



© Edwin Enzlmüller/enzlmüller-fotografie.at

Die Zukunft liegt in der Digitalisierung

Kreativ, menschlich, digital – die Linzer Werbeagentur Wanted nutzt die Pandemie, um ihre Kompetenzen zu erweitern.

... Von Chris Radda und Tanja Holz

Corona hat nicht nur negative Auswirkungen auf die Medienwelt – das zeigt sich vor allem in der Werbebranche. Gewinner sind die, die sich an die neuen Umstände

anpassen, ihr Repertoire adaptieren und neue Wege einschlagen. Eines dieser Positivbeispiele liefert die Werbeagentur Wanted aus Linz. „Der erste Lockdown war für die gesamte Branche und auch für uns gewissermaßen eine Art Shockdown. Keiner wusste, wie das, was eben passiert, einzustufen ist. Jetzt, nach

einem Jahr, haben wir ein sehr klares Bild, das eigentlich gar kein besonders negatives ist“, erklärt Gunter Heimel, geschäftsführender Gesellschafter von Wanted. „Wir hatten als Agentur Glück, eine Kundenstruktur zu haben, die von den Auswirkungen der Pandemie nur sehr wenig betroffen ist.“

Kaum Verluste

Neben Kunden wie Bilfinger, voestalpine und Borealis zählt Wanted unter anderem die WKO Oberösterreich zu ihrem Kundenstamm, die in der Pandemie gefordert war, für ihre Mitglieder aktiv zu werden. „Zu Beginn des ersten Lockdowns wurden in Hörfunk und TV die Kassiere