreichen. Es macht uns stolz, sowohl

zur besten Werbe- als auch zur besten Digitalagentur gewählt zu werden. Dies ist eine besondere Ehre. Es freut uns natürlich sehr, dass unsere Positionierung als markenführende Werbeagentur mit digitalem Herz und die Strategie, digitales Denken in jegliche Arbeit von Beginn an zu integrieren, der letzten Jahre so auch vom Markt angenommen



Werber: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die besten Werbeagenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus „Daten und Fakten“, „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“.

1 ranking	isobar	92,81 rating points
	Basket 1: 29,50 Pkt. Basket 2: 25,70 Pkt. Basket 3: 37,61 Pkt.	
2 ranking	PKP BBDO	92,57 rating points
	Basket 1: 30,00 Pkt. Basket 2: 25,51 Pkt. Basket 3: 37,06 Pkt.	
3 ranking	kraftwerk	91,25 rating points
	Basket 1: 29,00 Pkt. Basket 2: 24,82 Pkt. Basket 3: 37,43 Pkt.	

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

wird. Dies hat sich im Wachstum als die Aufsteigeragentur der letzten Jahre und jetzt auch in diesem Ranking widerspiegelt.

medianet: Wie ist das Jahr 2017 allgemein in der Agenturszene aus Ihrer Sicht verlaufen und wie im Speziellen für isobar?

Kosa: Die Agenturszene kämpft noch immer mit der Integration von digitalem Know-how in ihr Angebot. Die Agenturen, die das bereits geschafft haben, profitierten 2017 sehr davon. Es sind aber derzeit noch sehr wenige. Wir haben das Glück, zu diesen zu gehören und so konnten wir auch 2017 wie die letzten Jahre davor ein kräftiges Wachstum

verzeichnen und eine Reihe von tollen Marken als Neukunden gewinnen.

medianet: Sie haben gleich zu Beginn des Jahres mit Beiersdorf einen großen Fisch an Land gezogen. Es folgten VW in der Slowakei und Ikea in der Schweiz. Für Mondelez entwickelt isobar für Milka Kampagnen, die nicht nur in Ungarn und Österreich, sondern auch in Deutschland laufen. Was war das wichtigste Projekt 2017 als Werbeagentur für Sie?

Kosa: Es gibt nicht das wichtigste Projekt für uns, es macht die Vielfalt und die unterschiedlichen Aufgabenstellungen, die uns antreiben. Wenn wir uns nur