

„Die Idee des Studios kommt an“

Gleich im ersten Jahr des Bestehens kann sich Studio Freude in der Kategorie Markenberater & Branding durchsetzen.



Erfolgreich
Katrin Taschwer, Projekt Managerin und Studioleiterin, und Simon Pointner, Creative Director, freuen sich über den Sieg.

© Studio Freude

”

Ein erster Platz im ersten Jahr ist echt der Wahnsinn für unser Studio Freude!

Simon Pointner
Creative Director
Studio Freude

“

••• Von Sascha Harold

Die Entscheidung in der Kategorie Markenberater & Branding (im Vorjahr Branding und Design) ist bei den medianet xpert-Rankings besonders knapp ausgefallen. Durchgesetzt hat sich das erst im Herbst als Ausgründung von **Heimat Wien** entstandene Studio Freude vor Reichl und Partner Future Thinking und Zum goldenen Hirschen.

medianet hat mit Co-Founder und Creative Director Simon Pointer und Projekt Managerin und Studioleiterin Katrin Taschwer über den gelungenen Start mit der neuen Agentur gesprochen.

”

Ein Gassenlokal inmitten der Grätzloase. Bewusst offen und ein Ort für kreative Kollaborationen.

Katrin Taschwer
Projekt Managerin
und Studioleiterin

“

medianet: Ein erster Platz im ersten Jahr des Bestehens – eine besondere Auszeichnung?

Simon Pointner: Ein erster Platz im ersten Jahr ist echt der Wahnsinn für unser Studio Freude! Es zeigt, dass unsere Idee des Studios ankommt und

wir mit unserer Leidenschaft und Vision auf dem richtigen Weg sind. Das ist für uns wie ein High-Five. Klar, Anerkennung ist cool, aber für uns zählt vor allem die Freude an dem, was wir tun. **Katrin Taschwer:** Dieser erste Platz ist wie ein fetter Motivationschub für uns alle. Der Award bekommt einen Ehrenplatz bei uns im Studio. Vielleicht sogar in der Auslage unseres Gassenlokals in der Praterstraße (lacht).

medianet: Was waren seit der Gründung im September die wichtigsten Milestones?

Pointner: Seit unserer Gründung haben wir schon einige wichtige Etappen hinter uns. Wir haben den Fokus stark auf eine eigene Design-Handschrift gelegt, indem wir unsere kreative Vision und unser holistisches Verständnis für Design konsequent umgesetzt haben. Nur so können wir uns am Markt schnell etablieren und Anziehung kreieren. Wir konnten spannende Unternehmen und Personen von unserer Idee des Markenerlebnisses überzeugen. Sie schätzen unsere Arbeit und haben uns dabei geholfen, unsere Vision zum Leben zu erwecken. Das Herzstück der Freude sind aber die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Werte des Studios und die Leidenschaft teilen und leben. Wir konnten hier schnell ein interdisziplinäres Team aufbauen. Ebenso konnten wir ein Studio im zweiten Bezirk eröffnen, das mehr als reine Bürofläche ist. **Taschwer:** Ein Gassenlokal inmitten der Grätzloase. Bewusst offen und ein Ort für kreative Kollaborationen. Unter dem



Das Freude-Büro als Hybrid-Location aus Designstudio und Pop-up-Fläche.

Motto ‚Raum für das, was Freude macht.‘ können sich hier Marken, Künstlerinnen und Künstler und Start-ups in der vielseitigen Store Front des Pop14 einmieten, um die belebte Gegend als Bühne für ihre Ideen, Produkte und Events nutzen. Das schafft eine neue Interaktion mit den Menschen und dem Leben außerhalb des Studios.

medianet: Welche Projekte stehen heuer bereits an?

Pointner: Dieses Jahr stehen noch einige aufregende Projekte

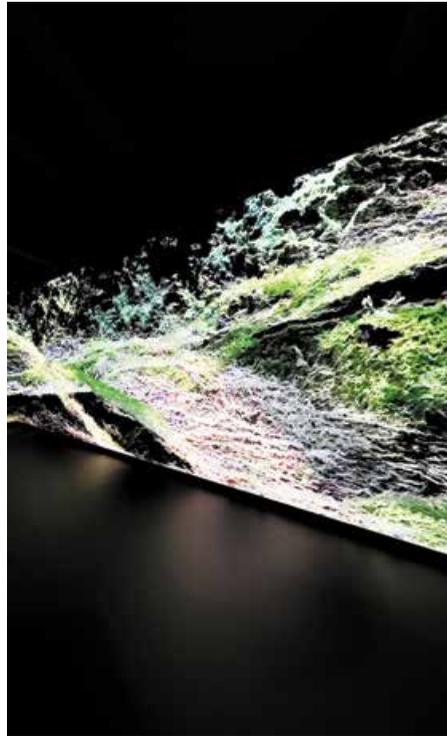
auf unserem Plan – zum einen nehmen wir zum dritten Mal in Folge an der Vienna Design Week teil, was eine fantastische Gelegenheit ist, unsere Arbeit einem designaffinen Publikum zu präsentieren und uns auszutauschen. Darüber hinaus setzen wir weitere Projekte im Raum um, was einen aufregenden Schritt in unserer Entwicklung darstellt. Unsere Vision von Markenerlebnissen wird ganzheitlich gedacht und da gehört das Erleben einer Marke im Raum natürlich dazu.

xpert.Ranking Markenberater/Branding

Rang	Agentur	Basket 2 Basket 3 Gesamt			Gesamtpunkte
		Basket 1	Jury	Kunden	
1	Studio Freude	30,00	25,17	40,00	95,17
2	Reichl und Partner Future Thinking	30,00	24,23	40,00	94,23
3	Zum goldenen Hirschen	30,00	23,81	38,62	92,43
4	Scholz & Friends	30,00	21,16	39,56	90,72
5	Kotschever Weiss	25,00	18,01	40,00	83,01



© Studio Freude (2)

**Projekte**

Unter dem Motto „Made with Freude“ präsentierte das Studio Freude seine eigene Weinserie 2023 (l.). Für das Technische Museum Wien entwarf die Agentur den sogenannten Future Simulator.

und es uns ermöglicht, das meiste aus einem Projekt herauszuholen. Die Designidee muss sich in jeder Anwendung und in jedem Medium entfalten können. Deswegen sitzt das gesamte Studio an einem großen Community Table beisammen. So entstehen intensive Auseinandersetzungen mit dem kreativen Produkt, und jeder und jede hilft dem anderen, besser zu werden – ein Zugang, den ich mit Sicherheit aus meinen Jahren im Basketball mit-

medianet: Was hebt Studio Freude vom Wettbewerb ab?

Pointner: Was das Studio Freude mit Sicherheit ausmacht, ist unsere Kombination aus Designvision und Experten in diesem Bereich. Neben einem eignen Innenarchitekten pflegen wir eine enge Zusammenarbeit mit unseren Partnerarchitekten von pointnerpointner Architekten, das Büro meines Vaters. Das bietet uns eine breite Palette von Fachkenntnissen und Ressourcen, um komplexe Projekte im Architekturbereich in Verbindung mit Branding und Design umzusetzen und auch zu stemmen. Um ein Beispiel zu nennen – wir entwickeln gerade einen Messestand für ein Tiroler Familienunternehmen, das im Haus- und Gartenbereich tätig ist. Durch das davor von uns geschaffene Redesign und die Markenstory kann so ein stringentes Gesamtbild erzeugt und gelebt werden – intern im Unternehmen als auch extern im B2C- und B2B-Bereich.

medianet: Kommen wir zu einem aktuellen Thema – welche

Rolle spielt Kreation heute noch angesichts immer besser werdender KI-Tools?

Pointner: Die Kraft einer Idee im Design bleibt auch in Zeiten fortschreitender KI von ent-

”

Letztendlich geht es darum, dass jede unserer Arbeiten von Freude und Begeisterung durchdrungen ist.

Katrin Taschwer

scheidender Bedeutung. Künstliche Intelligenz mag Werkzeuge bieten, die Prozesse automatisieren und optimieren, doch das eigentliche Herzstück des kreativen Schaffens ist die Visi-

on, die hinter unseren Entwicklungen steht. Design geht über bloße Funktionalität hinaus, es verkörpert Identität, erzählt Geschichten und vermittelt Werte. KI kann unterstützen, aber sie kann keine menschliche Intuition, Sensibilität und ästhetisches Empfinden replizieren. Auch wenn gutes Design in Zusammenspiel mit KI entstehen kann und auch bei uns im Studio tagtäglich entsteht, die eigene Handschrift bleibt essenziell.

medianet: Zum Abschluss – welche organisatorischen Weiterentwicklungen sind bei Ihnen geplant?

Pointner: Für uns bedeutet ‚Made with Freude‘, dass wir nicht nur unsere Arbeitsweisen ständig hinterfragen, sondern eine Kultur schaffen, die von Leidenschaft geprägt ist. Wir streben danach, auf internationalem Niveau zu arbeiten und unsere Markenerlebnisse so zu gestalten, dass sie den Menschen Freude bereiten und sie emotional berühren. Dabei ist es uns wichtig, ein Umfeld zu schaffen, das vernetztes Arbeiten fördert

”

Die Kraft einer Idee im Design bleibt auch in Zeiten fortschreitender KI von entscheidender Bedeutung.

Simon Pointner

nehme. Im Teamspirit gibt es da viele Parallelen ...

Taschwer: Letztendlich geht es darum, dass jede unserer Arbeiten mit Freude und Begeisterung durchdrungen ist und sich dieses Gefühl auf unsere Kunden und ihr Publikum überträgt. Stetige Veränderung ist auch in organisatorischen Themen enorm wichtig. Deshalb ist es gar nicht so leicht, hier eine konkrete Antwort zu geben. Mal sehen, was das Jahr noch so bringt (lacht).

“