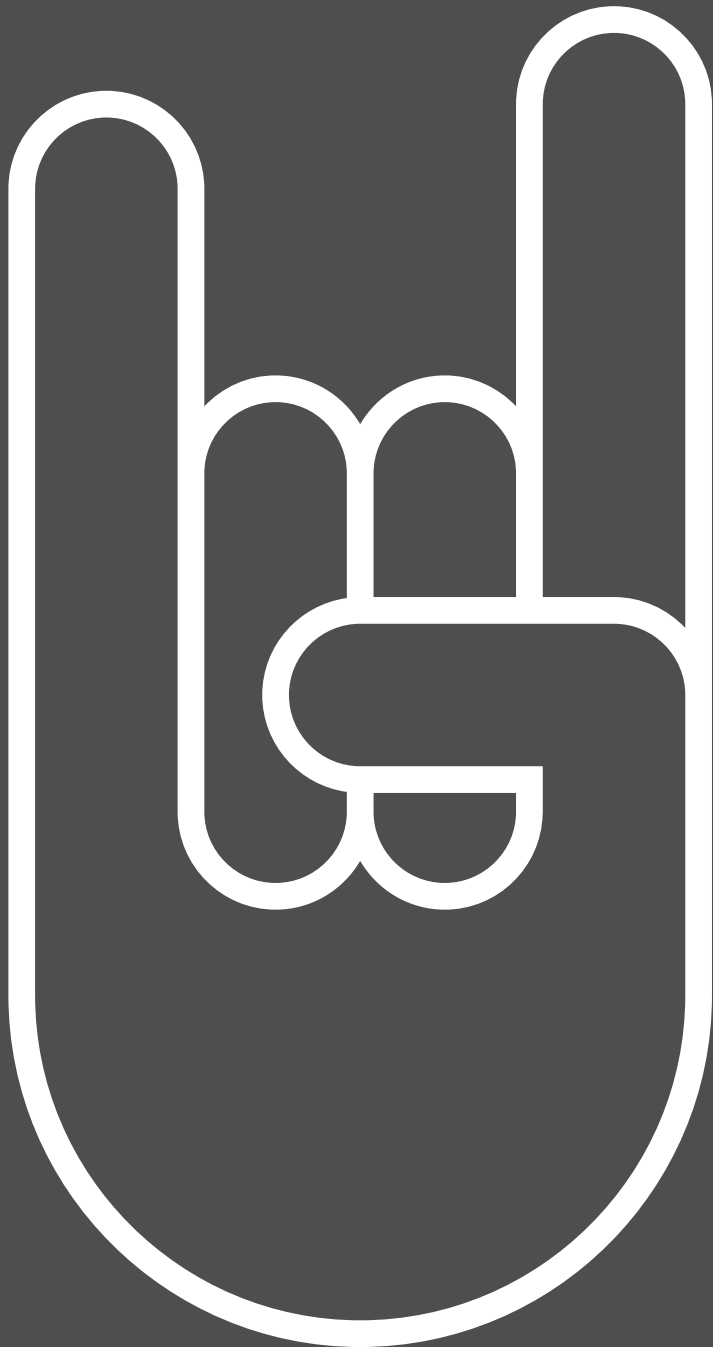


# feel good

2012

**kraftwerk**  
agentur für neue  
kommunikation

**Jedes Ende ist ein  
neuer Anfang.**



# Auch kraftwerk hat es vorhergesehen: Die Zeiten ändern sich.

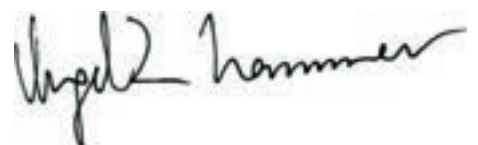
Ob man an die Zeitenwende und den großen Übergang im Maya-Kalender am 21.12.2012 glaubt oder nicht, das Ende der Kommunikation, wie wir sie kennen, ist nahe. Aus dem Informationszeitalter ist längst das mobile Kommunikationszeitalter geworden. Die neuen Propheten finden ihre Anhänger auf Facebook, YouTube oder Twitter. Marketingexperten stehen vor den Trümmern klassischer Kommunikation. 2012 beginnt ein neues Kommunikationszeitalter: die Ära totaler Medienkonvergenz. Für **kraftwerk** ein Grund zu feiern: Als Pionier neuer Kommunikation verbindet **kraftwerk** seit Anbeginn des Internets klassische und neue Medien. Die besten Voraussetzungen, um aus der neuen Agentur-Weltordnung als Sieger hervorzugehen. Und Zeit für einen Rückblick auf die Sternstunden des letzten Jahres.



**Heimo Hammer**  
Geschäftsführung



**Jürgen Oberguggenberger**  
Head of New Media



**Angelika Hammer**  
Agenturleitung

# Medien kommen und gehen, kraftwerk bleibt neugierig.

Ein stabiles Fundament ist der beste Ausgangspunkt, um einen Blick in die Sterne zu riskieren. Um vorherzusehen, was kommt und was geht, beobachtet **kraftwerk** den Kommunikationshimmel schon seit den 90er Jahren. Und dank viel Neugierde für technische und kreative Möglichkeiten, dem Glauben an Innovation und der aufopfernden Hingabe für Kunden ist **kraftwerk** heute selbst ein Fixstern unter den österreichischen Agenturen.

Mit dem Übergang von alten Medien zu neuer Kommunikation ging für viele klassische Agenturen eine Welt unter. **kraftwerk** aber war schon lange darauf vorbereitet. Und mehr als gut aufgestellt: Fullservice und Beratung für Online, Mobile, Social Media und Klassik – mit eigener IT. Kompetenzen, die sich große Agenturnetzwerke schon mehrfach einverleiben wollten. Doch bis heute bietet **kraftwerk** diese Leistungen nur ausgewählten Kunden.





klassik

online

mobile

social  
media

bera-  
tung

it-apps

feel  
good

WINPIN

kraftwerk  
international

kraftwerk  
informations-  
technologie

# Was die Medienwelt zusammenhält.

Schon den „Helden-Zwillingen“ in den Legenden der Maya war nur gemeinsam der entscheidende Sieg über die Götter möglich. Heute brauchen die klassischen Medien eine helfende Hand, um nicht zu Staub und Streuverlust zu zerfallen.

Der Klebstoff, der die Medienwelt heute zusammenhält, heißt Medienkonvergenz. Hinter diesem Imponiervokabel verbirgt sich allerdings ein Jahrtausende altes Grund-Prinzip: „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.“

Ob Weltuntergang oder nicht: nur das bedingungslose Zusammenspiel von klassischen Werbeformen mit digitalen Medien bringt heute noch Gehör und Geschäft. Allen, die weiterhin an isolierten Kampagnen festhalten, droht mit der Zeitenwende der Untergang.







# Endstation mobile Sehnsucht.

Die Maya richteten ihren Blick zu den Sternen, um Nachrichten ihrer Götter zu lesen. Kurz vor der Zeitenwende 2012 sehen die Menschen nur noch auf ihr Smartphone. Die Götzen der klassischen Werbewelt auf Plakaten und in Zeitschriften werden immer öfter ignoriert oder schlicht nicht mehr wahrgenommen. Aus Zusehen und Zuhören ist Kommunizieren geworden. Ständig und überall.

Wie die Götter der Maya immer bei ihrem Volk waren als Sonne, Mond und Mais, so müssen heute Werbebotschaften direkt zum Konsumenten kommen. Und das, egal wo sich dieser gerade befindet. Denn Aufmerksamkeit ist die Währung der heutigen Werbewelt. Und solange Menschen ihren Blick in U-Bahnen und Cafés nicht von mobilen Endgeräten lassen können, erlebt Mobile Marketing ein goldenes Zeitalter.

**kraftwerk** macht mobil: Interwetten, Austrian Business Agency, hali, Sage, WIFI, Raiffeisen, Arbeiterkammer u.v.m.







# Social Media ist kein Weltuntergang.

Es ist ein uraltes Dilemma: Kann man riskieren, etwas nicht zu machen? Für die Maya gipfelte die Frage in Blutopfern, von Selbstverletzung bis hin zu Menschenopfern, um die Götter gnädig zu stimmen. Für heutige Unternehmen heißt der Altar Social Media und das Obsidianmesser freie Meinung. Die Frage dabei lautet: Kann man es riskieren, Facebook und Co. zu ignorieren?

Social Media ist noch immer unberechenbar. Aber soziale Netzwerke sind auch fixer Bestandteil unserer Welt und bieten Marken völlig neue Chancen. Darum sieht **kraftwerk** Social Media als integralen Bestandteil der Gesamt-Kommunikation, verortet in allen Kanälen. Das heißt: Neue Wege gehen und laufend dazulernen mit klarer und ehrlicher Business-Strategie, die der Marke treu bleibt.

**kraftwerk** macht social: Schönbrunn, Re/MAX, Raiffeisen, Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien u.v.m. Mit: Guidelines, Beratung, Apps, Facebook Redaktionssystem, viralen Aktionen u.v.m.









# Was die Götter der Maya von kraftwerk lernen können.

In der heiligen Schrift der Maya, dem Popol Vuh, benötigen die Götter vier Versuche, um die Menschen zu erschaffen. Wiederholt zerstören sie dabei die Welt, um ihre Fehlschläge auszulöschen. **kraftwerk** dagegen präsentiert auf den nächsten Seiten gleich 12 erfolgreiche Kunden. Ganz ohne Weltuntergang.

**kraftwerk** bedankt sich bei allen Kunden – auch bei denen, die leider keinen Platz in diesem Heft gefunden haben. Viele spannende Arbeiten konnten im letzten Jahr realisiert werden. So die Götter wollen, glänzt **kraftwerk** aber auch nach dem 21.12.2012 mit neuen Arbeiten. Andererseits, warum so lange warten, wenn man die vielleicht letzte Chance auf ein gemeinsames Projekt mit **kraftwerk** schon heute nutzen kann?

Was wir Ihnen zeigen möchten,  
bevor es zu spät ist:

---

**WINPIN**

Seiten 14-17

---

**Arbeiterkammer**

Seiten 18-19

---

**Finanzministerium**

Seiten 20-21

---

**Österreichischer Golfverband**

Seiten 22-23

---

**hali**

Seiten 24-25

---

**ITdesign**

Seiten 26-27

---

**Lebensministerium**

Seiten 28-29

---

**Mondi**

Seiten 30-31

---

**Pharmig**

Seiten 32-33

---

**Raiffeisen Bausparkasse**

Seiten 34-35

---

**Sage**

Seiten 36-37

---

**Zurich**

Seiten 38-39

---



**feel  
good**



**winpin.at**

Marke  
Full Service  
Drucksorten  
Außenwerbung  
Anzeigen  
Folder  
TV-Spot  
Radio  
Website  
Mobile Web  
Mobile Apps  
Social Media  
Promotions  
Banner

# „ Guter Stoff! “

**kraftwerk** entwickelte mit WINPIN das weltweit erste medienkonvergente Kampagnentool. Im August 2011 gestartet, ermöglicht WINPIN erstmals die medienkonvergente Kommunikation zwischen Marken und Konsumenten.

Dialogelemente auf Werbeformen wie Außenwerbung oder TV/Radio verbinden klassische Kampagnen mit neuen Medien: Online, Mobile und Social Media. Idee, Marke und kreatives Gesamtkonzept von **kraftwerk** katapultierten die Markenbekanntheit in Österreich schon in der Einführungskampagne auf 70% mit über 350.000 Teilnahmen bei den 77 Kampagnen im ersten halben Jahr.







16/17

winpin.at





# „ Jetzt pinnen und Kunden gewinnen! “

Als erste medienkonvergente Kampagnenerweiterung erreicht WINPIN potenziell sechs Millionen Österreicher – also alle Internetuser, auch übers Smartphone. Mit WINPIN als Kampagnen-Turbo erhöhen Werbetreibende und Agenturen ihre Kampagnenperformance medienkonvergent über alle Kommunikationskanäle.

So wird Werbung zum Dialog Out of the Box: längere und intensivere Beschäftigung mit der Marke und dem Produkt, Online-Push klassischer Kampagnen und Schneeballeffekt durch wachsende Community.





**kraftwerk**  
agentur für neue  
kommunikation

18/19



[apps.arbeiterkammer.at](https://apps.arbeiterkammer.at)

Marke  
App Design  
Anzeigen  
Folder  
Web-TV



# „ Wie kommt das ganze Wissen der AK in eine App? Frag kraftwerk. “

Die Arbeiterkammer vertritt die Interessen aller österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Konsumentinnen und Konsumenten. Fast drei Millionen davon nutzen ein Smartphone. Darum wurde **kraftwerk** beauftragt, die Services und Informationen der AK auch mobil zu vermarkten. Die von **kraftwerk** gestaltete und vermarktete App „Frag uns“ ist heute eine der Top-Apps in Österreich.



Bankenrechner



Brutto-Netto-Rechner



Zeitspeicher



Urlaubsplaner



20/21



Plakate  
Anzeigen  
Folder  
Banner

Felicitas Matern, Fotografin, Wien, holt sich ihr Geld über FinanzOnline.at zurück.



Einfach, schnell, modern:  
Mein Finanzamt ist, wo ich bin –  
mit **FinanzOnline.at**

Machen Sie Ihren Steuer-  
ausgleich wie bereits mehr  
als eine Million Österrei-  
cherInnen – einfach und  
sicher über das **Internet**.  
Holen Sie sich jetzt Ihre

Zugangsdaten im Finanz-  
amt oder online unter  
**www.finanzonline.at**,  
und Sie haben das Geld  
noch schneller auf Ihrem  
Konto.



„Verwaltungsreform  
heißt, Amtswege  
online erledigen.  
Der moderne Weg  
zum Finanzamt ist  
FinanzOnline.at“

*Josef Pröll*  
Josef Pröll  
Finanzminister



# „ Geld zurück für Millionen Österreicher. “

Österreich ist im eGovernment führend in Europa. Eine zentrale Plattform dafür bietet das Finanzministerium mit [finanzonline.at](http://finanzonline.at). Um noch mehr Bürgerinnen und Bürger vom schnellsten und einfachsten Online-Jahresausgleich zu überzeugen, startete das Finanzministerium eine Kampagne. Das Konzept „Jetzt einsteigen!“ von **kraftwerk** überzeugte und die Kampagne bestehend aus Anzeigen, Bannern, Foldern, Plakaten und einer Roadshow steigerte die Userzahl von 1,3 Mio. auf 1,6 Mio.











# „kraftwerk bringt Schwung ins Leben.“

Beim Österreichischen Golfverband punktete **kraftwerk** mit dem Konzept „Bring Schwung in dein Leben“. Die österreichweite Kampagne begeistert mit dem Thema Work-Life-Balance für den Golfsport. Die eigens konzipierte Golf Welcome Box für Golfeinsteiger stellt die direkte Verbindung zu den 150 österreichischen Golfclubs her. Die Box mit DVD und Folder kann von Clubs individuell um eigene Angebote erweitert werden. Geworben wird über TV, Radio, Print, Social Media und Online. Gleichzeitig positionierte **kraftwerk** mit der Kampagne „Golf rocks“ Golf als Sport mit Zukunft für Kinder und Jugendliche.





**feel  
good**



[hali.at](http://hali.at)

Beratung  
Website  
Mobile Web  
Social Media



# „kraftwerk ist fantastisch!“

hali büromöbel suchte eine Agentur für Konzept und Umsetzung des neuen Webauftritts. Website, mobile Version und Social Media sollten den Vertrieb unterstützen und auch bei Kundenpräsentationen direkt am iPad gezeigt werden. Basis war die kurz davor eingeführte Linie „hali ist fantastisch“.

**kraftwerk** setzte die neue Linie mit klarem Konzept und Design eindrucksvoll um: sympathische Produktpräsentation kombiniert mit hard-selling facts and figures – medienübergreifend.







feel  
good



# „ Über 10 Jahre bei kraftwerk: IT WORKS! “

**kraftwerk** berät ITdesign seit über 10 Jahren. In dieser Zeit wurde die Marke aufgebaut und am heimischen IT-Markt positioniert: von einer ausgegliederten Abteilung von HP hin zu einem perfekt aufgestellten Unternehmen für IT-Dienstleistungen und -Beratung.

Durch die gesamtkommunikative Betreuung von **kraftwerk** ist ITdesign heute einer der führenden Dienstleister für IT-Infrastrukturberatung und IT-Consulting in Österreich.







lebensministerium.at

lebensministerium.at

Beratung  
Relaunch  
CD-Manual



Das Lebensministerium beauftragte **kraftwerk** mit der Evaluierung eines der umfangreichsten österreichischen Webauftritte. Alle 64 Websites des Ministeriums wurden komplett durchleuchtet, neu konzipiert und gestaltet. Um den einheitlichen Auftritt auf lange Sicht zu garantieren, entwickelte **kraftwerk** zusätzlich ein Online CD-Manual.

Das neue State-of-the-Art Online-Portal wurde genau nach Plan in nur 9 Monaten umgesetzt – mit mehr als 60.000 Artikeln, 30.000 Fotos, 10.000 Publikationen, 5.000 Mitarbeiterkontakten und hunderten GIS Karten.

**„Neues Leben  
für einen der  
umfassendsten  
Webauftritte  
Österreichs.“**

**feel  
good**



[mondigroup.com](http://mondigroup.com)

Full Service  
Markenführung  
Anzeigen  
Folder  
Direct Mail  
Messestand  
Website  
Banner



# „A Man and his Machine.“

Mondi, einer der weltgrößten Papier- und Verpackungshersteller, vertraut bei der globalen Betreuung aller Online-Aktivitäten auf **kraftwerk**: Für 28 Länder konzipiert und realisiert **kraftwerk** so u.a. Websites, Kampagnensites, Online-Werbung, Newsletter, Intranet- und Extranet-Lösungen. Die Online-Gesamtkommunikation made by **kraftwerk** schätzen dabei Mondis internationale Großkunden und Investoren ebenso wie Wirtschaftsjournalistinnen und -journalisten sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Nach jahrelangem Erfolg im Online-Bereich wurde **kraftwerk** nun auch mit der medienkonvergenten Markeneinführung von „Professional Printing Paper“ beauftragt – Mondis Portfolio für den professionellen Druckbereich. Neben der weltweiten Kampagne mit Anzeigen, Broschüren und Microsite in 13 Sprachen wurde auch die Messestandvermarktung auf der drupa, der wichtigsten Papier- und Drucktechnikmesse, von **kraftwerk** konzipiert und umgesetzt.





feel  
good

# „kraftwerk ist die beste Medizin.“



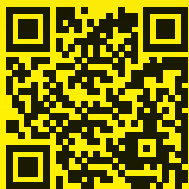
Der Verband der pharmazeutischen Industrie Österreichs, die PHARMIG, entschied sich bei der Ausschreibung des Gesamtstats für **kraftwerk**. Die neue Kampagne erfüllte die Aufgabe perfekt: Während des gesamten Lebens gewährleistet die pharmazeutische Industrie die Versorgung der Bevölkerung mit den besten Medikamenten, sprich der „besten Medizin“.

Die auf Vertrauen basierende Partnerschaft von Mensch und Pharmabranche wurde unterstrichen, die Pharmabranche sollte sowohl von den Stakeholdern im Gesundheitsbereich als auch den Bürgerinnen und Bürgern als verlässlicher und positiver Partner wahrgenommen werden.





34/35



[apps.bausparen.at](https://apps.bausparen.at)

Anzeigen  
Plakate  
Folder  
Website  
Mobile Web  
Mobile App  
POS-TV  
Banner



# „Ausgezeichnete Performance von kraftwerk.“

Für die Raiffeisen Bausparkasse realisierte **kraftwerk** Österreichs erste modularisierte Online-Kampagne „Sumsi“ und wurde dafür mit dem IAB WebAd in Gold ausgezeichnet. Seither setzt die RBSK verstärkt auf Online-Kampagnen von **kraftwerk**. Der gemeinsame Anspruch: immer die innovativste und performanteste Online-Werbung im Bankenbereich umzusetzen. Erreicht wurde das unter anderem mit Online-Rechnern, Kampagnenwebsites und mobile Marketing.

Auch bei mobile Apps setzt die RBSK auf innovative Lösungen: Design, Rechner und Tools der App „Jump & Bau“ wurden von **kraftwerk** konzipiert, umgesetzt und medienkonvergent vermarktet.





Sage, einer der europaweit führenden Anbieter von Business Management Software, setzt seit Jahren auf **kraftwerk** – schon vor der Eingliederung in den Sage Konzern als Softwarespezialist dpw. Auch die neue Markenarchitektur wurde von **kraftwerk** klassisch und online konzipiert und gestaltet: Die bekannten dpw-Lösungen wurden als Produktmarken in die Unternehmensmarke integriert und der HR-Bereich erhielt mit Sage HR einen eigenen Auftritt unter dem international bekannten Markendach von Sage.

2012 startete Sage mit meinpersonal.at eine „Software as a Service-Lösung“ für KMU. **kraftwerk** entwickelte Name, Marke sowie den Vertriebskanal online und mobile inkl. Zahlungsanbindung.







**„ Weil's mit  
kraftwerk einfach  
besser ist. “**



# ” The 13,5 Mio. USD-Day\* “

Zurich ist eine der weltweit führenden Versicherungen und setzt verstärkt auf online-basierte Vertriebstools von **kraftwerk**. Auch bei der Schwerpunktaktion European Telephone Day – einem europaweiten Wettbewerb der Agents über das Internet. Und das mit überragendem Erfolg: Bereits der erste Telefontag erzielte ein Jahresprämienäquivalent von rund 13,5 Millionen US-Dollar.

Um den europaweiten Vertrieb laufend zu optimieren, entwickelte **kraftwerk** für Zurich das Campaign Management Tool. Agents und Manager bearbeiten bestehende und neue Kunden in Form von Leads direkt online. So steigert das Campaign Management Tool von **kraftwerk** den Erfolg in sechs Ländern messbar.

\*Quelle: <http://www.zurichagents.com/>





# Bye bye altes Baktun! Welcome neue Kommunikation!

Es ist Zeit, Abschied zu nehmen. Vom 13. Baktun in der Zeitrechnung der Maya, von diesem Heft und glaubt man den Weltuntergangs-Marktschreiern, dann vielleicht auch von unserer Erde. Da sollte man die Gelegenheit nicht vorübergehen lassen, schnell noch Kunde von **kraftwerk** zu werden. Denn in einem sind sich NASA, Maya, Sektenführer und auch **kraftwerk** einig: Die Zeiten ändern sich. Und die verbleibenden Tage nutzen Sie am besten mit neuer Kommunikation von **kraftwerk**.

# Wofür Sie die kommenden Tage nutzen sollten:

- Besuchen Sie Ihre Familie.
- Gehen Sie raus in die Natur.
- Hören Sie endlich auf zu rauchen.
- Fahren Sie auf Urlaub.
- Kommen Sie zu **kraftwerk**.



feel  
good

## Kick it like Ixbalanque\*

Beim Tlatchtli, dem traditionellen Ballsport der Maya, wurde ein harter Gummiball mit Ellbogen, Hüfte und Knie durch einen Ring gespielt. Den Kapitän des Verliererteams opferte man den Göttern. So ähnlich kann man sich auch die legendären Wuzzelturniere von **kraftwerk** vorstellen. Ballsport ist eben auch für **kraftwerk** heilig, und so kämpfen die Teams aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden, Kommunikationsexpertinnen und -experten zwar nicht bis aufs Blut, aber doch um den Sieg.

\*In den Legenden der Maya besiegten die Heldenzwillinge Ixbalanque und Hunapu die Götter der Unterwelt beim Ballspiel und stiegen als Sonne und Mond in den Himmel auf.

## Der Rest ist Geschichte



Rechtzeitig zum 20-jährigen Jubiläum schrieb auch **kraftwerk** ein heiliges Buch. Der Name ist zwar nicht ganz so lustig wie jener des Popol Vuh der Maya, sondern es heißt schlicht **kraftwerk the book**, zeigt aber unsere schönsten Seiten und abenteuerlichsten Geschichten von 1990 bis 2010. Die gedruckten Ausgaben haben bereits Sammlerwert, dafür gibt's das handliche ePaper auf [facebook.com/kraftwerk.co.at](https://facebook.com/kraftwerk.co.at).

## Gute Endzeitstimmung

Über 20 Jahre **kraftwerk**, das gefiel auch den Kundinnen und Kunden. Damit diese das auch in Zukunft zeigen können, verschickte **kraftwerk** den personalisierten „Gefällt mir“-Stempel im Facebook-Design. Schön zu wissen, dass es mit **kraftwerk** nie langweilig wird. Auch nicht im Angesicht eines drohenden Weltuntergangs; feel good, mit der Agentur für gute Endzeitstimmung.





kraftwerk.co.at

Schneckerl  
Gute Nacht

Jean-Remy  
gefällt das

Elvis  
gefällt das

Karl-Heinz  
gefällt sich

Mausi  
gefällt das

S. Jobs  
gefällt das

Amir  
gefällt das

Rudi  
gefällt das

Dorfmeister  
gefällt das

A. Putz  
gefällt das

Mariusz Jan  
gefällt das nicht

Grisseemann  
gefällt das

Wurm  
gefällt das

Dr. Puttner  
gefällt das

Zuckerberg  
gefällt das

Kaiser  
gefällt das

Jürgen  
gefällt das



feel  
good



AMGEN

AK

Atlas Copco

Bundesministerium für europäische  
und internationale Angelegenheiten

bm **vi** **ti**  
Bundesministerium  
für Verkehr,  
Innovation und Technologie

**BMA**  
BUNDESMINISTERIUM für  
WIRTSCHAFT und ARBEIT

BONUS  
Pensionskassen Aktiengesellschaft

BUNDESKANZLERAMT **Ö** ÖSTERREICH

Deloitte.

 DEUTSCHE BÖRSE  
GROUP

DEXIA

ERSTE **B** BANK



gewista  
urban media

  
www.golf.at

 GRAZER WECHSELSEITIGE  
Versicherung Aktiengesellschaft

INFOSCREEN  
your city channel

Inter  
wetten  
.com

ITdesign  
software projects & consulting

Kitzbühel®

LINZ  
Eine Stadt lebt

INTERNATIONALE  
**LKW WALTER**  
TRANSPORTORGANISATION AG

 Lufthansa

Julius  Meinl  
International

 ÖBf  
ÖSTERREICHISCHE  
BUNDESFORSTE AG

€ONB  
ÖSTERREICHISCHE NATIONALBANK

OMV  
OMV

 Wir sprechen für Ihr Recht.  
DIE ÖSTERREICHISCHEN  
RECHTSANWÄLTE

 Red Bull

RE/MAX®

sage

Schloß  Schönbrunn  
Schönbrunn Palace

TERRA

 THERMENRESORT  
WARMBAD-VILLACH

tiscover

Valida   
Vorsorge Management

 WIFI  
WKO

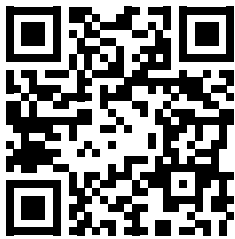
WKO  
WIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICHS

SWISS QUALITY  
ZUCO

 ZURICH



46/47



[apps.kraftwerk.co.at](http://apps.kraftwerk.co.at)

# „ feel good-App “



Endlich eine App, um sich immer und überall gut zu fühlen!  
Holen Sie sich den legendären feel good-Faktor von  
Österreichs führender Agentur für neue Kommunikation  
aufs Smartphone.

Mit der feel good-App überstehen Sie langweilige Meetings  
und bleischwere Bürotage spielend (getestet im täglichen  
Büroalltag von **kraftwerk**)!



## **kraftwerk** agentur für neue kommunikation

Auerspergstraße 4, 1010 Wien  
Tel. +43.1.409 36 30, Fax -30  
E-Mail: [feelgood@kraftwerk.co.at](mailto:feelgood@kraftwerk.co.at)

Geschäftsführung  
**Mag. Heimo Hammer**

Prokura  
**DI Angelika Hammer**  
**DI (FH) Jürgen Oberguggenberger**

Gründungsjahr: 1990  
Agentur-Income 2011: 10,8 Mio. EUR  
Mitarbeiter: 28,  
Freie Mitarbeiter: 24

 [/kraftwerk.co.at](https://www.facebook.com/kraftwerk.co.at)

 [/kraftwerkAgentur](https://www.youtube.com/kraftwerkAgentur)

 [/kraftwerkAgentur](https://plus.google.com/kraftwerkAgentur)

WWW.  
**kraftwerk.**  
CO.AT