

schickt haben. Ich hatte das Gefühl des Kontrollverlusts, aber es gab keinerlei Probleme.“ Im ersten Lockdown waren alle im Homeoffice, das Team lieferte die gewohnt gute Arbeit. Auf Work-Life-Balance wurde besonderer Wert gelegt: „Wir machten und machen wöchentliche Umfragen, wie es den Mitarbeitern in dieser anstrengenden Zeit geht. Der kreative Pragmatismus wurde über die Exzellenz gestellt, weil wir die Work-Life-Balance sehr ernst nehmen. Wir haben die Arbeitszeit, ohne Kurzarbeit anzumelden, verkürzt und Mail-freie Zeiten eingeführt.“



In den letzten fünf Jahren konnte die Agentur Heimat Wien über hundert Awards gewinnen – national und international.

”

Wir wollen zeitgemäße Arbeit anbieten. Wir können auf allen Ebenen liefern, die Bestätigung dafür erhalten wir von unseren Kunden und Awards.

Markus Wieser

“

„Es war sehr turbulent, mit Licht- und Schattenseiten. Wir haben das Jahr 2020 ganz gut über die Bühne gebracht, auch wenn wir Corona ebenfalls gespürt haben. Wir hatten Digital und allgemein sogar mehr zu tun aufgrund der Coronakrise und spontanen Schnellschüssen“, gibt Schäffer einen zusätzlichen, sehr ehrlichen Einblick.

Ein gutes Jahr

Das Team lieferte eine sensationelle Performance. Heimat gewann rund zwei Drittel aller

Pitches, zwei Talente wurden in die Führungsmannschaft aufgenommen: Simon Pointner (Creative Director, Art) und Philip Krautsack (Creative Director, Text).

xpert.Ranking, internationale und nationale Awards: Das Jahr 2020 war alles in allem sehr zufriedenstellend, auch wenn bei Bestandskunden viel Veränderung durch Corona entstanden ist. Und auch jetzt, über ein Jahr nach Ausbruch der Covid-19-Pandemie, ist die Zukunft noch ein bisschen unsicher. Einen dogmatischen Fünfjahresplan, wo und mit wie vielen Mitarbeitern man dann dastehen will, gibt es im Grunde genommen gar nicht. Wozu auch – es läuft ja sehr gut, führt Markus Wieser weiter aus: „Wir sind letztes Jahr um ein Drittel gewachsen. Das liegt auch daran, dass wir das Geld in die Agentur und unsere Mitarbeiter investiert haben und nicht an Netzwerke abführen müssen.“

Der Erfolg mit Kunden dank „Ecken und Kanten“ spricht ohnehin für sich. Darum gilt für die nächsten Jahre: „Wir wollen nicht riesengroß werden und uns ständig selber wiederholen, nur um laufende Rechnungen zahlen

zu können. Ob wir in fünf Jahren größer oder in derselben Größe sind, wird sich weisen. Wir gehen jeden Tag neu an. Ohne auch nur einem Anflug von Eitelkeit führt Stefan Schäffer weiter aus: „Es hört sich komisch an, aber wir wollen den Kunden zeitgemäße Arbeit anbieten, also einen ganzheitlichen Ansatz. Wir können auf allen Ebenen liefern, die Bestätigung dafür erhalten wir auch von unseren Kunden und Awards.“

Mehr als 100 Awards hat Heimat Wien bislang geholt – es geht der Agentur nicht um das

”

Für uns als Agentur hat es Priorität, die Nähe trotz räumlicher Distanz zwischen den Mitarbeitern aufrechtzuerhalten.

Stefan Schäffer

“

Blitzlichtgewitter in der Szene, sondern eben um die Bestätigung der Qualität der Arbeit.

Verantwortung

Markus Wieser und seinem Team sind aber auch die gesellschaftliche und soziale Verantwortung wichtig. Gutes zu tun, selbstverständlich pro bono, ist Heimat sehr wichtig, wie Wieser meint: „Wir haben für Global 2000, die Caritas, Vinzirast, Möwe, Ute Bock oder Neunerhaus gearbeitet.“ Das Engagement ging so weit, dass man vor gut zwei Jahren sogar eine eigene Initiative, „1von4kindern“, gründete. In der Agentur unterhielt man sich darüber, dass eines von vier Kindern psychisch beeinträchtigt aufwächst – und man setzte proaktiv eine Kampagne zur Bewusstseinsbildung um. Andersmachen eben.

Und so gilt für die kommenden Monate das, was auch in den letzten Jahren galt: „Corona hat viele Unternehmen und Agenturen durchgerüttelt und die Arbeitsweise durch Teleworking massiv verändert. Für uns als Agentur hat es die höchste Priorität, die Nähe und Verbindung trotz räumlicher Distanz zwischen den Mitarbeitern aufrechtzuerhalten und zu festigen.“