



© Martina Berger

**„Eigengewächs“**

Mit Simon Pointner (l.) und Stefan Schöffner sind zwei langjährige Mitarbeiter zum Creative Executive bzw. Managing Director aufgestiegen.

ge unbeschadet durch. Tja, dann kam Omikron ... Unser gesamter Workflow ist zwar seit eh und je komplett digitalisiert, aber wenn man krank ist, ist man nun mal krank.

**medianet:** *Zum Schluss der Blick in die Zukunft: Was ist in nächster Zeit geplant?*

**Wieser:** Unsere Liste für 2022 sprengt sicher den Rahmen dieses Interviews. Um ein paar Highlights herauszupicken: Wir werden der flügge gewordenen erna dieses Jahr noch mehr Eigenständigkeit geben und planen auch in zwei anderen Bereichen Ausgründungen. Noch im ersten Halbjahr werden wir eine Top-Personalie bekannt geben, die mit uns das Kapitel für die nächsten sieben Jahre aufschlagen wird. Damit wir in sieben Jahren in noch mehr Kategorien ganz oben auf dem Stockerl stehen ...

nie mal die New Business-Erfolge des Vorjahres auf die Straße bringen. Völlige Neuentwicklungen für Verbund, Metro und Ergo sind ja keine Kleinigkeit! Dann konnten wir – eine relativ neue und schöne Erfahrung für uns – auch die Etats verteidigen, die wir wirklich halten wollten. Andere haben wir bewusst ziehen lassen – untypisch für Dienstleister, aber wir haben halt unseren eigenen Kopf und Anspruch und sind keine typische Agentur. Gegen Ende des Jahres

waren mit Böhlinger Ingelheim, der begleitenden Kampagne zur Frauenbefragung der Stadt Wien und einem großen Wettanbieter wieder tolle Erfolge zu feiern. Die Serie hat auch nicht mit dem Jahreswechsel geendet, wir können auch heuer einen wirklich großen Kunden begrüßen. Dazu mehr demnächst ...

**medianet:** *Welche Trends und Entwicklungen werden die Werbebranche heuer prägen?*

**Wieser:** Wir sind keine Hellseher, aber Budgets werden wohl nicht größer, und die Anzahl der Kontaktpunkte nicht kleiner werden. Also wird es weiterhin darum gehen, möglichst ganzheitliche Markenerlebnisse quer über die Kanäle zu bieten. Das kommt uns gelegen, da wir sehr ganzheitlich an Aufgaben herangehen. Andererseits können wir den üblichen Reibungsverlust bei komplexen und fragmentierten Projekten minimal halten, da wir dank unserer Content-Produktions-Unit ‚erna‘ sowohl Konzeption als auch Produktion aus einer Hand anbieten. So kommt sicher jedes einzelne ‚Budget-PS‘ auch wirklich auf die Straße.

”

*Es wird weiterhin darum gehen, möglichst ganzheitliche Markenerlebnisse quer über die Kanäle zu bieten.*

**Markus Wieser**

“

**medianet:** *Wie sind Sie bisher ins Jahr 2022 gestartet?*

**Wieser:** Ziemlich kurzatmig. Denn zu all den Entwicklungen und Erfolgen auf Bestands- sowie Neukunden-Ebene kommt ja die vermaledeite Corona-Thematik. Wir kamen da durch konsequente Maßnahmen lan-

## xpert.Ranking Werbeagenturen

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Gesamtpunkte
1	Heimat Wien	30,00	27,08	39,60	96,68
2	Tunnel23	30,00	26,84	37,60	94,44
3	Reichl und Partner	30,00	23,20	39,60	92,80
4	Springer & Jacoby Österreich	30,00	22,79	40,00	92,79
5	VMLY&R	30,00	23,99	38,40	92,39
6	ghost.company	30,00	21,57	39,70	91,27
7	Zum goldenen Hirschen	30,00	21,04	40,00	91,04
8	kraftwerk	30,00	21,14	39,83	90,97
9	Wien Nord Serviceplan	30,00	24,17	36,13	90,30
10	&Us	27,00	24,76	38,13	89,89
11	Omnes	30,00	18,44	40,00	88,44
12	Kobza and The Hungry Eyes	27,50	23,58	36,56	87,64
13	Good Life Crew	28,00	19,22	36,95	84,17
14	SPS Marketing	30,00	19,39	33,81	83,20
15	Cayenne	28,00	17,24	36,35	81,59
16	move121	25,00	12,39	38,00	75,39
17	Kotschever Weiss	19,00	14,43	38,40	71,83