

Im Ranking der Digitalagenturen gibt es bei den xpert. awards heuer einen alten Bekannten: Heimat Wien setzt sich mit Bestwertung vor Scholz & Friends und Reichl und Partner eMarketing durch. In einem Doppelinterview erzählen Gründer und CEO Markus Wieser und Partner und COO Alexander Hofmann vom letzten Jahr, aktuellen Trends und anstehenden Aufgaben.

medianet: Erneut ist Heimat Wien die beste Digitalagentur im xpert.Ranking. Was ist das Erfolgsrezept?

„Ganz besonders freut uns, dass wir zunehmend ganzheitliche Mandate gewinnen und so für Kunden in den verschiedensten Bereichen des Kommunikationsorchesters Akzente setzen.“

Markus Wieser
Gründer und CEO Heimat Wien

Alexander Hofmann: Wenn das so einfach wäre, würden wir es hier nicht verraten.

Wieser: Aber zum Kauf anbieten! (lacht)

Hofmann: Scherz beiseite, als Agentur für Veränderung hören wir einfach nicht auf damit, uns und unsere Arbeitsweisen laufend zu überdenken. Und damit auch unsere Tools zu verändern. Ich kenne keine andere Agentur, die derart spielerisch mit Technologie umgeht.

Wieser: Stimmt. Menschliche Kreativität und künstliche Intelligenz sind eine tolle Kombination – wenn Mindset, Skillset und

Toolbox vorhanden sind. Um alle drei in Einklang zu halten, scheuen wir keine Kosten oder Mühen. Ob es 3D-Drucker, Laserscanner und VR-Brillen oder generative AIs in den verschiedensten Bereichen von Konzeption über Inszenierung und Produktion sind, wir haben alles am Start.

medianet: Sie haben Technologie angesprochen. Gerade der Digitalbereich ist ja von oft kurzlebigen Trends geprägt. Welche spielen aktuell die größte Rolle?

Wieser: Stimmt. Die laufend neuen Möglichkeiten, die Technologien bieten, verlocken sehr dazu, die Inszenierung über den Inhalt zu stellen. Und überall mitzumachen, wo die Musik gerade spielt. Das führt aber oft dazu, die eigenen Identität, die eigene Botschaft zu vergessen. Und die Stimme zu verlieren.

KI-Projekt
Großes mediales Echo: Für den KfV hat Heimat Wien mithilfe von KI die Stimme einer bei einem Raser-Unfall verstorbenen jungen Frau zum Leben erweckt, um mitzuhelfen, das Anti-Raser-Paket im Parlament durchzubringen.

Statt über Trends auf Ideen zu kommen, gehen wir lieber den anderen Weg.

Hofmann: Na ja, aus kreativer Sicht ist das Experimentieren mit neuen Möglichkeiten schon extrem wichtig. Uns ist dabei wichtig, unsere Empfänger zu überraschen und zu begeistern. Das zigste Lookalike Werbemittel zieht da nicht mehr. Was die Möglichkeiten von KI betrifft, stehen wir noch ganz am Anfang. In jedem Bereich. Man braucht sich nur die Entwicklung der Sozialen Medien anschauen, um zu wissen: Wir wissen noch gar nix. In der Schnittmenge der beiden sehe ich unglaubliches Potenzial, neue Trends zu generieren – kein Wortwitz –, anstatt ihnen nur zu folgen.

medianet: Was bedeuten diese Trends für die Kreativbranche?

Wieser: Neue, beeindruckende, weil noch nicht gesehene, Inszenierungen zu schaffen, ist heute dank Technologie so einfach – und kostengünstig – wie nie. Das Überangebot führt nur rasch zu einer Abstumpfung. Ich sage es nochmals: Relevant und gezielt zu filtern statt planlos breit zu scheitern, ist für mich das Wichtigste überhaupt. Hoffentlich wird das ein Trend, dann müssen wir alle viel weniger Mittelmaß ausblenden oder wegklicken ...

Hofmann: Und wirklich spannend wird es natürlich dann, wenn KI nicht nur im Workflow



xpert.Ranking Digital & Internet

Rang	Agentur	Basket 2			Gesamt-punkte
		Basket 1	Jury	Kunden	
1	Heimat Wien	30,00	27,25	39,84	97,09
2	Scholz & Friends	30,00	24,40	39,34	93,74
3	Reichl und Partner eMarketing	30,00	24,00	39,73	93,73
4	kraftwerk	30,00	23,59	40,00	93,59
5	SMC Social Media Com.	30,00	23,42	40,00	93,42
6	&Us	28,00	24,17	39,11	91,28
7	Zum goldenen Hirschen	30,00	22,96	38,29	91,25
8	Pulpmedia	30,00	25,95	35,28	91,23
9	Slopelift PM Media	30,00	14,24	36,58	80,82
10	NDA	28,00	14,28	32,58	74,86