

••• Von Dinko Fejzuli

Heimat Wien hat im heurigen Sommer mit „Freude“ ein eigenes Studio für Markenerlebnisse gegründet. Die vier Schwerpunkte, auf die sich das neue Unternehmen konzentriert, sind Branding, Design, Architektur und Markenstrategie. Fokussieren will sich das Studio rund um Heimat Wien-Gründer Markus Wieser und Freude-Mitgründer und Creative Director Simon Pointner und Emil Höher (Strategie & Beratung) auf ganzheitliche Markenerlebnisse.

„Als Heimat Wien haben wir uns immer ganzheitlich ein-

“

Wir sehen uns als eigenständiges Studio, das den Fokus auf Markenerlebnisse legt.

Simon Pointner
Mitgründer und CD
Freude

“

gebracht. Bei unserem Gründungskunden, einem Drogeriefachmarkt, haben wir damals gemeinsam mit einem an Bord geholten Architekten ein POS-Konzept entwickelt, das bis heute im Einsatz ist. Wir haben jetzt die Möglichkeit, aus der erfolgreichen Agentur heraus ‚Freude‘ auf ihre eigene Reise zu schicken und genau diese Schnittmengen weiter zu vertiefen und auch neue aufzumachen“, führt Wieser aus. Ansprechen wolle man mit Freude in erster Linie Menschen, die einen inneren Be-

zug zu dem haben, was sie tun. Also Gründer, Eigentümer oder Entscheidungsträger mit einer langfristigen Perspektive.

Touchpoint-Vielfalt

Das Thema des Markenerlebnisses wird auch deshalb immer zentraler, weil es inzwischen zahlreiche Kanäle und damit Berührungspunkte gibt, an denen Menschen mit Marken in Kontakt kommen können. „Um diesem Thema einen entsprechenden Stellenwert zu geben, haben wir das Studio gegründet“, so Wieser.

Prozess, der mit einer klaren Analyse, der Marke und ihrer Umgebung beginnt. Dann arbeiten wir in einer strategische Phase an Faktoren, wie Tonalität, generellem Messaging sowie Markenfaktoren wie Mission und Vision. Daran schließt eine konzeptionelle Phase an. Damit haben wir die Basis des Projekts, die wir dann systematisieren. Dazu machen wir Touchpoint-Analysen, gehen auf alle Lebensbereiche der Marke ein, um das alles dann in der letzten Phase tatsächlich anzuwenden“, führt Höher aus.



Als Gassenlokal ist Freude als offener Raum konzipiert.

Pointner ergänzt: „Wir wollen keine Konkurrenzveranstaltung zu Agenturen sein, sondern sehen uns als eigenständiges Studio, das den Fokus auf Markenerlebnisse legt.“ Dabei setzt Freude auf ein Team, das sich aus verschiedenen Disziplinen speist, um eine möglichst breite Palette abzudecken – von der Strategie, über Design bis zur (Innen-)Architektur ist alles dabei.

Der Markenprozess folgt dabei nach einem genauen Ablauf: „Grundsätzlich arbeiten wir immer in einem fünfstufigen

Offener Raum

Wichtig war den Gründern dafür nicht zuletzt der richtige Ort. In einem eigenen Geschäftslokal in der Praterstraße setzt man mit der Kombination aus Studio und dem eigenen Pop-up-Space Pop14 auf das Prinzip Open House.

„Wir wollen damit den Kontakt zum echten Leben, den echten Interaktionen mit den Marken suchen. Reale Markenauftritte ermöglichen nun mal physische und emotionale Kontaktaufnahme“, so Pointner. Die Arbeit

“

Wir haben jetzt die Möglichkeit, aus der erfolgreichen Agentur heraus ‚Freude‘ auf ihre eigene Reise zu schicken.

Markus Wieser
CEO Heimat Wien

“

ende bei Freude nicht mit dem fertigen Brand Manual, sondern, so Pointner weiter, beginne an dieser Stelle erst: „Erst da erwecken wir die Marke zum Leben und machen sie erlebbar. Dabei ist egal, welcher Touchpoint das ist, sei es digital, ein Filialdesign oder auch ein Produktdesign. Alles muss ineinandergreifen und auf die Markestrategie einzahlen.“

Ein Award zum Start

Ein Kunde der ersten Stunde ist die cucinaAlchimia, ein experimentelles Koch-Kollektiv, das sich auf die Schnittstelle zwischen Design, Kunst und Kulinarik konzentriert. „Wir haben dort schon in der Gründungsphase Kontakt gehabt und konnten früh mithelfen, den Gründungsgedanken zu formulieren und haben dann mitgestaltet, was und wie angeboten wird“, so Wieser.

Die gemeinsame Arbeit und das neu eröffnete Restaurant hat dem Studio bereits zum Start einen internationalen Red Dot Design Award eingebracht. Für die eigene Eröffnung des Studios Freude wurde in Zusammenarbeit mit der cucinaAlchimia eine eigene, trinkbare Jacke entwickelt und verkostet.