



Digital: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die drei besten Digital-agenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus allen Baskets.

1 ranking	kraftwerk	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 25,24 Pkt.	Basket 3: 38,61 Pkt.	93,85 rating points
2 ranking	SMC	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 23,78 Pkt.	Basket 3: 39,71 Pkt.	93,49 rating points
3 ranking	ghost.company	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 23,82 Pkt.	Basket 3: 38,00 Pkt.	91,82 rating points

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

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

wertung. Umfassender geht's nicht.

medianet: Dem award liegt das ganze letzte Jahr zugrunde. Wie ist dieses Jahr 2018 aus Ihrer Sicht für die digitale Agenturszene verlaufen?

Hammer: Das digitale Marketing klettert je nach Kunden im Budget immer weiter nach oben. In England ist der digitale Anteil bei 58%, in Österreich im Schnitt bei 20%. Bei kraftwerk-Kunden liegt es ziemlich genau in der Mitte. Kunden, die digitale Werbung mit klassischer Werbung in einer guten Mischung wollen, haben vermehrt kraftwerk eingeladen und beauftragt.

medianet: Wenn man jetzt diese Kunden, die letztes Jahr zu Ihnen kamen, genauer betrachtet, welches war dann das spannendste und welches

das überraschendste Projekt 2018?

Hammer: Das spannendste ist sicherlich die Stadt Wien, wo kraftwerk immer mehr klassisch und digital machen darf. Eine Stadt wie Wien, die anders ist und auch kommunikativ herausfordernd wie keine zweite. Das überraschendste Projekt war sicherlich Henkel, wo wir nunmehr die Digitalagentur für alle Marken geworden sind und bei Glem vital Fullservice machen dürfen. Jetzt kann man sagen, warum überraschend? Weil es sich um einen Digital- und Social Media-Etat für tolle Marken handelt, wo über diese Schiene klassische Werbung mitbeauftragt wurde.

medianet: Wie hat sich das Kundenportfolio insgesamt bei kraftwerk entwickelt?

Hammer: Wir betreuen zwölf Branchen, wo wir zuhause sind.

Unser Kundenportfolio ist in den letzten Monaten mit Henkel, PSA Retail und Austria Trendhotels gewachsen, wobei es uns mehr um die Aufgabenstellung geht. Unsere Superkombi aus Digital und Klassik kommt gut an. Derzeit haben wir einige Markenentwicklungsprojekte im Haus, was für das Team ziemlich interessant ist.

medianet: Wenn wir unseren Blick wenden und kraftwerk von innen betrachten, welche Entwicklung hat es in dieser Zeit intern gegeben, um nicht zu sagen, welche besonderen Highlights gab es sonst noch für kraftwerk 2018?

Hammer: Eine Agentur, die im Jänner 29 Jahre geworden ist, weiß natürlich, dass es nicht nur Highlights gibt, sondern dass man sich ständig hinterfragen muss. Wir haben im Jahr 2018 im ersten Halbjahr damit gekämpft, uns bei allen drei Bereichen weiterzuentwickeln. Wir haben sehr stark ingesourced, um das Kreative- und Servicelevel zu heben. Das ist uns dann im zweiten Halbjahr sehr zugutegekommen. Es geht nichts

medianet: Sie stehen dieses Jahr ganz oben auf dem Siegerpodest bei den medianet xpert. awards und werden als beste Digitalagentur ausgezeichnet. Was bedeutet dieser Erfolg für kraftwerk?

Heimo Hammer: Es macht mir Spaß, diesen Preis für alle Mitarbeiter, Freelancer, Partner und Kunden entgegennehmen zu dürfen. Denn durch die professionelle Vorgehensweise mit den drei Bewertungsbereichen (Baskets) wird alles abgedeckt: Die Kreativität, die Innovation, die Kundensicht, der finanzielle Erfolg und die Pitch-Be-



Wiener Wohnticket

kraftwerk gestaltete den klassischen und digitalen Auftritt der Stadt Wien zur Wohnoffensive.