



Divers

Es gibt vielseitige Werbeformen. So manchen Slogan hat man sofort im Kopf, wenn man ihn auf der Straße sieht.

Beyond the Tellerrand

Diese grenzüberschreitende Zusammenarbeit ist sicher ein wesentlicher Grund für den internationalen Erfolg der Agentur. „Ich habe die Hälfte meiner Karriere im Ausland gearbeitet. Und wollte daher immer, dass wir aus Österreich heraus für andere Märkte arbeiten. Dass wir nach drei Jahren auf einen Exportanteil von 72,8% kommen, hätten wir uns aber nie träumen lassen. Für A1 Digital erobern wir den deutschen Markt, den Deutschen schmieren wir auch Zuegg Marmelade aufs Brot. Für Tyrolit betreuen wir eine ganze Reihe von Märkten und für Gardena bespielen wir aus Wien die ganze Welt“, freut sich Wieser.

© Gewista



© Karo Pernegger

Vorlaufzeit und damit mehr Experten in verschiedenen Disziplinen.

„Da es keine wechselseitigen Abhängigkeiten gibt, ist die Zusammenarbeit von Respekt geprägt, inhaltlich getrieben und läuft total informell“, ergänzt

Schäffer. Laufend wird zum Beispiel Input von den Data Scientists aus dem Berliner Analytics-Team eingeholt, man teilt sich Strategien und projektbezogen wechseln Mitarbeiter oder gar ganze Teams an andere Standorte.

”

Um digital kreativ zu bestehen, braucht es klare Grundsätze statt Phrasendrescherei. Wir leben das. Daten sind dafür die Basis.

Stefan Schäffer
Digital Director
Heimat Wien

“



© Heimat Wien/Markus Rossle

Heimat Wien sucht gern unkonventionelle Ansätze, um Produkte zu bewerben – wie hier beispielsweise Gardena.