

Agenturen

Gardena-Etat für Heimat Wien

Die weltweite digitale und klassische Markenkommunikation von Gardena wird die nächsten Jahre in Wien gemacht.



Die Traditionsmarke Gardena macht Heimat Wien zur globalen Lead-Agentur für ihre gesamte Markenkommunikation über die nächsten drei Jahre hinweg. © Gardena - Heimat Wien

Heimat Wien konnte sich im zweistufigen Pitch um die weltweite Kommunikation der Marke Gardena durchsetzen. Die Agentur wird die deutsche Traditionsmarke, die dem Husqvarna-Konzern gehört, zunächst drei Jahre über alle Disziplinen - Digital, Klassik, Ambient/Experiential - hinweg betreuen.

Marco Heller, Global Director Brand Management von Gardena, zu den Rahmenbedingungen der Kommunikationsarbeit: "In den letzten Jahren hat sich im Garten viel getan. Gärtnern wurde jünger, cooler, hipper. Das Arbeiten mit und in der Natur wurde regelrecht zum Trend. Stichwort: City Gardening. Für die Marke Gardena bringt das große Chancen, aber auch Herausforderungen. Es gilt, den Spagat zwischen Tradition und Innovation zu meistern."



"Wir haben uns zahlreiche internationale Top-Agenturen angesehen. Die frischen und überraschenden Ideen von Heimat Wien haben uns überzeugt", so Laurent Van Hoestenbergh, Vice President Brand & Marketing des Unternehmens, zur Zusammenarbeit mit Heimat Wien.

Markus Wieser, Geschäftsführer Beratung Heimat Wien, dazu: "Es kommt nicht allzu oft vor, dass eine österreichische, eigentümergeführte Agentur sich in einem Pitch um die weltweite Marken-Kampagne einer international renommierten Traditionsmarke durchsetzen kann. Dass Gardena in der Entwicklung zu einer Life-Style-Marke auf uns und unsere Ideen setzt, freut uns daher ganz besonders".



© Gardena - Heimat Wien

Stefan Schäffer, Digital Director bei Heimat Wien, erklärt, Gardena digital zu betreuen, sei "besonders spannend". Er begründet, dass es sich "schließlich um eine Marke handle, die das genaue Gegenteil der digitalen, virtuellen Welt repräsentiert. Allerdings gilt das nur oberflächlich". Zwar gehe es, so Schäffer weiter, beim Arbeiten mit und in der Natur immer um 'analog', zutiefst natürliche und vor allem reale Sinneserfahrungen. Das gilt aber nur auf der ersten Ebene. Der Heimat Wien-Digital Director weiter: "Die zweite Ebene – das Austauschen und Ausleben der Erfahrungen – geschieht immer mehr in den digitalen Medien. Denn auch wenn der City-Gardener in der einen Hand eine Schaufel hält, hat er das Smartphone noch immer in der anderen. Kurz: Im Garten, wo auch immer der ist, wird heute nicht nur Obst und Gemüse für das soziale Umfeld gezogen, sondern auch Content für Social Media produziert."