

Wie bei Tante Emma ...

Das Bestseller-Digital-Agentur-Ranking zeigt ein klares Bild: Jetzt darf's digitaler Full-Service sein. Text von Martin Unger | Ranking von Carolin Daiker

Digital-Greißler. Letztes Jahr hätten sie unterschiedlicher gar nicht sein können, die heimischen Digitalen. Individualismus und Spezialistentum wurden hochgehalten. Ein Jahr später zeigt sich nun schon ein anderes Bild. 24 Digital-Agenturen gaben dem *Bestseller* ihre Umsätze – attestiert durch Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer – und vor allem ihre durchaus polarisierenden Meinungen bekannt. Und diese haben sich gewandelt. Gewaltig. Heuer fallen Schlagwörter, die letztes Jahr noch als verpönt galten. „Full-Service im digitalen Bereich“ gibt es zu hören. Das „Geschäftsfeld ausdehnen“ wird genannt. Na gut. Sie haben jetzt also mehr im Sortiment – ganz im Sinne des Tante-Emma-Ladens: „Darf's ein bisserl mehr sein?“

Platzhirsche und Wachstum

Im *Bestseller*-Digital-Ranking 2011 nehmen – gereiht nach ihrem Umsatz – alte Bekannte die ersten Ränge ein. Längst verteidigen die röhrenden Hirsche ihre Position. Wieder ganz vorne mit dabei: diamond:dogs, kraftwerk, Super-Fi und seso media group. PXP interactive – letztes Jahr noch Platz drei auf dem Stockerl – entfällt dieses Jahr aus dem Ranking. Wunderman PXP nennt man sich

nun, seit dem Merger mit der WPP-Tochter Wunderman. Aus konzernrechtlichen Gründen kann oder will man hier den Umsatz nicht herausrechnen. Dennoch, es kann davon ausgegangen werden, dass die Truppe wohl auch dieses Jahr wieder im Spitzenfeld mitschwimmen würde. Markus Höfinger, Geschäftsführer Wunderman PXP, zur Erklärung: „Durch den Zusammenschluss von Wunderman und PXP zur Wunderman PXP im Mai 2011 haben wir natürlich unsere gemeinsame Kundenbasis enorm verbreitert und entsprechend den Umsatz gesteigert.“ Auch plan.net konnte aufgrund der Konzernentscheidung nicht an dem Ranking teilnehmen: „Die Umsätze 2011 werden derzeit nur als Gruppenergebnis kommuniziert“, erklärt Andreas Wochenalt, Geschäftsführer plan.net.

Im Sauseblitz Erster

Durchstarter ist allerdings ohnedies klar die Agentur kraftwerk. Sie konnte erstmals die diamond:dogs überholen. Im Sprint. Ein respektables Umsatzplus von 34 Prozent wurde erwirtschaftet. Der Sauseblitz darf sich damit stolz auf dem ersten Platz präsentieren. diamond:dogs – diesjähriger zweiter Platz – ist aber keineswegs ab vom Schuss. Auch sie konnten 2011 erfolgreich wachsen. →



kraftwerk

Honorarumsatz 2011: **10,97 Mio.**
Honorarumsatz 2010: **8,20 Mio.**
Veränderung in %: **+34**

Auf der Überholspur.

kraftwerk | Agentur für neue Kommunikation konnte dieses Jahr die Spitze erobern. Im Sprint, mit 34 Prozent Umsatzsteigerung. Die Geschäftsführer Heimo Hammer (Inhaber), Angelika Hammer (Agenturleitung) und Jürgen Oberguggenberger (Creative Director) bieten mit 28 Vollzeitmitarbeitern und 12 Freien Full-Service-Werbung im digitalen Bereich. Full Service Online, Full Service Mobile und Full Service Social Media darf's hier sein.



diamond:dogs|group

Honorarumsatz 2011: **10,01 Mio.**
Honorarumsatz 2010: **9,23 Mio.**
Veränderung in %: **+8**

Digitaler Bienenstock.

Bei diamond:dogs|group rund um Geschäftsführer Gerhard Handler schwirren ganze 84 fixe Mitarbeiter im digitalen Bienenstock umher. Auch hier darf es digitales Full-Service sein. Nur knapp Zweiter, liefert sich die personalstärkste Agentur ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit dem Sieger.

... und schlichtes Selbstbewusstsein

Alexander Reiberger, Geschäftsführer von Fonda, sieht es selbstbewusst: „Die Grenzen lösen sich auf. Wobei es den Digitalagenturen leichter fällt, die Klassik mitzumachen, als umgekehrt.“ Niko Alm, Geschäftsführer von Super-Fi, entspannt: „Dass die Digitalen einfach übernehmen, ist auszuschließen. Die großen klassischen Agenturen können einfach aufrüsten und das notwendige Know-how aufbauen, aber vice versa können viele Digitalagenturen natürlich frei von eingefahrenen Herangehensweisen konzipieren und umsetzen. Aber nicht jede Digitalagentur hat die notwendige Erfahrung und die kreativen Möglichkeiten, das aufzufangen.“ Einigkeit findet sich vor allem bei den beiden Netzwerkbedingten Ranking-Schwänzern. So fühlt sich Andreas Wochenalt, plan.net, in seinem Netzwerk wohl: „Die Grenzen zwischen Digital und Klassik existieren in der Serviceplan Gruppe nicht mehr. Digital ist elementarer Bestandteil jeder Kommunikationsstrategie. Aber ein Digitaler, der kein Verständnis für Markenführung hat, ist genauso verloren wie Mediaplaner ohne Basiswissen über den Einfluss von Google auf die Reichweite.“ Eine gänzlich andere Perspektive bietet Ewald Pichler, Geschäftsführer von DMC 01: „Ich glaube nicht, dass sich im österreichischen Markt die Grenzen auflösen, viele Klassik-Agenturen versuchen seit Jahren vergeblich, Digitalkompetenz aufzubauen. Und viele Digitalagenturen versuchen ebenfalls mit bescheidenen Erfolgen einen Teil des klassischen Marktes abzugreifen.“

„Full-Service“ ist zu 90er

Ob nun kreativ oder digital, Markenführung oder nicht – hin, her, so scheint zumindest bei der Positionierung ein Einigkeitgedanke aufzuflammen. Das Unwort des letzten Jahres kommt heuer in Mode. „Full-Service im Digitalen Bereich“, oder auch neue „Multi-Channel-Strategien“ genannt – für diejenigen, denen der „Old-School-Begriff“ wohl schlicht ein wenig „zu 90er“ klingt. Und das hier geschrieben auf nicht digitalem Papier. Fauxpas. Nun denn, die Diskussion,

Die beiden großen Digital-Bullen liefern sich also ein Kopf-an-Kopf-Rennen.

Die Bronzemedaille geht an Super-Fi, dicht gefolgt von ecx.io und der seso media group. Quer über den Markt ist allerdings – bei fast allen Agenturen – Wachstum im zweistelligen Prozentbereich zu sehen. Freilich aber, an die großen Umsätze der Kreativagenturen kommen sie noch nicht heran. Denn die ersten drei digitalen Feinkostläden wickelten gemeinsam einen Umsatz von 26 Millionen Euro im Jahr 2011 ab. Sicherlich eine beachtliche Summe, im Vergleich zu den Budgetsphären der Kreativagenturen bleibt hier aber noch – gelinde gesagt – etwas Potenzial. Daher gilt auch hier die eiserne Mathematikregel: Prozentuelles Wachstum hängt immer von der Größe der Basis ab (siehe „Digitales Körpergeld“, Seite 44).

Digital-Kampf gegen Goliath ...

Summa summarum ist die Branche aber gut aufgestellt. Die Digitalen fühlen sich also pudelwohl. Und das, während so manche internationale Netzwerke gerade ihre Kreativ-Dependancen schleichend aus dem österreichischen Markt zurückziehen oder sich selbst als „digital“ neu aufstellen. „Direkte Konkurrenz wird das nicht“, zeigen sich die meisten Digitalen selbstbewusst.

Heimo Hammer, Geschäftsführer von kraftwerk, weiß über die Sonderstellung der Digital-Agenturen Bescheid: „Viele große Werbeagenturen bieten Online mit an, sind aber nicht die Spezialisten.“ Hammer erklärt, dass es zu „Teambildungen über den Kunden kommt, wo Spezialisten in einem Team zusammenarbeiten“, reine Werbeagenturen hätten hingegen „speziell bei Mobile und Social Media zu wenig Know-how“. Ähnlich sieht es Dieter Rappold, Geschäftsführer vi knallgrau: „Ich beobachte die Bemühungen klassischer Agenturen, das Thema „Digital“ mehr und mehr mitzudenken, und diese Bemühungen sind nicht immer erfolglos.“ Er erklärt aber, dass vi knallgrau bereits seit elf Jahren zu 100 Prozent „digital macht“ und ist sich sicher: „Wir haben nicht vor, unsere klare Positionierung oder unseren Fokus zu verwässern.“ Filip Zganjer, Geschäftsführer von Home Digital, gibt sich mit nicht weniger als einer Kampfansage zufrieden: „Unser Motto war immer schon – Online leads –, daher werden sich Onlineagenturen langfristig mit den klassischen Lead-Agenturen in die Haare bekommen. Das passiert jetzt schon häufig, aber den Kunden fehlt noch der Mut, dies in strategische Agenturenentscheidungen umzusetzen. Im anglo-amerikanischen Raum ist dies bereits geschehen.“

ob man jetzt alles anbietet oder doch auf Spezialisierung setzt, ist nun wahrlich keine neue. Das darüber erklingende Klagelied verstummte noch gar nicht so richtig seitens der Kreativagenturen, da wollen es jetzt aber die Digitalen wissen. Für den Digital-Ranking-Primus kraftwerk ist klar: „Der Trend geht Richtung Full Service über alle Online-Bereiche. Die Integration von Online, Mobile und Social Media ist zurzeit unser Schwerpunkt“, erklärt Hammer. Und auch für die diamond:dogs ist „der größte Umsatzbringer digitales Full Service“. So weiß auch Zganjer, Home Digital, für seine Agentur: „Dieses Jahr wird verstärkt das Thema des Multi-Channel-Managements, also die intelligente Verknüpfung der digitalen Kanäle, forciert, weiterentwickelt und umgesetzt.“ Dieter Rappold, vi knallgrau, erklärt es genau: „Für Agenturen wird die Fachorientierung nicht mehr reichen – Design oder Programmierung sind nicht genug. Eine Facebook-Page oder eine Website reichen nicht. Der Output – eine Website – hat ausgedient, es kommt der Fokus auf den Outcome – zum Beispiel 500 Probefahrten. Eine Aufgabe, die nur mit entsprechenden Ressourcen und in einer bestimmten Größe leistbar ist.“ Niko Alm hingegen nimmt gelassen: „Die Full-Service-Leistung ist ja eigentlich eine Konzeptleistung, und nicht jede Kampagne geht über alle Kanäle. Spezialisten werden immer genauso notwendig sein wie das Zusammendenken.“

Social muss man sein

Wenigstens bei einem Thema sprechen die Digitalen mit geschlossener Front – zwar nicht gänzlich, aber mit gemeinsamem Grundton: Social Media ein Hype? „Nein, das bleibt“, zeigt sich Reiberger, Fonda, beiläufig. Heimo Hammer, kraftwerk, erklärt: „Das Thema Performance bei Mobile und Facebook wird von allen Kunden nachgefragt.“ Auch Gerhard Handler, Geschäftsführer diamond:dogs, sieht für „2012 das Wachstum bei Mobile und Social Media“. Von einem Hype ist also nicht zu reden, so die Digitalen überwiegend einheitlich,

sondern vielmehr von einer Konstante im Kommunikationsmix. Für Hammer ist klar: „Jede Neuerung, die ein so großer Erfolg ist, wird zuerst gehypt und geht dann in den Kommunikationsmix über. Social Media werden in den kommenden Jahren unsere kompletten Produkt- und Markenkommunikationen aktiv beleben.“ Auch Ewald Pichler, DMC 01, sieht die „sozialen Medien erst am Anfang, ihre Bedeutung wird sowohl von den klassischen Medien als auch Unternehmen noch nicht einmal ansatzweise verstanden und ausreichend genutzt“. Für Alm gibt es gar „keine Kampagne mehr, die nicht zumindest Thema in Social Media sein könnte“. Und so sind sie sich auch einig, dass sich mit Social Media Geld verdienen lässt. Zum Beispiel mit „Promotions und Gutscheinangeboten, die Konsumenten direkt zum Kauf bringen“, wie Hammer erklärt, „auch Flugtickets, Konzertkarten,

Gutscheine mit Codes, Online-Shops und so weiter“ funktionieren. Für Wochenalt müssen Social Media Sinn machen: „Ich hinterfrage den Einsatz der Mittel, wenn Kampagnen keine Wirkung außerhalb des Social Webs generieren“, erklärt er. Auch Rappold weiß: „Social Media sind ein Werkzeug wie jedes andere, haben ihre Berechtigung, sind aber kein Allheilmittel. Der kluge Einsatz von Social Media beschert Aufmerksamkeit zu geringeren Faktorkosten, spart also Geld, oder hilft, Kundenerlebnisse zu optimieren, bindet also Kunden. Das spart auch Geld oder verdient Geld, wenn man es von der anderen Seite betrachtet.“ Höfinger gibt mit auf den Weg: „Social Media sind nach wie vor wichtiger Bestandteil bei unseren Kampagnen, aber immer Teil des gesamten Kommunikationskonzeptes. Kunden verstehen mittlerweile, dass eine Agentur nur für Facebook nicht viel bringt.“ →

Honorarumsatz 2011: **5,62 Mio.**
Honorarumsatz 2010: **5,46 Mio.**
Veränderung in %: **+3**

Aufmischer. Der Mischkonzern Super-Fi besteht aus mehreren Unterfirmen. Super-Fi, Monopol, motion, nked, qnipp, whatchado, die Geschäftsführer Niko Alm alle im Auge behält. 55 Mitarbeiter stehen Alm für die Konzeption digitaler Werbekampagnen, Social-Media-Beratung und Betreuung und Websiteprogrammierung zur Verfügung. Als dritter Platz mischt Super-Fi erstmals am Stockerl mit.

Super-Fi



Bestseller-Digital-Agentur-Ranking 2011

Rang '11	Rang '10	Agentur	Honorarumsatz in Mio. Euro		Veränderung in %	Gründungsjahr	Mitarbeiter fixe/freie
			2011	2010			
1	2	kraftwerk Agentur für neue Kommunikation¹	10,97	8,20	34 %	1990	28/12
2	1	diamond:dogs group²	10,01	9,23	8 %	1999	84/7
3	4	Super-Fi³	5,62	5,46	3%	2001	55/5
4	6	ecx.io austria⁴	5,57	4,47	25 %	1995	58/1
5	5	seso media group	5,12	4,53	13 %	2000	29/15
6	8	elements.at New Media Solutions	4,36	3,90	12 %	2002	32/1
7	7	Reichl und Partner eMarketing	4,25	4,25	0 %	2000	20/0
8	12	vi knallgrau	4,06	2,33	74 %	2001	36/0
9	9	DMC 01 Consulting & Development	4,00	3,50	14 %	1997	30/5
10	11	Netural	3,05	2,50	22 %	1998	47/0
11	10	Webworks Content	2,76	2,63	5 %	1999	32/9
12	14	pixelart	2,30	1,61	43 %	2004	25/0
13	–	IQ mobile	1,85	–	–	2006	17/30
14	13	create mediadesign	1,83	–	–	2000	28/4
15	15	Fonda	1,78	1,60	11 %	2005	15/6
16	16	Home Advertising Group	1,58	1,24	28 %	2009	23/0
17	–	ovos	1,53	–	–	2004	10/8
18	18	Digitalschmiede	1,24	1,17	6 %	2010	6/4
19	17	Medwell Internet Services	1,21	1,23	-2 %	1999	9/7
20	20	MIP Media in Progress	0,80	0,60	33 %	1999	12/10
21	19	Neuherz & Partner	0,77	0,75	2 %	2000	3/17
22	23	Pulpmedia	0,73	0,43	70 %	2005	13/8
23	22	Getdesigned	0,65	0,46	41 %	2001	9/4
24	24	bestHeads Online Marketing	0,21	0,21	0,5 %	2003	4/2

Aus konzernrechtlichen Gründen sollen keine Umsätze bekannt gegeben werden:

–	–	plan.net Austria	–	–	–	2010	k. A.
–	–	Wunderman PXP	–	–	–	1993	80/10

01 kraftwerk | Agentur für neue Kommunikation GmbH

www.kraftwerk.co.at, hammer@kraftwerk.co.at

¹Die angegebenen Umsätze stammen aus der kraftwerk Agentur für neue Kommunikation GmbH und kraftwerk Informationstechnologie GmbH

Geschäftsführung Heimo Hammer (Inhaber), Angelika Hammer (Agenturleitung), Jürgen Oberguggenberger (Creative Director)

Eigentümerverhältnisse 100 % Heimo Hammer

Angebotsschwerpunkte Full Service Online, Full Service Mobile, Full Service Social Media
Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finanzbranche (Banken und Versicherungen, Vorsorgekassen), öffentliche Hand, Industrie

Referenzprojekte 2011 Winpin GmbH (komplette Umsetzung von Winpin: mobile, online, Apps, Social Media, Online-Werbung, Newslettermarketing) www.winpin.at; Raiffeisen Bausparkasse (alle Online-, Mobile- und Social-Media-Maßnahmen) www.bausparen.at; Interwetten AG (Upgrade www.interwetten.com, Relaunch m.interwetten.com plus iPhone-App, Plattformen und Schwerpunkte wurden mit Bannerkampagnen und Suchmaschinenmarketing promotet)

Umsatzbestätigung Böck & Partner Wirtschaftstreuhänder Buchprüfungsgesellschaft m.b.H., Wien

02 diamond:dogs|group

www.diamonddogs.cc, office@diamonddogs.cc

²Der bestätigte Honorarumsatz der diamond:dogs group umfasst den kumulierten Gruppenumsatz folgender Unternehmen: diamond:dogs webconsulting GmbH, diamond:dogs switzerland GmbH, Netlounge Internet Media Services GmbH, Diller & Partner Agentur für Neue Medien GmbH

Geschäftsführung Gerhard Handler

Eigentümerverhältnisse 75 % Nathalie Kohn und Gerhard Handler, 25 % leitende Mitarbeiter

Angebotsschwerpunkte Online, Mobile, Social Media

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden IT, Retail, FMCG

Referenzprojekte 2011 Billa (Relaunch www.billa.at); Microsoft (laufende Betreuung www.microsoft.at); Swiss Post (Produktentwicklung Swiss Post Box)

Umsatzbestätigung Metz-Rohm Wirtschaftstreuhändiges m.b.H., Wien

03 Super-Fi

www.super-fi.eu, vienna@super-fi.eu

³Der Super-Fi-Mikromischkonzern besteht aus: Super-Fi GmbH, Monopol GmbH, motion GmbH, nked GmbH, qnipp GmbH, whatchado GmbH

Geschäftsführung Niko Alm

Eigentümerverhältnisse Niko Alm, Bernhard Schmidt, Stof Hofer, Ludwig Seher, Gregor Almásy, Thomas Weber

Angebotsschwerpunkte Konzeption digitaler Werbekampagnen, Social-Media-Beratung und Betreuung, Websiteprogrammierung

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Lebensmittel, Auto, Kommunikation

Referenzprojekte 2011 Youth Olympic Games 2012 (Online-Strategie und Full-Service-Entwicklung des Digitalauftritts) www.innsbruck2012.com; Heineken (Konzeption und Umsetzung der neuen Website, Betreuung des Online-Gesamt-Etats) www.heineken.at; Raiffeisen Leasing (Kampagnenkonzeption und Programmierung der E-Car-Mobilitätsplattform) www.rl-mobil.at

Umsatzbestätigung HFP Steuerberatungsgesellschaft mbH, Wien

04 ecx.io austria

www.ecx.io, wels@ecx.io

⁴früher ecomplexx Austria, seit 23. 2. 2012 Umbenennung auf ecx.io austria

Geschäftsführung Christoph Bubestinger, Helmut Nachbauer, Klaus Oberlehner

Eigentümerverhältnisse 100 % im Besitz der ecx international AG

Internationale Anbindung Düsseldorf, Reading, München, Wien, Wels, Zürich

Angebotsschwerpunkte E-Commerce, CMS & Portals, Business Processes

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden FMCG, Sport, Energie

Referenzprojekte 2011 Sports Eybl & Sports Experts GmbH (Multichannel E-Commerce, Launch von 2 Online Shops) www.eybl.at und www.sports-experts.com; Atomic GmbH (Redesign und Relaunch der Website; Aufsetzung eines iPad-fähigen Produktkatalogs für Messen und Händler) www.atomic.com; Gas Connect Austria GmbH (Launch einer Website zeitgleich zum Launch der Marke Gas Connect Austria GmbH als Abspaltung der OMV AG) www.gasconnect.at

Umsatzbestätigung Eugen Hötzingler, Wels

05 seso media group gmbh

www.seso.at, office@seso.at

Geschäftsführung Florian Aichinger (ceo), Carolin Aichinger (coo)

Eigentümeverhältnisse 100 % Florian Aichinger

Angebotsschwerpunkte Design, Konzeption und Beratung/Website-Erstellung und Online-Kampagnen/Social Media

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Telekommunikation, Consumer Goods, Industrie

Referenzprojekte 2011 A1 Telekom Austria AG (Relaunch a1.net, Konzept, Webdesign und Frontend-Programmierung); Ringier Axel Springer Media AG (Launch www.ringieraxelspringer.com, Design, Frontend-Programmierung und Image-Video); bwin party services Austria GmbH (Konzeption, Design und Programmierung einer integrierten Kampagne) www.bwin.com

Umsatzbestätigung Solvens Unternehmens- und Steuerberatungs GmbH, Wien

06 elements.at New Media Solutions GmbH

www.elements.at, info@elements.at

Geschäftsführung Patrick Edelmayr

Eigentümeverhältnisse GmbH

Angebotsschwerpunkte Websites, Webmarketing, E-Commerce/PIM

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Handel, Tourismus, Automotive

Referenzprojekte 2011 Walter Bösch GmbH & Co KG (Entwicklung eines B2B-Portals) www.myboesch.at; Österreichische Galerie Belvedere Wissenschaftliche Anstalt öffentlichen Rechts (Entwicklung der Website) www.belvedere.at; Vamed Vitality World (Umsetzung einer Frameworklösung) www.vitality-world.at

Umsatzbestätigung Deutner & Deutner Wirtschafts- und Steuerberatungsgesellschaft m.b.H., Salzburg

07 Reichl und Partner eMarketing GmbH

emarketing.reichlundpartner.at, emarketing@reichlundpartner.at

Geschäftsführung Rainer Reichl, Rainer Scharinger

Eigentümeverhältnisse 75 % Rainer Reichl, 25 % Rainer Scharinger

Internationale Anbindung IN Network

Angebotsschwerpunkte Konzeption und Umsetzung von Portalen, Websites und E-Commerce-Lösungen/Newsletter Marketing/Online Marketing

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Handel, Industrie, Verlage

Referenzprojekte 2011 Intersport eybl (Gesamtkonzeption und Design für den Relaunch des Internetportals) www.eybl.at; Brau Union (Relaunch der Markenwebsite für Edelweiss Bier) www.edelweissbier.at; Schiller Medizintechnik (B2B-Onlineshop) www.medical-onlineshop.at

Umsatzbestätigung Finanz/Kraft Wirtschaftstreuhand, Linz

08 vi knallgrau GmbH

www.knallgrau.at, office@knallgrau.at

Geschäftsführung Dieter Rappold, Ralf Heller

Eigentümeverhältnisse 51 % Virtual Identity AG, 39 % Dieter Rappold, 10 % Matthias Platzer

Angebotsschwerpunkte Digital Marketing Consumer Brands, Digital Marketing Retail Brands, Social Media Marketing

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Consumer Brands, Retail Brands, Finance

Referenzprojekte 2011 facebook.com/opel (europaweite Lead-Agentur Social Media für die Adam Opel AG in 25 europäischen Märkten: Strategie, Content, Community Management, Reporting); facebook.com/thalia.at (Social-Media-Lead-Agentur für Thalia D-A-CH: Strategie, Content, Community Management, Reporting, Applications); facebook.com/niveaoesterreich (Social-Media-Gesamtbetreuung von Nivea Österreich)

Umsatzbestätigung Steuerberater Mag. Andreas Knipp, Wien

09 DMC 01 Consulting & Development GmbH

www.dmcgroup.eu, office@dmcgroup.eu

Geschäftsführung Ewald Pichler

Eigentümeverhältnisse 100 % DMC Beteiligungs GmbH

Internationale Anbindung DMC Group

Angebotsschwerpunkte Unternehmens-, Serviceportale, E-Commerce-Portale/Digitale Unternehmensstrategie und Markenarchitekturen/Kommunikationslösungen und Kampagnen für und mit soziale(n) Medien

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finanzdienstleister, Industrie, Verlage

Referenzprojekte 2011 Springer Verlag (Springer for Research & Development, Wissenschaftsdatenbank) http://rd.springer.com; Robert Bosch GmbH (Facebook-Personalmarketing) www.facebook.com/BoschKarriere; Disney Deutschland (Promotionseite für die 7. Staffel der Kultserie „Die Zauberer vom Waverly Place“) www.disney.de/die-zauberer-vom-waverly-place/rette-die-magische-welt/index.php

Umsatzbestätigung Arno Hirschvogel, Ah-Steuerberatung, Wien

10 Netural GmbH

www.netural.com, office@netural.com

Geschäftsführung Albert Ortig (CEO), Stephan Lechner (CTO)

Eigentümeverhältnisse Netural Holding GmbH (Eigentümer: Albert Ortig)

Internationale Anbindung Mitglied E3 European Agency Network

Angebotsschwerpunkte Strategische Beratung, Websites, Mobile Apps

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Markenhersteller, Industrie, Energieversorger

Referenzprojekte 2011 Silhouette Eyewear (Relaunch von silhouette.com, der Brand Site von Silhouette Eyewear): www.silhouette.com; Doka Schalungstechnik (Relaunch mit Verknüpfung von Referenzen und Produkten) www.doka.com; Wien Energie (Facelift und redaktionelle Neuausrichtung) www.energieleben.at

Umsatzbestätigung Steuerberater Mag. Dr. Walter Rachbauer, Ried im Innkreis

11 Webworks Content GmbH

www.webworks.at, gk@webworks.at

Geschäftsführung Gerhard Koller

Eigentümeverhältnisse 42,75 % Thomas Holzinger, 42,75 % Martin Sturmer, 14,5 % Gerhard Koller

Angebotsschwerpunkte Web-TV & Contentproduktion für Unternehmen, New Media Consulting, Internet- und TV-Redaktion

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Medien, öffentliche Verwaltung, Infrastruktur

Referenzprojekte 2011 WH Medien GmbH (Produktion des Videocontents und gesamte Portalsteuerung) www.w24.at; MA 53 Presse und Informationsdienst der Stadt Wien (Erstellung aller HTML-Seiten, Produktion von Videos und Durchführung von Flash-Programmierungen) www.wien.at; WH Medien GmbH (Management der Plattform, Erstellung der Inhalte, Koordination aller technischen Erweiterungen am Plattform-CMS) www.wienweb.at (wird seit 31. 1. 12 auf w24.at umgeroutet)

Umsatzbestätigung TPA Horvath Wirtschaftstreuhand und Steuerberatung GmbH, Wien

12 pixelart GmbH

www.pixelart.at, office@pixelart.at

Geschäftsführung Alexander Walterskirchen, Michael Glas

Eigentümeverhältnisse 50 % Alexander Walterskirchen, 50 % Michael Glas

Angebotsschwerpunkte Mobile, Marken-/Produktwebsites, E-Commerce & Shops, SEO/SEM, Social Media

Referenzprojekte 2011 Carrera Toys (Onlineshop) shop.carrera-toys.com; Spar AG www.rezeptwelt.at; www.wingsforlife.com; www.salzburg-airport.com

Umsatzbestätigung Abtenau-Treuhand Steuerberatungsgesellschaft m.b.H., Abtenau

13 IQ mobile GmbH

www.iq-mobile.at, info@iq-mobile.at

Geschäftsführung Harald Winkelhofer

Eigentümeverhältnisse Harald Winkelhofer

Angebotsschwerpunkte Mobile Marketing, Mobile Advertising, Mobile Messaging

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Werbe-, PR- und Mediaagenturen, Markenartikelindustrie, Telekombranche

Referenzprojekte 2011 BMW Schweiz (Realisierung einer mobilen Bannerkampagne); Ikea Österreich (Ikea mobiles Customer Relationship Management: Reminder-SMS an Ikea-Family-Mitglieder mit aktuellen Angeboten); Orange Österreich (Relaunch)

Umsatzbestätigung Mag. Wolfgang Stross, Wiener Neudorf

14 create mediadesign GmbH

www.create.at, contact@create.at

Geschäftsführung Christoph Schmidt-Mårtensson

Eigentümeverhältnisse 80 % Christoph Schmidt-Mårtensson, 10 % Ricardo Bayer, 10 % Ewald Schmidt

Angebotsschwerpunkte Learning, Change, Development

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finance (Banken, Versicherungen), Automotive Industrie, Medizin (Ärztefortbildung)

Referenzprojekte 2011 Audi AG (nach der virtuellen Lernwelt für den Q5 folgten WBTs auf Level A+B) www.audi.com; A1 (Change Communications; E-Learning für den Bereich Customer Service) www.a1.net; Bawag PSK (virtuelle Lernwelt und Unterstützung in der Kreation von Corporate Generated Content) www.bawagpsk.com

Umsatzbestätigung RPW Wirtschaftstreuhand GmbH, Krems

15 Fonda Interaktive Medien und Kommunikation GmbH

www.fonda.at, office@fonda.at

Geschäftsführung Alexander Reiberger

Eigentümeverhältnisse 90 % Alexander Reiberger, 10 % Johannes Reiberger

Internationale Anbindung Fonda München

Angebotsschwerpunkte Website-Erstellung, Mobile, Interaktionsdesign/Usability

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finanzdienstleistung, Öffentliche Einrichtungen, Telekommunikation

Referenzprojekte 2011 New-Moove-Videoportal (gemeinsame Konzeption mit dem Projektteam von New Moove, Design und technische Umsetzung des Frontends) www.newmoove.com; Raiffeisen Bank International (Konzeption, Webdesign und technische Umsetzung)

www.fwr-privatbank.com; Ärzte ohne Grenzen (Konzeption, Design und technische Umsetzung der mobilen Version der Website) www.aerzte-ohne-grenzen.at

Umsatzbestätigung Victoria Wirtschaftstreuhand-Gesellschaft mbH, Wien

16 Home Advertising Group www.homedigital.at, office@homedigital.at

Geschäftsführung Filip Zganjer

Eigentümeverhältnisse 85 % FMF Marketing & Vertriebs GmbH, 15 % Fontes Invest GmbH

Angebotsschwerpunkte Multi Channel Management, Digital Brand Building und Controlling, Websites & Campaigns

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Handel, Elektronik, Medien

Referenzprojekte 2011 Garmin Austria (Online-Marketing-Aktivitäten und Promotions – zum Beispiel „Laufen in Österreich“ – Social-Media-Betreuung, Datenbank-Synchronisation, Campaigning) www.garmin.at; Merkur (Projekte, Seiten und Promotions rund um die Merkur Welt; Design & Layout, Programmierung, Facebook-Auftritt) www.merkur.at; Styria Multimedia (Entwicklung diverser Themenportale mit grafischer Konzeption, Gestaltung, Art Direction, Umsetzung und technische Implementierung) www.styria-multi-media.com

Umsatzbestätigung Wirtschaftstreuhänder GmbH Mag. Dr. Norbert Cesky, Wien

17 ovos media consulting gmbh & ovos realtime 3d gmbh www.ovos.at, jh@ovos.at

Geschäftsführung Jörg Hofstätter, Johannes Amon, Jochen Kranzer

Eigentümeverhältnisse Jörg Hofstätter, Johannes Amon, Jochen Kranzer

Angebotsschwerpunkte Onlineshops/Online-Portale (Desktop + Mobile), Corporate Websites/Produktwebsites/Microsites (Desktop + mobile Apps), Gamification/Serious Games (Desktop + mobile Apps)

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Werbung/PR/Marketing, Energieversorger, Transport

Referenzprojekte 2011 Westbahn (2009: Entwicklung eines Online-Bahnhofs, 2011: Relaunch der Onlineplattform) www.westbahn.at; Post AG (laufende Betreuung, Mobile-Version post.at, Social Media, Microsite Christkindl.at, Typovideos) www.post.at; ovos (Serious Game „Ludwig“, Physikadventure zum Thema erneuerbare Energie) www.playludwig.com

Umsatzbestätigung Solvens Unternehmens- und Steuerberatungs GmbH, Wien

18 Digitalschmiede a unit of Dialogschmiede GmbH www.digitalschmiede.at, office@digitalschmiede.at

Geschäftsführung Jürgen Polterauer

Eigentümeverhältnisse 100 % Jürgen Polterauer

Angebotsschwerpunkte Digital & New Media Productions, Digital Communication Consulting, Digipaper Production

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finanz & Versicherung, Telekommunikation, Einzelhandel, Technologie

Referenzprojekte 2011

Hutchison 3G (Umsetzungen von Digipapers, Newslettermarketing, Microsites) www.drei.at; Canon Austria (Umsetzung von Newslettermarketing, Dialogmarketing gestützten DB-Projekten, Microsites) www.canon.at; Donau Versicherung (Website Relaunch inkl. Mobilesite) www.donauversicherung.at

Umsatzbestätigung Wirtschaftstreuhänder GmbH Mag. Dr. Norbert Cesky, Wien

19 Medwell Internet Services GmbH www.medwell.at, business@medwell.at

Geschäftsführung Michael Forbosko, Dagmar Seidl

Eigentümeverhältnisse 100 % Generali Österreich

Angebotsschwerpunkte Entwicklung von Websites, Microsites, Landingpages (Analyse, Strategie, Konzept, Design, Technologie, Redaktion), E-Mail-/Newsletter Marketing, Strategie-Consulting/-entwicklung

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Finanzdienstleistung, Tourismus

Referenzprojekte 2011 Generali Gruppe Österreich (Relaunch der Website mit neuer Struktur und Design mit stark erweitertem Inhalts- und Serviceangebot) www.generali.at; Europäische Reiseversicherung (Relaunch der Website) www.europaeische.at; Riccardo Piccini GmbH (Relaunch der Website) www.piccini.at

Umsatzbestätigung PwC Inter-Treuhand GmbH, Wien

20 MIP Media in Progress GmbH www.mediainprogress.at, info@mediainprogress.at

Geschäftsführung Markus Müller

Eigentümeverhältnisse 80 % Familie Müller, 20 % Mitarbeiter

Angebotsschwerpunkte Konzeption, Erstellung und Betreuung von Social-Media-Projekten/Medienangebote für junge, gebildete Zielgruppe (Schulen, Universitäten, Fachhochschulen)/Promotions

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Elektronikanbieter, Nahrungsmittel, Gastronomie

Referenzprojekte 2011 Apple Premium Reseller mcworld (Start einer umfangreichen Infoseite. Ist die größte Apple-Fansite Österreichs) www.facebook.com/mcworld.at; Race Energy Drink (Inszenierung des Race Energy Drinks) www.facebook.com/raceenergydrink; Apple Premium Reseller Joseph Computer & Service (Start einer umfangreichen Infoseite – eine der größten Apple-Fansiten Deutschlands) www.facebook.com/jcsmac

Umsatzbestätigung Auditreu Steuerberatungs GmbH, Wien

21 Neuherz & Partner GmbH www.neuherz.at, office@neuherz.at

Geschäftsführung Gabi Neuherz, Martin Neuherz

Eigentümeverhältnisse 45 % Gabi Neuherz, 45 % Martin Neuherz, 10 % Paul Neuherz

Internationale Anbindung Neuherz & Partner Bratislava

Angebotsschwerpunkte Brand Websites, Intranet Developments, Microsites, Innovations- und Ideenmanagement, Online Project Management

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden FMCG

Umsatzbestätigung Gregorich & Partner GmbH, Wien

22 Pulpmedia GmbH www.pulpmedia.at, office@pulpmedia.at

Geschäftsführung Robert Bogner

Eigentümeverhältnisse 25,1 % Robert Bogner, 25,1 % Paul Lanzerstorfer, 25,1 % Johannes Skrivanek, 24,7 % Matthias Bauer

Angebotsschwerpunkte Social Media Marketing, strategisches Online Marketing, Video & Animation

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Handel, Software, Medien

Referenzprojekte 2011 Bipa (Umsetzung Website: Desktop & Mobile, Facebook Microsite für Lehrlingskampagne) http://bilehring.bipa.at; Weekend Verlag (Konzeption, Design und Umsetzung Website der Verlagsgruppe, Facebook-Auftritt inkl. Apps) www.weekend.at; Intel (Konzeption, Design und Umsetzung Facebook Game „Catch the Spirit“ im Rahmen der Kampagne „Sichtbar intelligent“)

Umsatzbestätigung böhm & partner Steuerberatung OG, Linz

23 Getdesigned GmbH www.getdesigned.at, office@getdesigned.at

Geschäftsführung Manfred Forster

Eigentümeverhältnisse je 1/3 Georg Biedermann, Manfred Forster, Matthias Redl

Angebotsschwerpunkte Konzept, Design und Umsetzung von klassischen Online-Lösungen, mobilen Lösungen und Social-Media-Lösungen

Referenzprojekte 2011 ASFINAG (Konzept, Gestaltung und Umsetzung der Smartphone-App „Unterwegs“) www.asfinag.at; Ströck (Konzept, Gestaltung und Umsetzung der Ströck-Herbstkampagne „Regionalität“, Microsite „www.regionalitaet.at“) www.stroeck.at; SCS Shopping City Süd und Donauzentrum (Gestaltung, Umsetzung und laufende Betreuung der Websites) www.scs.at und www.donauzentrum.at

Umsatzbestätigung Eveline Effler Steuerberaterin, Maria Theresia

24 bestHeads Online Marketing GmbH www.bestheads.com, office@bestheads.com

Geschäftsführung Michaela Vadasz

Eigentümeverhältnisse 77 % Michaela Vadasz, 11,5 % Tobias Defranceschi, 11,5 % Christian Ladurner

Angebotsschwerpunkte Online-Dialog-Marketing (E-Mail, Umfragen, Online-Promotions, Veranstaltungsmeldungen), Erstellung von Websites mittels Content-Management-System, Programmierung von Online-Applikationen

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Dienstleistungsbranche, Industrie, Non-Profit-Organisationen

Referenzprojekte 2011 Points Management (Redesign Software für Online-Ausschreibungen und Online-Auktionen und Erstellung der Online-Verkaufsplattform inkl. Schulungsvideos und Animation, Adwordskampagne für D-A-CH und USA) www.negpoint.com; Gesundheitszentrum am St. Josef Krankenhaus (Relaunch des Webauftritts inkl. Online-Kursanmeldung und zentrale Verwaltung der Kurse); Österreichische Sporthilfe (Relaunch der Website, Anbindung aller sozialen Netzwerke an die Website)

Umsatzbestätigung HFP Steuerberatungs GmbH, Wien

Wunderman PXP GmbH www.wundermanpxp.at

Geschäftsführung Ricardo Vybiral, Markus Höfinger

Eigentümeverhältnisse 75 % WPP, 25 % Alfred/Markus Höfinger

Internationale Anbindung Wunderman Netzwerk/WPP

Branchen, die 2011 hauptsächlich bedient wurden Automotive, Telco, Tourismus

Referenzprojekte 2011 Nokia (Globaler Website Relaunch) www.nokia.at; Microsoft (Das neue Arbeiten) dasneuearbeiten.at; Land Rover (mobiler Messestand) http://creativesociety.com/gallery/17600/mobiler-messestand/

Plan.Net Austria

www.plan-net-group.at, info.austria@plan-net-group.com

Geschäftsführung Andreas Wochenalt

Internationale Anbindung Serviceplan Gruppe

Angebotsschwerpunkte Digitale Markenführung & Kreation, Solutions, Media