

# DIGITAL SOLUTIONS FOR DIGITAL THINKERS

Wie bedeutsam eine erfolgreiche und authentische digitale Performance für Unternehmen ist, darüber muss man eigentlich nicht mehr diskutieren. Wie sich diese jedoch von der ersten Code-Zeile bis zur letzten ausgestaltet und laufend gepflegt wird, ist für das Team von MOMENTUM Anspruch und Leidenschaft gleichermaßen.

TEXT: DORIS HELWEG

**M**an mag persönlich zur Technologisierung stehen, wie man will, für Unternehmen ist eine authentische digitale Identität mittlerweile ein entscheidender Erfolgsfaktor geworden. Dabei geht es schon lange nicht mehr nur um eine Präsenz in Form irgendeiner Webseite, nein, es geht um einen Auftritt, eine Positionierung, eine Kommunikation mit Kund\*innen und Zielgruppen. „Uns ist es ein großes Anliegen, dass Unternehmen den Wert erkennen, ihre digitale Performance als Sprachrohr zu nutzen, die schier unendlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. Da gibt es noch so viele neue Geschäftsfelder, die erschlossen werden können und die wir gemeinsam mit unseren Kunden erarbeiten möchten“, kribbelt es MOMENTUM-Gründer Philip Farbmacher so richtig unter den Nägeln, mit seinen Kund\*innen oder vielmehr Partner\*innen zukunftsfähige digitale Performances zu gestalten. „Dazu braucht es aber weit mehr, als lediglich einen Programmierer für eine Webseite. Dazu braucht es strategisches Denken, ein Gefühl für den Kunden und Markt, für die große, weite, digitale Welt, die eigentlich allen Unternehmen zu Füßen liegt und die man mit den richtigen Konzepten zum Leben erwecken muss.“

Dieses digital thinking und die bedeutende Rolle der digitalen Performance für Unternehmen hat sich bei MOMENTUM auch im Laufe ihrer Tätigkeiten so entwickelt. Häufig ist die Website ein Einstieg für eine Zusammenarbeit, aber während den ersten Schritten des Entstehungsprozesses ergeben sich oft viel fundamentalere Fragen wie „Wie wollen wir bei wem wahrgenommen werden?“, „Versteht unsere Zielgruppe unser Angebot?“, „Was wollen wir in der digitalen Welt überhaupt bewirken oder erreichen?“

Fragen, die in ihrer inhaltlichen Konzeption weit über das einfache Programmieren einer Website hinausgehen.

## DIGITALE KLAVIATUR

„Unsere Performance geht weit über den Rahmen einer üblichen Webagentur hinaus“, so Farbmacher und ergänzt: „Wir verschaffen und erleichtern mit unserer tiefgehenden strategischen Beratung und messbaren Kommunikationsmaßnahmen unseren Kunden einen Zugang zu digitalen Märkten unserer Zeit, die sonst eigentlich nur den big playern offen stehen.“ Für das

Team von MOMENTUM ist es eine Selbstverständlichkeit, dass ihre digitale Klaviatur alle Noten spielt. „Ein sinnvoller, moderner Kommunikationspartner muss aus meiner Sicht alles beherrschen, von Web bis Social, von Growth Hacking bis Global Campaigning und das natürlich immer auf Basis der Marke und gespickt mit hochwertigsten Inhalten.“

Mit dem Konzept „Website as a service“ agiert MOMENTUM in Österreich bislang einzigartig und bringt noch einen weiteren Aspekt mit. So treffen schon beim Gründerteam aus Vater und Sohn wertvolle Essenzen wie fundierte, gesammelte Erfahrung



Kooperieren eng für erfolgreiche Brand Performance: Corinna Pfurtscheller und Christian Baumgärtner, nio-Studio, Johannes Felder, awee GmbH, Philip Farbmacher und Wolfgang Farbmacher sowie Roman Fischer, MOMENTUM. „Wir sind ein Hub für Strategie, Design, Webentwicklung und E-Commerce.“

mit jungem, dynamischen Innovationsgeist aufeinander und ergänzen sich perfekt. „Natürlich ist es für mich schon eine Herausforderung, mit einem so jungen Team zusammenzuarbeiten und so ist die Freude, meine Erfahrungen einbringen zu können, umso größer. Es macht mir vice versa auch wahnsinnigen Spaß, von den jungen Leuten zu lernen“, verrät Wolfgang Farbmacher und fungiert im dynamischen Unternehmen vorwiegend als Netzwerker, Berater und im Vertrieb. „Auch wenn es nicht immer ganz einfach ist, als Familie bzw. Vater und Sohn so eng zusammenzuarbeiten, überwiegen die Vorteile und die unschätzbare Effektivität bei weitem“, ergänzt Philip Farbmacher auf die Frage, ob es denn nicht auch manchmal zu Generationenkonflikten komme.

## DESIGN THINKING

Was die Arbeit der Digitalisierungsspezialisten so besonders macht, ist die Herangehensweise nach der Design-Thinking-Methode. „Diese Methode, die ich bei meinem Studium am Imperial College in London, einer der besten Universitäten der Welt, kennenlernen durfte, erfolgt sehr kundenzentriert. Dabei werden Prozesse gemeinsam mit dem Kunden und dessen Kunden zielgerichtet erarbeitet. Das Ziel ist, Lösungen zu finden, die einerseits aus Anwender- oder Nutzersicht überzeugend, andererseits auch produkt- und natürlich markenorientiert sind“, erklärt Philip Farbmacher. „Dabei arbeiten wir uns in einem iterativen Prozess auf eine kundenzentrierte Lösung hin, arbeiten Pain Points heraus, versuchen diese mit unterschiedlichsten Ideen und Methoden zu lösen. Mit einfachen Worten: Wir probieren gemeinsam mit dem Kunden unterschiedliche Herangehensweisen aus, gehen im Fall auch noch mal einen Schritt zurück oder verwerfen eine Idee, solange, bis wir die ideale und kundenzentrierte Lösung gefunden haben.“

## DIGITAL MINDSET

Eine erfolgreiche digitale Identität ist völlig unabhängig von der Branche oder Größe eines Unternehmens, ein gewisses Mindset für Digitalisierung sollte jedoch vorhanden sein. „Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden verstehen, dass Digitalisierung wesentlich ist, ganz egal wie hoch der Digitalisierungsgrad im Unternehmen aktuell ist. Besteht im Unternehmen die Möglichkeit und das personelle Potential, den Content selbst zu liefern und den Webauftritt zu bespielen, ist das aus unserer Sicht der authentisch-

te Weg und wir begleiten und unterstützen sie dabei. Viele unserer Kunden nehmen auch unser Angebot der laufenden Weiterentwicklung der digitalen Performance in Anspruch, wir nennen diesen Ansatz ‚website as a service‘, der in Österreich einzigartig ist.“

So bunt gemischt das Kundenportfolio und die Ansprüche der Kunden sind, so mannigfaltig gestaltet sich das ambitionierte MOMENTUM-Team. Neben den Gründern Philip und Wolfgang Farbmacher bemühen sich derzeit weitere zehn Digital Natives wie Programmierer, Entwickler und Designer um erfolgreiche Lösungen für die Kunden. Basierend auf vier Leistungssäulen gliedert sich das MOMENTUM-Angebot in die Bereiche Strategie und Beratung, Design und Branding, Development und E-Commerce sowie Training und Change-Management. Um all diesen Ansprüchen auch in professioneller Expertise gerecht zu werden, kooperiert die Agentur mit Partnerbetrieben aus den Bereichen Markenentwicklung und Designstudios.

## TREEHOUSE

Um der umfassenden Thematik einer erfolgreichen digitalen Performance mit professioneller Expertise gerecht zu werden,

arbeitet MOMENTUM sehr eng mit Markentwickler und Kommunikationsstrategen Johannes Felder mit seinem Unternehmen awee GmbH sowie den Branding- und Grafikdesign-Experten nio-studio zusammen. Mit dieser TREEHOUSE-Kooperation fließen maßgebliche Bereiche wie Strategie, Design und Digital Performance ineinander. So deckt das Team als Full-Service-Anbieter von der Business Strategy über Markenentwicklung über Product Design bis hin zu Digital Performance und Experience Design sämtliche Kompetenzfelder ab, die es im Zusammenhang mit einer gelungenen und erfolgreichen digitalen Identität – online und offline – brauchen kann. Um die intensive Zusammenarbeit auch räumlich noch enger zusammenzuführen, wird das TREEHOUSE-Trio in Kürze eine Bürogemeinschaft in Innsbruck gründen.



[www.wearemomentum.at](http://www.wearemomentum.at)  
[www.wearetreehouse.group](http://www.wearetreehouse.group)

Wollen Digitalisierung in Bewegung bringen: Philip und Wolfgang Farbmacher vereinen digitale Kompetenz mit jahrzehntelanger Branchenerfahrung.



© ANDREAS FRIEDLE