

Für den globalen Etat wurde mit dem US-amerikanischen Unternehmen Google eigens eine Kooperation eingegangen – die erste Österreichs.

Auch auf eine Paradedisziplin oder Branche lässt man sich nicht festlegen. Georg Feichtinger: „Uns war von Anfang an wichtig, ein vielfältiges Portfolio zu haben, um in verschiedenen Branchen und Disziplinen kreativ spielen zu können. Wir machen klassische Werbung, betreuen Social Media-Mandate, liefern Content-Formate und entwickeln umfangreiche Printmagazine mit einem Netz starker Partner.“

Qualität und Idee

Was es für anhaltenden Erfolg braucht, weiß die neue Creative Director Katharina Maun ganz genau: „Am Ende des Tages wirkt die Idee. Darum komme ich auch so gern zu Heimat, weil das ganze Fachwissen nichts bringt, wenn man keine zündende Idee hat. Und Heimat ist das



Ideenexport

Für A1 Digital soll Deutschland erobert werden. Für diverse andere Kunden bewirbt man die Produkte von Wien aus in der ganze Welt.

© Heimat Wien/Christoph Tilley



”

Das ganze Fachwissen bringt nichts, wenn man keine zündende Idee hat. Und Heimat ist das Zuhause vieler Ideen in vielen Bereichen.

Katharina Maun
Creative Director
Heimat Wien

“

Zuhause vieler Ideen in vielen Bereichen.“ Qualität in der Arbeit steht sowieso über allem, wie die beiden Gründer zustimmen. Man wolle für Kunden, die bereit für Neues sind, getreu dem eigenen Motto „Agentur für Veränderung“ gern auch weiter die Extrameile gehen. „Wir machen es uns sicher nicht leicht“, seufzt Stefan Schäffer. „Für unseren Weltrekord für das längste Livestreaming haben wir ganz schön gelitten.“ „Stimmt, Qualität kommt manchmal halt auch von Qual“, grinst Feichtinger.

In diesem Sinne möchte man sich, da sind sich alle unisono

einig, auch bei den Mitstreitern, -tättern und -gestaltern der letzten drei Jahre ausdrücklich bedanken.

Quo vadis?

Zeit für einen Ausblick. Wo soll es für die Agentur die nächsten drei Jahre hingehen? Markus Wieser: „Mal schauen. Für die Agentur für Veränderung gilt nur eines unveränderlich: Qualität setzt sich durch. Deshalb nehmen wir uns auch die nächsten drei Jahre konsequent die Freiheit, für mutige Kunden interessante Projekte und Experimente machen zu können.“

© Karo Pernegger