

Grabher: Wir sind zufrieden, aber noch nicht am Ende. Mit Ende dieses Jahres werden wir in Wien 25 Mitarbeiter beschäftigen. Und wir betreuen zusehends namhaftere Kunden aus Ostösterreich. Am Wiener Parkett sind wir aber noch nicht ‚geläufig‘ – daran arbeiten wir weiter.

medianet: Welchen Beitrag leistet die Wiener Niederlassung zum Gesamterfolg der Agenturgruppe?

Grabher: In Zahlen knapp ein Sechstel – Tendenz steigend. Emotional natürlich weit mehr, da Towa Digital durch den Schritt nach Ostösterreich internationaler wurde und sich mit anderen Wettbewerbern messen kann. Das spornt uns an und macht uns letztlich besser.

medianet: Wie stellt sich das Gesamtangebot von Towa Digital an seine Kunden dar und wofür steht die Agentur primär?

Grabher: Wir führen seit diesem Jahr den Zusatz ‚the digital growth company‘. Heißt: Wir wollen unseren Kunden dabei helfen, digitales Wachstum zu erreichen. Deshalb bieten wir zum einen die Entwicklung digi-

taler Produkte und Plattformen an und zum anderen entwickeln wir digitale Vertriebs- und Marketingkonzepte. Wir sind der Überzeugung, dass diese Bestandteile zentral für die Digitalisierung sind.

medianet: Was macht Sie sicher, dass Towa Digital ein für die aktuellen Kundenbedürfnisse adäquates Angebot hat?

Grabher: Wir wachsen seit der Gründung jedes Jahr zwei-

medianet: Sie persönlich sind nach Wien gezogen und haben die Geschäftsführung von Towa Digital in Wien übernommen. Wie unterscheidet sich der Agenturmarkt in Wien von jenem im Dreiländereck in Brezgen aus Ihrer Sicht?

Grabher: Es geht deutlich internationaler und schneller zu. Der Talente-Pool ist dramatisch größer und verleiht dem Markt eine höhere Dynamik. Und trotzdem muss sich Vorarlberg inhaltlich



Markus Grabher zog nach Wien – um Towa bekannter zu machen.

© Studio Frasching

stellig und es zeichnet sich ab, dass wir dieses Wachstum auch heuer bestätigen werden. Wir können also selbstbewusst sein und müssen uns zugleich jeden Tag die Frage stellen, was unsere Kunden morgen erfolgreich machen wird. Aktuell sehen wir gerade in der Industrie große Entwicklungen hin zur Digitalisierung der Kundenschnittstelle – sowohl in Form von Produkten wie auch in den Vertriebsstrategien. Hier haben wir in den vergangenen Jahren viel Erfahrung gesammelt und wollen weiterhin Pionier für unsere Kunden sein. Wenn uns das gelingt, haben wir spannende Zeiten vor uns.

und handwerklich nicht verstecken.

medianet: Unter den Kunden von Towa Digital finden sich gleich mehrere Weltmarktführer wie Zumtobel Group, Hirschmann Automotive, Pfeifer Group, Alpla Group, Vontobel Bank oder Safran Vectronix: Ist eine derartige Kundenstruktur planbar oder ist das purer Zufall?

Grabher: Beides. Wir sind natürlich stolz, derartige Kundenlogos führen zu dürfen. Diese Kunden sind aber auch genau unsere strategische Zielgruppe. Wir wollen uns weiter auf die großen ‚hidden champions‘ kon-

”

Wir trennen nicht zwischen Wien und Vorarlberg, sondern sind eine Mannschaft. Unser Büro in Wien hat das Ziel, Towa in ganz Österreich bekannter zu machen und in Wien ein etablierter Player zu werden.

“

zentrieren. Diese Unternehmen stehen meist für unkonventionelle Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodelle. Jeden Tag etwas Neues zu sehen und zu lernen, spornt uns an.

medianet: Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Towa Digital aktuell insgesamt?

Grabher: In Summe sind wir aktuell 70 Mitarbeiter – Tendenz steigend.

medianet: Wie sieht Ihre mittelfristige Vision für Towa Digital in Wien aus?

Grabher: Wir trennen nicht zwischen Wien und Vorarlberg, sondern sind eine Mannschaft. Unser Büro in Wien hat das Ziel, Towa in ganz Österreich bekannter zu machen und in Wien ein etablierter Player zu werden.

medianet: Über eine Kooperation ist Towa auch mit einem Office in St. Gallen vertreten; sind aktuell noch weitere Offices geplant?

Grabher: Hierbei handelt es sich um eine Vertriebskooperation. Über diese Kooperation haben wir unsere Sichtbarkeit in der Ostschweiz erhöht. Aktuell planen wir keine weiteren Offices, aber der süddeutsche Markt reizt uns aufgrund der vielen Weltmarktführer, die dort ansässig sind, natürlich sehr.

”

Wir führen seit diesem Jahr den Zusatz ‚the digital growth company‘. Heißt: Wir wollen unseren Kunden dabei helfen, digitales Wachstum zu erreichen.

Markus Grabher
Towa Digital

“