

feel
good

kraftwerk



© Foto: Matthias Hesel

#beat yesterday

Vom Red Ocean zum Erfolgskurs

Zu viele Old Men, zu wenig dicke Fische. Im überfischten Meer der Ähnlichkeiten ist immer weniger zu holen. Im Zeitalter der Digitalisierung, Standardisierung und sinkenden Preise kommt nur auf Erfolgskurs, wer frischen Wind zulässt. kraftwerk setzt für Kunden deshalb laufend neue Impulse. Jedes Projekt muss einen Schritt vorwärts machen. Dass man dabei ab und zu vom Kurs abkommt, ist auch klar. Aber neue Märkte und Kunden entdeckt man eben nur an unbekannten Ufern.

v. l. n. r.: Anna Wessely (Head of Digital Strategy and Content Marketing) | Heimo Hammer (CEO) | Jürgen Öberguggenberger (CCO) | Angelika Hammer (COO) | Gerhard Grossberger (CTO)

© Foto: Matthias Hesel

Wir wachsen mit den Herausforderungen, unser Portfolio auch.

INNOVATION

Start-Ups, neue Geschäftsmodelle, neue Kommunikation, Upcoming Technologies, The Next Big Thing

CONSULTING

Strategie, Konzept, Markenentwicklung, Markenführung, CI/CD, Marketing, Unternehmensberatung, Produktberatung, Produktentwicklung, Geschäftsmodelle, Technologieentwicklung, Digital Change

KOMMUNIKATION

Kampagnen, Anzeigen, Außenwerbung, Direct Marketing, Strategie, Konzept, Marke, CI/CD, Drucksorten, Guerilla, HF, TV, Imagefilm, POS, Websites, Blogs, Apps, v-cast/Podcast, Promos, AR, Redaktion, Online-Werbung, SEO/SEM, Analytics/Tracking, Social Media, Content Marketing, Influencer Marketing, Community Management, Vermarktung, Producing

TECHNOLOGY

Business-Applikationen, Webportale/Microsites, Mobile Apps, E-Commerce, VR, Chatbots, CMS/CRM

Die Kraft, die Welt zu verändern

kraftwerk wurde im Jahr 1990 von 17 Student*innen der Wirtschaftsuniversität gegründet. Das Ziel war einfach: die Welt verändern! Dazu wurden ganz neue Wege gesucht, Unbekanntes ausprobiert, Fehler gemacht und Lösungen gefunden. Mehr als 4.500 erfolgreiche Projekte später – davon über 2.500 im digitalen Bereich – hat kraftwerk nicht nur die Welt, sondern vor allem den heimischen Agenturmarkt verändert. Als atypische Agentur ist uns bis heute jede Schublade zu klein: Vom erfolgreichen Consulting über Kommunikation und Technologie kommt alles aus einer Unternehmensgruppe. Und natürlich stehen die Türen für neue Ideen und Wege genau wie vor 28 Jahren weit offen.

Dazu lernen, statt alles besser zu wissen

kraftwerk sieht sich als Sparringpartner seiner Kund*innen. So lernen wir aus erster Hand, was am Markt erfolgreich macht und welche Herausforderungen warten. kraftwerk ist weder eine klassische noch eine digitale Agentur, kein Consultingunternehmen und keine Programmierbude. Vielmehr haben wir gelernt, die Neugierde unserer Mitarbeiter*innen in allen Disziplinen

zu wecken und ihren Wissensdurst zu stillen. Auch bei Kund*innen und Partner*innen suchen wir laufend nach neuen Herausforderungen. Ein Vierteljahrhundert im Digitalbereich hat uns gelehrt: Was vor drei Jahren funktioniert hat, ist heute möglicherweise ein stranded Investment. Aber wenn man mit Kund*innen auf Entdeckungsreise geht, feiert man oft Erfolge, die davor niemand für möglich gehalten hätte.

Wer in die Initiative geht, kommt weiter

In den letzten Jahren hat kraftwerk die Fühler weiter denn je nach Innovationen ausgestreckt. Mit nationalen und internationalen Partnern wurden völlig neue Formen der Zusammenarbeit entdeckt und Synergien genutzt. Mindestens 20% unserer Zeit investieren wir aktuell in neues Wissen. Mit der Initiative #HelloTomorrow ermutigen wir Kund*innen, diesen Wissensvorsprung JETZT zu nutzen. Denn wir sind hungrig nach mehr – mehr neuen Projekten, mehr Innovationen, mehr Ideen und natürlich nach mehr Erfolg für unsere Kund*innen und damit auch für uns.

Wir machen Kommunikation für Menschen statt Werbung für Medien.

Die Kraft der Kommunikation

Seit 1990 macht kraftwerk kommunikative Nägel mit Köpfen. Ob bei Kundenzufriedenheit oder Agenturleistung, seit Jahren mischt kraftwerk bei allen Rankings in den Top-Platzierungen mit. Erfolgreiche Kommunikation geht offensichtlich auch ganz ohne typische Agentur-Struktur und -Attitüde.

Grenzen wie Online und Offline gibt es nicht. Kommunikationskonzepte richten sich bei kraftwerk immer nach den Menschen.

Wie sprechen, texten, sehen und hören wir? Woher bekommen wir Informationen und wie konsumieren wir sie? Mit welchen Innovationen kann man die Konkurrenz überholen und als Erster bei Kund*innen ankommen?

Reden wir darüber. Ob große Marken oder innovative Start-Ups: In über 25 Jahren hat kraftwerk in fast allen Branchen Herausforderungen gelöst und erfolgreiche Kommunikationslösungen entwickelt.

Mit kraftwerk weltberühmt in Österreich

Nach 85 Märkten rund um den Globus erobert Domino's Pizza mit kraftwerk endlich Österreich. The Famous Pizza of Your Neighborhood bildet die kommunikative Klammer zwischen globalem Brand und Wiener Grätzl. Österreichische Zutaten verbinden sich bei Domino's Austria mit original amerikanischer Pizza.

Think global, act local ist das Domino's Rezept, das die Marke international erfolgreich und zu der am schnellsten wachsenden Restaurantkette der Welt macht. Durch Storytelling am POS, im Print, OoH und Online kommen endlich auch die Österreicher*innen auf den Geschmack der weltberühmten Pizza.

Der Rekordstart der ersten Filiale in Floridsdorf sorgte selbst international für Aufsehen. Bis Ende 2019 sollen weitere 40 Stores in Österreich folgen.



Domino's Pizza

Markteinführung | Full Service

Außenwerbung
Beratung | Strategie
Content
Direct Marketing
Store Branding
Online-Werbung
POS | POS-TV
SEO | SEM
Social Media



Eindeutiges Wahl-Ergebnis für kraftwerk

Nichtwähler*innen zu motivieren ist eine Herkulesaufgabe. kraftwerk bewältigte diese Herausforderung gleich dreimal mit Bravour. 2015 steigerte die Kampagne „Stimmen statt Verstummen“ die **Wahlbeteiligung der Wienwahl um 7%** und sorgte für einen Rekord bei abgegebenen Wahlkarten.

Herzstück der Kampagne war eine interaktive OoH-Installation mit Klaus Eberhartinger. Als Wahlmotivator trat er an definierten Touchpoints in Szene. Die Aktion wurde direkt in Web- und auf Social Media-Kanälen übertragen und geshared. Sie sorgte mit einer direkten Verknüpfung zur Wahlkartenbestellung für einen starken Impact.

2016 wiederholte kraftwerk den Erfolg mit einer Kampagne rund um die drei Wahlgänge der Bundespräsidentenwahl. Noch stärker als 2015 wurde auf Social Media und impactstarke Kurzspots gesetzt. Der Erfolg: eine **20% höhere Wahlbeteiligung** und ein Delfin in Gold beim Corporate Media & TV Award in Cannes in der Kategorie Social Media & Kurzfilm.

Bei der Nationalratswahl 2017 wurde mit der Kampagne „Setz ein starkes Zeichen“ die Wahlbeteiligung von **69,63% auf 76,12% gesteigert**.

StoDt Wien



Stadt Wien

Fullservice

Ambient
Außenwerbung
Beratung | Strategie
Content
Direct Marketing
Online-Werbung
Radio
Social Media
TV | Film | Web-TV



kraftwerk macht mit Sicherheit glücklich

philoro versteht sich als der innovativste Gold- und Edelmetallhändler im D-A-CH-Raum. Die goldrichtige Strategie dafür: Customer Centric Designs in Verbindung mit Leadgenerierung. Was der konservative Anleger nicht kennt, das kauft er nicht. Mit der Kampagne „Mit Sicherheit glücklich“ steigerte kraftwerk Bekanntheit und Image des Goldhändlers philoro signifikant. Gold als Anlageform, die Vertrauen und Sicherheit ausstrahlt, wurde genau am Puls der Zielgruppe positioniert. Der Initial-Traffic auf der Website wurde so massiv gesteigert und die Aufmerksamkeit des Users durch abgefragte User-Präferenzen und Retargeting-Banner auf spezielle Produkte gelenkt.

Der Erfolg in Zahlen: 113% Gesamtumsatzsteigerung und 370% mehr Online-Umsatz für philoro.



philoro

Full Service

- Anzeigen
- Außenwerbung
- Beratung | Strategie
- Newsletter
- Online-Shop
- Online-Werbung
- SEM | SEO
- Software
- Storytelling
- TV-Spot
- Website

Mit Sicherheit glücklich. philor

BESTER
Goldminzenhändler

BESTER
Goldbarrenhändler

Förderlich für starke Marken- entwicklung

Die innovative österreichische Forschungsförderungsgesellschaft bekommt einen modernen neuen Gesamtauftritt. brand unit und kraftwerk haben der FFG ein neues Markenprofil gegeben und dieses mit einem neuen Corporate Design visuell umgesetzt. Im Zentrum der neuen Marke stehen die unterschiedlichen Zielgruppen der FFG. Von den Eigentümer*innen über die Mitarbeiter*innen bis hin zu den Kund*innen wird durch eine durchgängige Markenführung die Marke FFG nach innen und außen gestärkt.

Die FFG vergibt und koordiniert Förderungen in der Höhe von EUR 2,6 Mrd. jährlich und ist die Drehscheibe der österreichischen Innovationslandschaft.



FFG

Corporate Design
Anzeigen
Beratung | Strategie
Corporate Design
Drucksorten
Folder | Broschüren
Marke
Webdesign



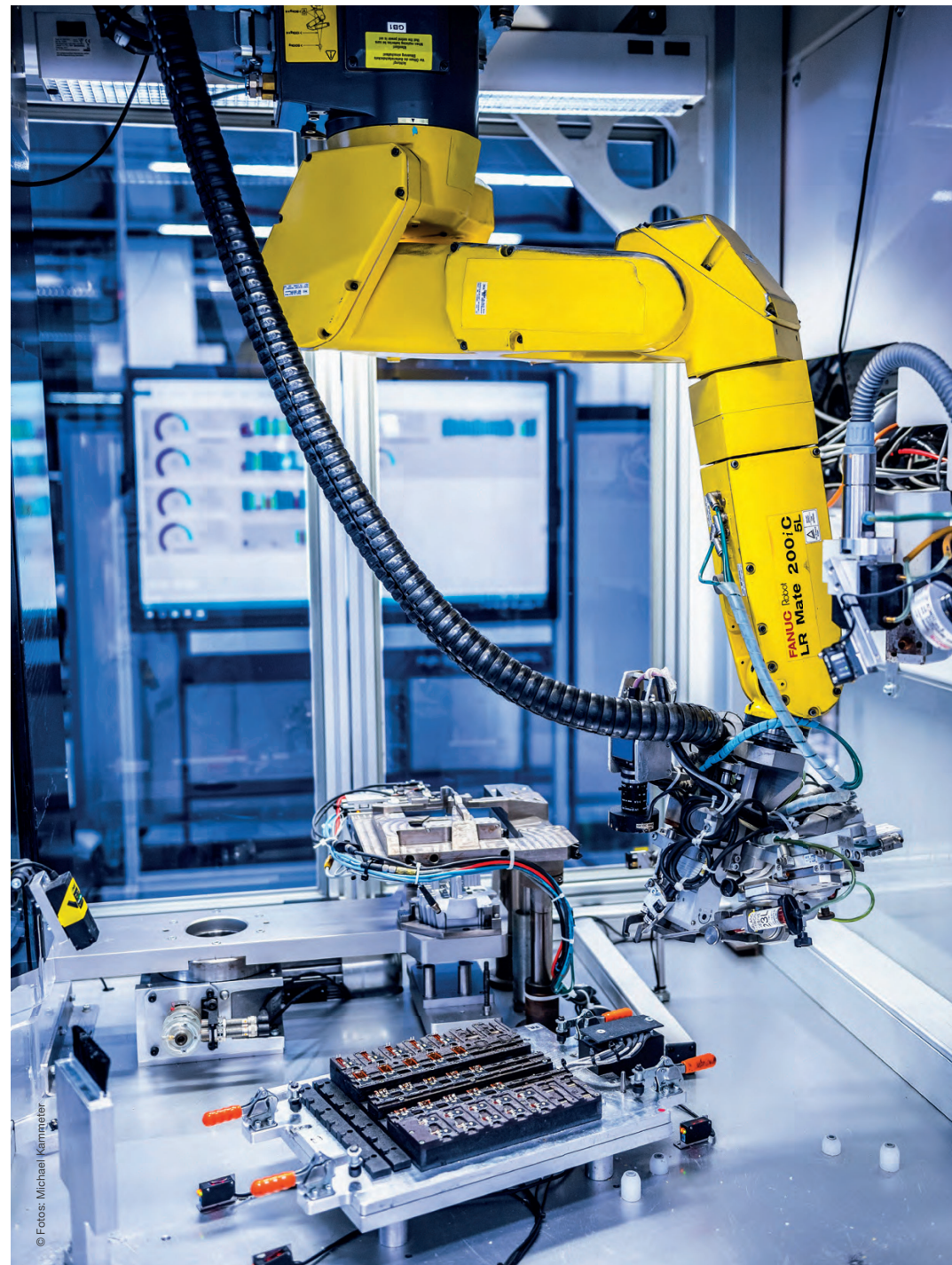


Mit kraftwerk sichtbar innovativ

Eines der modernsten Familienunternehmen in Österreich zu sein, das ist für BECOM kein Widerspruch, sondern seit Jahrzehnten ein Erfolgsrezept. Das Innovationspotenzial des intelligenten und flexiblen Elektronikunternehmens wird mit der modernen Kommunikationslinie jetzt erneut zum Ausdruck gebracht.

BECOM
it's possible.

Im Rahmen des Markenrelaunches inklusive Markenstrategie und Corporate Design erneuerte kraftwerk den kompletten Unternehmensauftritt: von Drucksorten und Location Branding über die neue Website bis hin zur kompletten Eingliederung von Submarken in die neue Corporate Identity der Dachmarke.



Bei uns verschmelzen Technik und Kommunikation zu innovativen Ideen.

International, Innovative, Information Technology

Bei kraftwerk sitzt die IT nicht im Keller, sondern darf sich gleich an zwei Standorten voll entfalten. In Österreich und Serbien setzen Spezialist*innen die unmöglichsten Ideen von Consultants und Designern um. Kommunikatives Know-how und technische Expertise verschmelzen hier zu innovativen Lösungen und Schnittstellen für alle Systeme und Aufgaben. Ob „einfache“ Website oder systemübergreifende IT-Lösung – was bei kraftwerk das Haus verlässt, ist immer fit für die Zukunft, intuitiv und genau auf die Kund*innen abgestimmt.

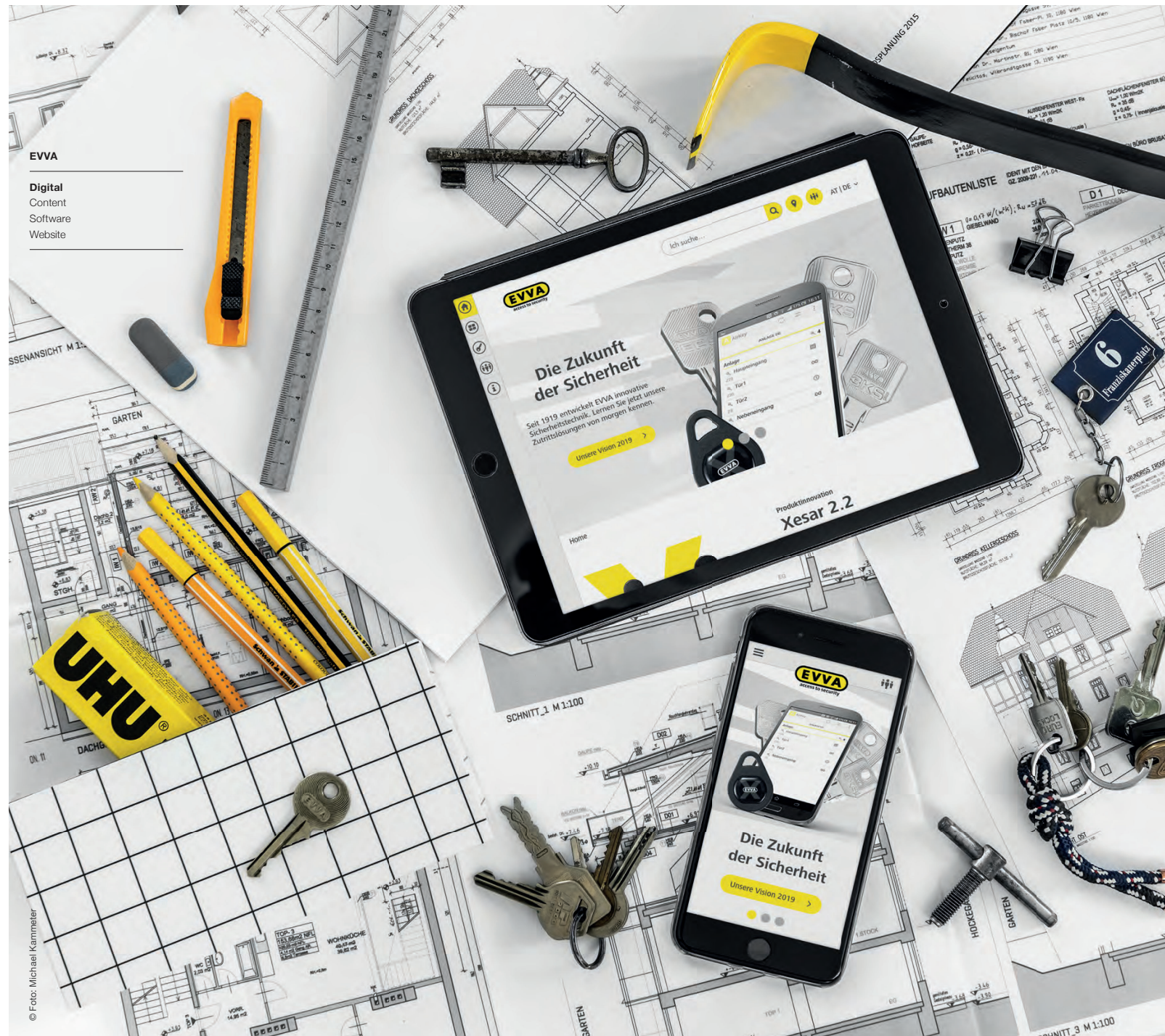
Entdecken Sie mit uns, was morgen möglich ist. Denn, was gestern Zukunft war, ist heute Schnee von gestern. kraftwerk zeigt seit den 90ern, was technisch möglich ist und auch, was bald möglich sein wird – von den ersten Websites über die Goldene Ära der CD-ROM bis hin zu Virtual und Augmented Reality.

kraftwerk als Schlüssel zum Erfolg

EVVA ist ein führendes und innovatives Sicherheitstechnikunternehmen aus Österreich. Die mechanischen und elektronischen Lösungen des Unternehmens im Sicherheitsbereich entwickeln sich permanent weiter. Auf diesem Markenkonzzept fußt auch die neue digitale Strategie.

Der Fokus liegt auf Geschäftskund*innen, denen sich EVVA auch online als innovatives Familienunternehmen präsentiert. Die Website, die es in acht Sprachen für 14 Regionen gibt, soll den Vertrieb mit frischen, sicheren Leads versorgen.

Damit setzt die EVVA auch international sicher neue Standards.



Alle Services digital in einem Portal

Linzer*in müsste man sein! Für die LINZ AG bündelt kraftwerk die Leistungen aller Unternehmen, von den Linien bis hin zu den Netzen, mit insgesamt über 9.000 Mitarbeiter*innen in einem umfassenden Webportal. Damit wurde der Startschuss für die kommende Digitalisierung aller Produkte und Services der LINZ AG bis 2021 gelegt. Mit der neuen Website haben die Linzer*innen jetzt eine digitale Anlaufstelle für fast alle Lebenslagen – von zuhause oder von unterwegs, in der Freizeit oder auch im Trauerfall.

Mit dem Ansatz „Don't make me think“, durchdachter Usability und Navigation wird das Finden von Services und Informationen auf jedem Device stark vereinfacht.

LINZ AG

Digital
Beratung | Strategie
Content
Kundenportal
Website

LINZ AG



kraftwerk denkt Nachhaltigkeit weiter

Der Wunsch nach Nachhaltigkeit verbindet fünf der größten Handelsmarken Österreichs und die REWE International AG. Nachhaltigkeit wird dabei weiter gedacht als „nur“ Grüne Produkte, Energie, Umwelt und Klima. Gesellschaftliches Engagement und die Förderung der eigenen Mitarbeiter*innen sind ebenso ein wesentlicher Teil der Unternehmensstrategie. Auf dem von kraftwerk umgesetzten Nachhaltigkeitsportal gemeinsam-nachhaltig.at zeigt der Konzern, was er laufend aktiv und international zu einer besseren Welt und Umwelt beiträgt. Die umfassenden Aktivitäten des gesamten Konzerns bekommen hier eine moderne, übersichtliche Heimat. Interessierte Kund*innen und Mitarbeiter*innen halten das Portal nachhaltig auf dem Laufenden.

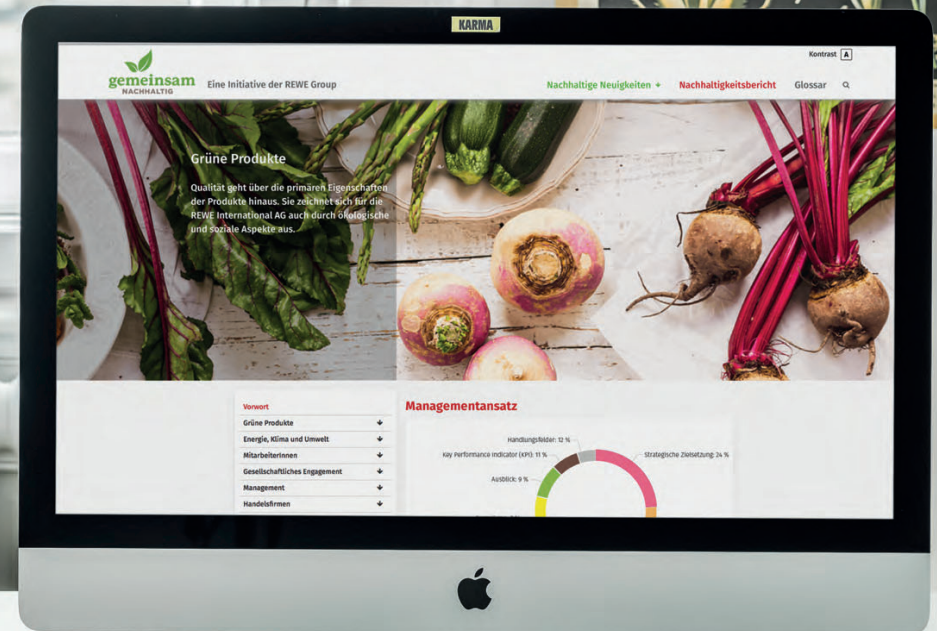
Mit dem Nachhaltigkeitsbericht zum Blättern und Nachlesen setzte kraftwerk das Engagement von REWE auch als Printprodukt in Szene.

REWE
GROUP

REWE

Print | Digital

Beratung | Strategie
Content
Geschäftsbericht
Software
Storytelling
Website



Digitale Transparenz statt blindem Vertrauen

Die AMA garantiert mit ihren Gütesiegeln die beste Qualität von Lebensmitteln aus Österreich. Die digitale Strategie der AMA baut auf dem wichtigsten Vertrauensgrundsatz auf: Transparenz statt blindem Vertrauen.

Alle Konsument*innen können und sollen ihre Fragen zum Thema Lebensmittel, Qualität und Herkunft stellen. Und das rund um die Uhr, sieben Tage die Woche.

Mit dem innovativen Multichannel-Dialogformat #fragdieAMA schafft kraftwerk den Brückenschlag zwischen Konsument*innen und Produzent*innen. Auf Facebook und der Plattform amainfo.at beantwortet das AMA-Team alle Fragen rund um das größte heimische Gütesiegel. Ein von kraftwerk eigens entwickeltes Plugin ermöglicht künftig auch die Einbindung von #FragdieAMA in alle Online-Shops der österreichischen Lebensmittelhändler*innen. So könnten die Österreicher*innen künftig direkt beim Online-Shopping mit den Hersteller*innen ihrer Lebensmittel in Kontakt treten.

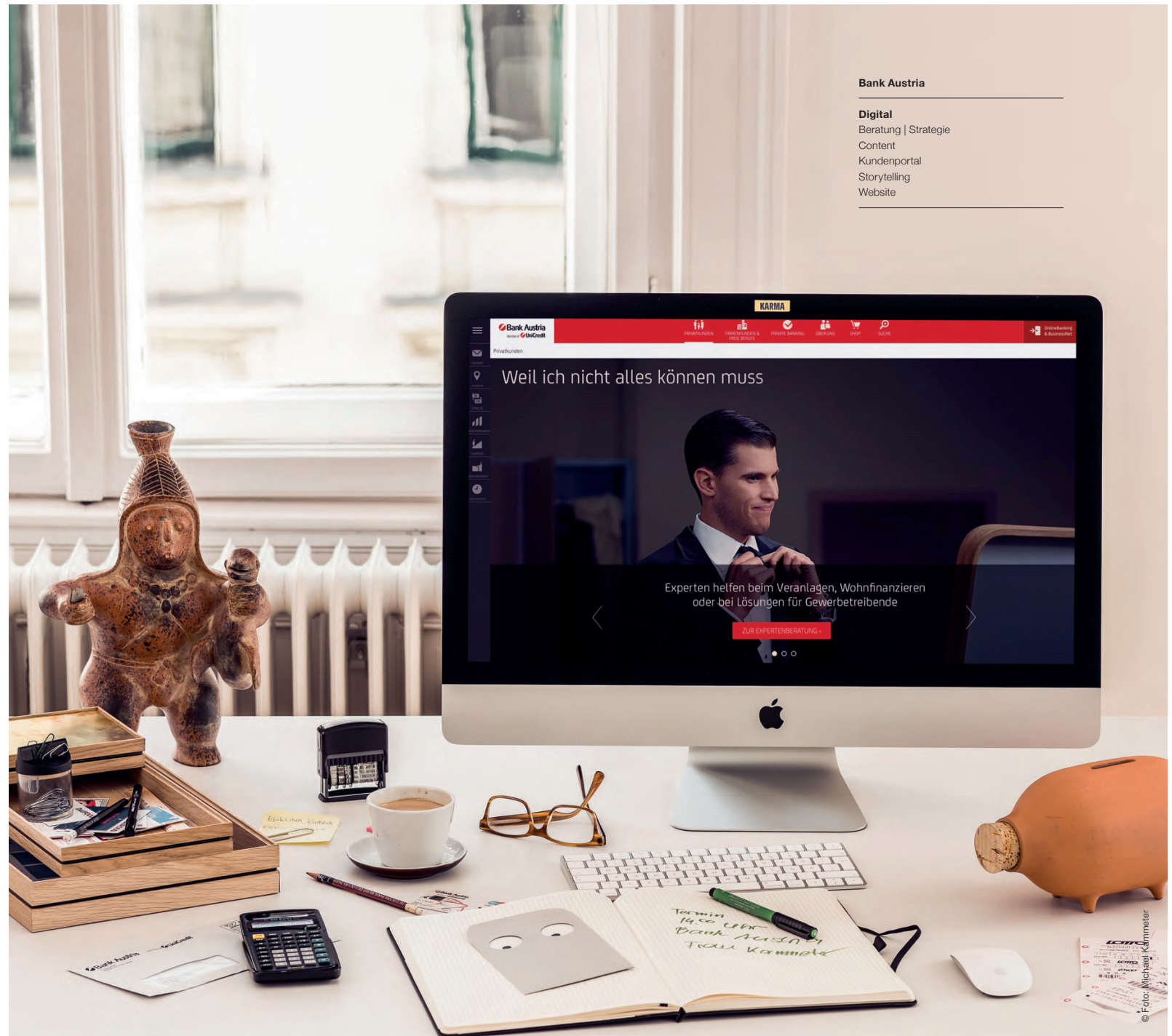
#fragdieAMA wird Stück für Stück ausgerollt und soll in den kommenden Jahren zum digitalen Dialogkanal Nummer Eins der AMA werden.



Mehr als Mobile Banking

Die Unicredit hat das Filialnetz der Bank Austria stark reduziert und setzt verstärkt auf Online-Banking. Konto Checken in der U-Bahn, Überweisen On to Go und vom Sofa aus Veranlagen. Bankgeschäfte tätigen Kunden*innen der Bank Austria über das neue Webportal von kraftwerk jetzt einfach immer und überall.

Das neuartige Responsivekonzept punktet mit innovativer Struktur und Navigation sowie Usability auf allen Devices. Rund um das Portal entwickelt kraftwerk auch Online-Kampagnen sowie Crosschannel Marketing. Im Zentrum stehen dabei Consulting sowie das Schaffen von neuen zielgruppenspezifischen Zugängen und zeitgemäßem (visual) Storytelling.



Bank Austria

Digital

Beratung | Strategie
Content
Kundenportal
Storytelling
Website

Der Leasing-Turbo von kraftwerk

Online in drei Schritten zum Wunschfahrzeug – Raiffeisen Leasing beschleunigt mit kraftwerk auf Top-Speed. Potenzielle Neukund*innen werden direkt in der Customer Journey abgeholt und konfigurieren mit dem Leasingrechner ihr persönliches Wunschfahrzeug.

Ergebnis ist eine monatliche Leasingrate. Das fertige Angebot kann sofort angenommen und online abgeschlossen werden.

Auch in der digitalen Vermarktung setzt kraftwerk auf innovative Technologien: Auf der Vienna Autoshow wurden rund 60% der Besucher*innen getrackt und konnten so mit konkreten Leasingangeboten angesprochen werden.

Raiffeisen

Digital

Applikationen
Beratung | Strategie
Content
Kundenportal
Mobile App
Online-Shop
Online-Werbung
Produktentwicklung
SEM | SEO
Software



© Foto: Michael Kammerer

Raiffeisen
Meine Bank



kraftwerk macht 376 % glücklicher

Glänzende Performance für philoro. Angetrieben von der integrierten Kampagne „Mit Sicherheit glücklich“ steigerte kraftwerk den Online-Umsatz des Goldhändlers innerhalb eines Jahres um 376%. Geboosted wird der von kraftwerk entwickelte Webshop etwa mit Retargeting Live-Bannern. Relevante Produkte holen bislang unentschlossene Besucher*innen auf Drittseiten mit dem aktuellen Produktpreis ab.

Das Ergebnis: 360% gesteigerte Conversion. Insgesamt freute sich philoro dank kraftwerk über einen um 100% gesteigerten Marktanteil bei 113% gesteigertem Gesamtumsatz.



philoro

Online-Shop
Performance-Kampagne



Mit kraftwerk auf der Überholspur

Die erste Adresse für 2.200 Kilometer Autobahn und Schnellstraßen. kraftwerk lässt beim ASFINAG Webrelaunch keinen Stein auf dem anderen. Zehn Monate lang wurde die Website von Grund auf neu konzipiert, gestaltet und mit einem starken Fokus auf die User-Experience umgesetzt. Jetzt bietet die „Digitale Raststation“ alle Informationen der ASFINAG responsive und in Echtzeit. Dank zahlreicher integrierter Schnittstellen band kraftwerk auch Realtime-Routen- und Verkehrsinformationen, Infos zu Reise- und Grenzwartezeiten, Webcams, den neuen Unternehmensblog und sogar die digitale Vignette ein.

Damit setzt die ASFINAG eine neue Benchmark für digitale Services im Bereich Mobilität.



ASFINAG

Digital | Innovation

- Applikation
- Beratung | Strategie
- Content
- Community
- Mobile App
- Online-Shop
- SEM | SEO
- Software
- Website

Das Schweizer Messer für Kampagnen

Die Zurich Versicherung ist einer von kraftwerks Top-Innovationstreibern. Mit dem bis heute laufend weiterentwickelten Kampagnen-Management-Tool CMT digitalisierte kraftwerk bereits 2014 die internen Kampagnenabläufe der weltweit tätigen Versicherung. Kundendaten können entsprechend der Zielgruppendefinition gefiltert werden, Kampagnen angelegt und von den Call Center Agents bearbeitet werden.

Reportings und Analysen bieten dem Management eine präzise Übersicht über den Erfolg der einzelnen Kampagnen, Agents und Organisationsbereiche und erleichtern so die Kontrolle der Zielvorgaben.



Zurich

Digital | Innovation

Applikation
Beratung | Strategie
Content
Kundenportal
Mobile App
Produktentwicklung
Software
Website



kraftwerk bewegt Europa

LKW WALTER baut seine Marktposition als innovativer, europaweiter Komplettladungstransporteur seit Jahren stetig aus. Mit der LOADS TODAY App entwickelte kraftwerk bereits 2012 einen innovativen Kompagnon für Fahrer. Seither wird die App von kraftwerk laufend adaptiert und ausgebaut. LKW-Fahrer erhalten mit der App einen smarten Assistenten und alle wichtigen Services und Infos rund um eigene Transporte. Timings für Beladestellen, Fähren und Bahnhöfe sorgen für eine gute Fahrt. Am Zielort werden die Frachtdokumente einfach fotografiert und hochgeladen. So verbindet die LOADS TODAY App LKW WALTER ganz einfach mit tausenden Fahrern in ganz Europa.

Die LOADS TODAY App ist eines von zahlreichen erfolgreichen Projekten, die LKW WALTER und kraftwerk seit vielen Jahren gemeinsam umgesetzt haben. Eine innovative Partnerschaft und Erfolgsgeschichte.

LKW WALTER



LKW WALTER

Digital | Innovation
Applikation
Beratung | Strategie
Content
Kundenportal
Mobile App
Online-Werbung
Produktentwicklung
SEM | SEO
Social Media
Software
Website



**Wir können auch
anders! Heft
bitte wenden.**

© Foto: Matthias Heschl



MySAM



MySAM

App-Entwicklung

Online-Shopping mittels Bilderkennung

WHAT YOU SEE, IS WHAT YOU BUY

Gesehen, gescannt und mit einem Klick gekauft. In der innovativen Shopping App wird die umständliche Produktsuche durch Bilderkennung ersetzt. Noch immer stellen Online Shops unsere Geduld auf die Probe. Unübersichtliche Produktsuche und umständlicher Checkout blockieren jeden Kaufimpuls.

Mit der innovativen App MySAM entfalten moderne Devices endlich ihr volles Shopping-Potenzial: Produkte werden offline oder auf Online-Werbeformaten und Videos gescannt. Intelligente Bilderkennung findet das Produkt und die App öffnet den passenden Online Shop. Registrierte Nutzer kaufen mit einem Klick. Sehen, scannen, shoppen – so geht Convenience-Shopping der Zukunft.

Innovative Zusammenarbeit macht's möglich: App und Konzept wurden gemeinsam von brand unit und kraftwerk entwickelt.



ASFiNAG

Digitalisierung von Geschäftsprozessen

Consulting und Strategie

Kreative und technische Umsetzung

KRAFTWERK BESCHLEUNIGT DIE DIGITALISIERUNG

In den kommenden sieben Jahren setzt die ASFiNAG einen Schwerpunkt auf die Digitalisierung der Geschäftsprozesse: von Verkehrsinfos in Echtzeit über den Kundenservice bis hin zur digitalen Vignette. Begleitet von kraftwerk schafft die ASFiNAG step by step neue digitale Touchpoints und Services für Autofahrer*innen, LKWs und Reisende.

Webportal und zehn barrierefreie Info-Terminals an Raststationen wurden bereits mit technischem Know-how und Software-Lösungen von kraftwerk umgesetzt.

Next Big Thing ist die digitale Vignette – vom Onlinekauf bis hin zur automatischen Kontrolle läuft künftig alles digital und wie von selbst.

ASFiNAG



Geenie

App-Entwicklung

Influencer/Blogger-Plattform

DIE INSPIRIERENDE CITY APP

Inspiration statt Listen und Ratings. Für den City-Guide Geenie verbindet kraftwerk das Insider-Wissen von Locals mit einer intuitiven, sprachgesteuerten App. Influencer und Blogger spielen ihre Infos in Echtzeit ein. User finden passende Anregungen je nach Stimmung und Interesse mittels „swipe and select“. Nicht Vollständigkeit, sondern Nähe und Relevanz stehen für kraftwerk im Zentrum. Anstatt in Informationen unterzugehen, taucht man mit Geenie entspannt in das pulsierende Leben der Stadt ein.

Alexa und Siri machen klar, wohin die Reise geht: Sprachgesteuerte Systeme werden in den kommenden Jahren verstärkt zur einfacheren und schnellen Informationssuche verwendet werden.

Dank intuitiver Sprachsteuerung wird Geenie auch bald in anderen europäischen Städten von sich reden machen.

Geenie

Rail Cargo Group

Rail Cargo Group

Neue (digitale) Geschäftsmodelle
Digitale Strategie
Webportal

DIGITALE SPEDITION MIT GRENZENLOSEM POTENZIAL

Wer die Digitalisierung verschläft, wird in Zukunft vom Wettbewerb überholt. Deshalb richtet sich die Rail Cargo Group der ÖBB mit Hilfe von kraftwerk schon jetzt digital aus.

Die Rail Cargo Group der ÖBB ist aktuell in 18 europäischen Ländern tätig. Dominiert wird der Güterverkehr in Europa aber noch immer vom LKW. Statt sich im Kampf gegen die Windmühle LKW zu verausgaben, spielt die Rail Cargo Group künftig den Trumpf der digitalen, internationalen Spedition aus. Entwickelt wurde die neue Strategie in enger Zusammenarbeit von Top-Management und strategischen und innovativen Köpfen von kraftwerk, der ÖBB und Rail Cargo Group. Die ersten Schritte zur digitalen Spedition mit internationaler Ausrichtung wurden bereits gesetzt. In Zukunft soll der Güterbahnverkehr zwischen Kontinenten zu einem neuen Standbein der Rail Cargo Group heranwachsen.

**Wenn Sie wissen,
es ist Zeit für
Veränderung,
wissen wir wie.**

Consulting ohne heiße Luft

Consulting gibt es wie Sand am Meer. Oft ist das scheinbare Wissen aber auch auf Sand gebaut. kraftwerk bietet Consulting mit felsenfester Grundlage: über zwei Jahrzehnte erfolgreiche Beratung von großen und kleinen Kunden aus dem In- und Ausland. Als Speaker und Teilnehmer auf internationalen Kongressen tauscht sich

kraftwerk laufend mit den klügsten Köpfen der Branche aus. Interne Expert*innen und externe Partner*innen verbinden neueste Erkenntnisse und Erfahrung zu einem einzigartigen Paket. Fragen kostet nichts. Testen Sie unser Wissen rund um Trends, Marken, Werbung, Marketing, Digitalisierung, Internet und neue Technologien.



“I’m dreaming
of a future where
we put the
audience before
the channel.”

Dave Birss

When I started in the advertising industry there were four main slices of the marketing pie: advertising, direct marketing, sales promotion and PR. They were simpler, more innocent times. It made sense to split them as specialisms because of the way you dealt with the media itself. You bought advertising space, you printed direct marketing pieces, you created in-store collateral and you liaised with journalists. And the sales journey was relatively predictable.

Not so these days. I’ve now lost count of how many slices the marketing pie has. And the sales journey has become a non-linear, ever-shifting ramble. Yet the industry is still structured around specialisms. This often leads each agency to putting their own spin on the brand, the audience and the messaging. And makes the job of agency-wrangling increasingly unmanageable.

I’m dreaming of an advertising future with unified brand messages and truly cross-media thinking. A future where we put the audience before the channel. One where the most valuable specialism is the ability not to specialise.

Hello tomorrow. I’m waiting.



**“Together we
can deconstruct
the diversions
and excursions
of the bold
and brave.”**

Jon Burkhart

To paraphrase author Ian Leslie, “if you let your curiosity roam free, you’ll break all the rules by asking questions no one’s thought to ask”. Most brands don’t make these dangerous inquiries. For my money, this is the essence of a #HelloTomorrow approach.

I look to partner with forward-thinking companies like kraftwerk who are ready to act on their curious urges. Working with Heimo and his team, together we can deconstruct the diversions and excursions of the bold and brave. With rapid-fire storytelling, we can help find new ways to get and keep attention to build a loyal following.

I collect brands who ask and act on their curious urges to better connect with the changing needs of their audience. Survive it all and tomorrow, you’ll kick-start my QUIET framework (Questions, Imagination, Empathy, Testing) with your content team.

- Improving your storytelling skills
- Finding new ways to surprise your customers
- Picking up speed so you’re not out-paced by the cool start-up kids.



„Wir investieren in Zukunftsprojekte statt auf die Zukunft zu warten.“

Heimo Hammer

Woher kommen wir? Wohin gehen wir? Wer sind wir? Das sind die klassischen Fragen von Menschen in der Midlifecrisis – und von Unternehmen im Strategieprozess. Die Trends werden immer kürzer, die Aufmerksamkeit der Kund*innen immer geringer und die Vielfalt der Impulse und Informationen immer mehr.

Die Lebenskonzepte junger Menschen weichen stark von den alten Konzepten ihrer Eltern und Vorgenerationen ab. In der Weltwirtschaft überschlagen sich die Ereignisse: Kryptowährungen, Internet der Dinge, Artificial Intelligence, selbstfahrende Autos, Smart Homes. Das sind nur einige der Entwicklungen, die unser Leben in Zukunft stark verändern werden. Die digitale Revolution frisst ihre Kinder, unken die einen, die Digitalisierung bietet ungeahnte Möglichkeiten, frohlocken die anderen. Doch was macht Sinn? Wo liegt der gesellschaftliche Nutzen? Muss es immer Gewinner oder Verlierer geben?

#HelloTomorrow

Unter dem Titel #HelloTomorrow wird kraftwerk in Zukunft noch stärker in Richtung Veränderung aufbrechen. Die naive Grundidee lautet: Wenn Unternehmen oder der öffentliche Sektor kein Budget für neue, wirklich innovative Ideen haben, springt kraftwerk ein und investiert aus eigener Tasche oder tritt in Vorlage. Lieber ein paar Projekte im Jahr als „Futureprojekte“ realisieren, als auf die Zukunft warten. Weniger Powerpoint-Präsentationen, mehr konkrete Projekte. Nicht kommerzielle Aspekte sind hier der Antrieb, sondern der Wunsch nach echter Innovationskraft. Wohin der Weg uns dabei führen wird, ist völlig offen, spannend wird er allemal.

Der Dreiklang Consulting, Communication und Technology ist der Anfang der kraftwerk Zukunftsmelodie. Wir wollen mit unseren Kund*innen, Partner*innen und Start-Ups kein schnelles Geld machen oder den „raschen Exit“ suchen. Wir passen uns gemeinsam strategisch und operativ an den Markt der Zukunft an und gestalten ihn aktiv mit.

Der Traum, in die Kund*innen zu investieren, soll langfristig dazu führen, die Veränderung der Kund*innen zu unterstützen und sich dabei selbst zu verändern.



kraftwerk sagt #HelloTomorrow

Gemeinsam mit dem Führungsteam von kraftwerk bieten internationale Speaker wie Jon Burkhard und Dave Birss bei #HelloTomorrow Einblicke in aktuelle und kommende Entwicklungen. Im Fokus stehen dabei die Bereiche Creative Communication, International Customer Communication und Digital Innovations. Kund*innen, Kolleg*innen und Brancheninsider*innen erhalten bei den Events und Vorträgen Inspiration rund um die Kommunikationswelt von Morgen.

Mit hochkarätigen Speakern wie dem Bestsellerautor und Brancheninsider Jon Burkhard startete kraftwerk Anfang 2018 die Eventreihe #HelloTomorrow im Wiener Looshaus. Bereits der erste Event zog mehr als 150 Kund*innen aus dem In- und Ausland an. Vor dem begeisterten Publikum erörtere Jon Burkhard in seinem „Ballsy Guide to Blockchain and Crypto“, warum „The Magic Spreadsheet in the Sky“ in den nächsten Jahren keine Branche kalt lassen wird. Der amerikanische Best-

sellerautor hat sich unter anderem mit Keynotes, Content Strategy und Creation Workshops für u.a. Google UK, Samsung Europe und Ebay einen Namen gemacht.

„I look to partner with forward-thinking companies like kraftwerk who are ready to act on their curious urges.“ Jon Burkhard reiste direkt von der SXSW Conference aus Austin Texas an.

Neben Jon Burkhard (Founder TBC Global) erörtere Ghanem Jaber (Domino's Pizza, VP DAUFOOD Central Europe), warum die Omnichannel-Strategie für Domino's zum Erfolgsrezept gehört. Michaela Gold (Marketing ASFINAG) zeigte, wie sich die ASFINAG den Weg zur digitalen Innovation pflastert.

„Blockchain und Co. bieten uns als Agentur die Möglichkeit noch kreativer und zielgenauer die Services und Produkte unserer Kunden in Szene zu setzen“, so Anna Wessely, Boardmember von kraftwerk.

#hello tomorrow

80/20 ist das neue Modell-Maß

Die Zeit der Abenteurer ist vorbei. Geld und Zeit werden gehortet statt investiert. Wer aber Innovationen immer auf morgen verschiebt, überlässt zwangsläufig der Konkurrenz das Feld. Dabei müssen und sollten Unternehmen gar nicht All-In gehen. 80/20 heißt für kraftwerk die Erfolgsformel: 80% laufendes Geschäft stützen 20% Innovation. Gestützt vom Daily Business können neue Geschäftsmodelle und Produkte ausprobiert und Digitalisierungsprojekte umgesetzt werden. Digitale Abenteurer und neue Ideen wandeln sich so vom Wagnis zum Erfolgserlebnis.

#teatime

#wireless

#sugarfree

#om

#stepbystep

v. l. n. r.: Jürgen Oberguggenberger (CCO) | Anna Wessely (Head of Digital Strategy and Content Marketing)
Gerhard Grossberger (CTO) | Angelika Hammer (COO) | Heimo Hammer (CEO)

© Foto: Matthias Hieschi

hello
tomorrow

kraftwerk.co.at