

„Digital ist nicht egal“

Im **xpert**.Ranking der Digitalagenturen gibt es keine Überraschung: kraftwerk sichert sich in einem Fotofinish erneut den ersten Platz.

... Von Sascha Harold

Die Konkurrenz unter den Digitalagenturen ist groß. Bei den heurigen **xpert.awards** haben sich 19 Agenturen dem Vergleich gestellt, der Sieger ist derselbe: kraftwerk setzt sich im Kopf-an-Kopf-Rennen durch und verteidigt den Spitzenplatz aus dem Vorjahr. Über die prägenden Projekte des letzten Jahre, den Hype um das „Metaverse“ und das Thema Employer Branding hat medianet mit kraftwerk-CEO Heimo Hammer gesprochen.

”

Die Pandemie hat den Letzten am Markt überzeugt, dass digital nicht egal ist.

Heimo Hammer
CEO kraftwerk

“

medianet: Seriensieger bei den Digitalagenturen – was macht kraftwerk anders als die anderen?

Heimo Hammer: Das müssen unsere Kunden beantworten,

kraftwerk bietet ein international eingespieltes Team in den Bereichen Strategieberatung, crossmediale Kreation, State-of-the-Art Web Technology inhouse und datadriven Marketing aus einer Hand. In unserem kraftwerk Ecosystem haben wir internationale Partner, die nationale und internationale Kunden seit Jahren erfolgreich unterstützen. Wir haben uns von einer eigentümergeführten Agentur zu einer eigentümergeführten Plattform mit 108 Mitarbeiterinnen und und Mitarbeitern sowie Ecosystempartnern entwickelt.

medianet: Die Covid-Pandemie hat dem Digitalen weiter Auftrieb gegeben; hat sie auch Dinge verändert?

Hammer: So schlimm die Pandemie auch war und wird, die Folgen kennen wir alle noch nicht, jedenfalls kann man sagen, dass digitale Dienstleistungen in den letzten zwei Jahren massiv nachgefragt wurden. Die Pandemie hat den Letzten am Markt überzeugt, dass digital nicht egal ist. Es geht aber nicht um digital allein, sondern es geht darum, kreativ und kommunikativ ‚Human2Human‘-Beziehungen zu ermöglichen oder zu vertiefen.

medianet: Welche besonderen Projekte haben Sie im Vorjahr umgesetzt?

Hammer: In der Strategieberatung waren die Branchen Ban-

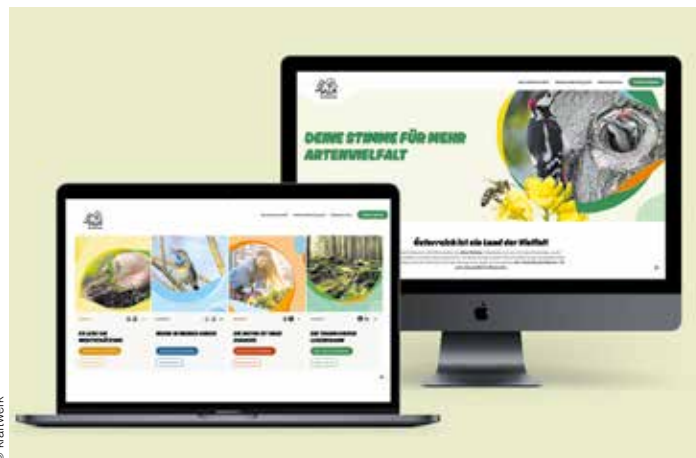
ken und Versicherungen, Retail und Gesundheit sehr aufstrebende Bereiche; was kreative Kampagnen und Umsetzungen anbelangt, haben wir für die Österreichische Nationalbank, Bundesministerium für Klimaschutz, Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Stadt Wien, elektrabregenz, Stihl und Drinks at Home interessante und kreative Projekte umgesetzt. Im Bereich Technology haben wir für Asfinag und Interwetten intelligente Lösungen gebaut und für einige Kunden wie z.B. philoro und Remedia viel Geld verdient. Beim datadriven Marketing haben wir uns entschieden, mit der Next One am Markt anzugreifen. Creativity and Data sind bei kraftwerk eine perfekte Symbiose und kein Widerspruch.

medianet: Und welche Neukunden konnten Sie gewinnen?

Hammer: Das Bundesministerium für Klimaschutz, Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Denzel Bank, Gastro.News, Palfinger, Trustbit, Beko, Kuratorium für Verkehrssicherheit, tenfold, Kommunalkredit und Profem.

medianet: Kommen wir zu aktuellen Themen. Um das Metaverse ist zuletzt ein Hype ausgebrochen – aus Ihrer Sicht zu Recht?

Hammer: Das Metaverse ist schon eine coole Sache. kraftwerk war vor 20 Jahren dabei, als wir mit der VRML-Language 3D-Welten gebaut haben. Die Gamer sind aus der Schule draußen und bilden eine stark wachsenden Kundengruppe. Der



„wildentschlossen“, eine digitale Full Service-Kampagne für mehr Artenvielfalt.