**Teamarbeit**
Heimo Hammer (CEO), Angelika Hammer (Agenturleitung), Clemens Mar (Senior Consultant), Gerhard Grossberger (CTO), Roman Sindelar (CCO), Stefan Reich (Data Scientist), Anna Wessely (Head of Strategy).

vom „Schmelztiegel der Ideen", die weit über Werbung hinausgehen, begeistert.

**Die „Un-Consulter"**

Beim Thema „ Un-Consulting" sei man alles andere als ein „klassischer Berater", so Clemens Mar, Senior Consultant bei kraftwerk. Anders als andere, gehe man an Aufgaben durchaus unkonventionell heran, und so kann es passieren, dass am Ende eines Prozesses der Kunde gleich ein Start-up mit kraftwerk gründet, um gemeinsam neue Geschäftsfelder mit neuen Geschäftsmodellen zu erobern.

„kraftwerk hat so viel Business- und Projekterfahrung, die aus unserer jahrzehntelangen Expertise in den Bereichen Strategie, Behavioral Design und Digitale Transformation kommt, dass Kunden gerne mit uns neue Wege gehen", so Jürgen Oberguggenberger, Partner bei kraftwerk, über den Zugang, wie die Agentur arbeitet.

Wesentlich für den Erfolg der eigenen Kunden sei auch die kollaborative Kultur des Arbeitens bei kraftwerk, das sich als Partner seiner Kundinnen und Kunden sieht, so Angelika Hammer, Agenturleitung.

**Feelgood als Agenturmotto**

„Unser Anspruch ist es, mit unseren Kunden immer einen Schritt voraus zu sein, was sie führend am Markt macht. Wir sehen uns relevante neue Entwicklungen aktiv an und versuchen, mit Tests oder Prototypen ein Gefühl für die Marktpotenziale zu entwickeln", so Anna Wessely, Head of Strategy.

Auf die Frage nach dem USP von kraftwerk kommt eine verblüffend ehrliche Antwort: „Man kann Kunden nur verändern, wenn man es selbst kann. kraftwerk hat sich zu einer innovativen, kreativen, technologie- und datengetriebenen Organisation entwickelt, die gemeinsam mit Kunden auch Fehler macht und dabei immer erfolgreicher wird", so Heimo Hammer.

„Das Schöne bei kraftwerk ist die Vernetzung der Brains – nicht nur menschlich, sondern auch bei den Disziplinen", ergänzt CCO Roman Sindelar. „Denn viele Kundinnen und Kunden erkennen, dass es nicht mehr zeitgemäß ist, in Silos zu denken, und wollen diese gezielt abbauen."

> *Wir sehen uns relevante neue Entwicklungen aktiv an und versuchen, mit Tests oder Prototypen ein Gefühl für die Marktpotenziale zu entwickeln.*
>
> **Anna Wessely**
> *Head of Strategy*

> *kraftwerk hat sich zu einer innovativen, kreativen, technologie- und datengetriebenen Organisation entwickelt, die gemeinsam mit Kunden auch Fehler macht und dabei immer erfolgreicher wird*
>
> **Heimo Hammer**
> *kraftwerk-CEO*

**Mit Daten erfolgreich bleiben**

„Die Märkte und die Kunden verändern sich rasend schnell. Egal ob Innovation oder Transformation – über allem schwebt das Technologiethema und die Daten, die die Grundlage erfolgreichen Handelns sind", so Gerhard Grossberger, Chief Technology Officer. „De facto ist es so, dass die meisten neuen, digitalen Geschäftsmodelle datengetrieben sind und der Vorteil von kraftwerk in der jahrzehntelangen kreativen Expertise liegt, auf die man hier zurückgreifen kann", so Stefan Reich, Geschäftsführer von NextOne, dem jüngsten Unternehmen aus dem kraftwerk Ökosystem.

Die Frage, ob kraftwerk mit all den neuen Dingen, die man macht, noch eine Werbeagentur sei, bejaht Heimo Hammer: „Im Menü von kraftwerk ist Werbung ein Hauptgang. Denn ohne Werbung geht es nicht. kraftwerk sieht sich als Zukunftsagentur für Kunden, die die Disziplinen – Consulting, Kommunikation, Technologie und Daten – mit einem guten Gefühl aus einer Hand wollen", so Hammer abschließend.