

Besondere Strukturen für besondere Leistungen

Querdenken bedeutet immer auch, in andere Fahrwasser zu kommen. So entwickelt SERY* völlig neue Sichtweisen auf die Produkte oder Dienstleistungen der Kunden.

Die Agentur wurde 1966 von Rainer Sery als Grafikatelier gegründet und entwickelte sich rasch zu einer fixen Größe am Agenturmarkt in Oberösterreich. Zu Beginn stand das künstlerisch-gestalterische Angebot im Mittelpunkt, rasch wurden die Kompetenzen um Konzeption und Beratung erweitert. 1977 wurde die Umfirmierung in die Sery Werbung GmbH & CoKG durchgeführt.

Die Story

1966 Gründung als Sery Graphikatelier.

1977 Umfirmierung in die Sery Werbung GmbH & CoKG.

1981 Bau und Übersiedelung des Agenturgebäudes an den aktuellen Standort in Leonding.

2001 Mit der Übernahme des Familienbetriebes durch Angelika Sery-Froschauer wurde das Unternehmen weiterentwickelt und fit für die neuen Herausforderungen der Kommunikationsbranche gemacht. Seither geht die Agentur einen geradlinigen Weg, der sich durch Professionalität, Internationalität und Expertise auszeichnet. Zusätzlich dazu wurde der Standort Passau aufgebaut.

2008 wurde die EU 'Russian Brand Alliance gegründet, die SERY* mit Agenturpartnern in Osteuropa vernetzt.

2009 kam es zur Umfirmierung in SERY* Creative Communications, drei Jahre darauf wurde das gesamte Agenturgebäude renoviert und bietet Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld, in dem Kreativität und Teamwork ausreichend Platz finden.

2016 feiert Sery das 50jährige Agenturjubiläum!

Die Meilensteine

„Wir sind erstens stolz darauf, den Familienbetrieb mit rund 20 Mitarbeitern über fünf Jahrzehnte hinweg erfolgreich am Markt etabliert zu haben. Von Bedeutung sind einerseits die guten internationalen Kontakte, die wir uns gemeinsam mit dem Standort in Passau sowie der EU 'Russian Brand Alliance aufgebaut haben. Durch den Austausch mit Kollegen und das Arbeiten mit Kunden in verschiedensten Ländern konnten wir unser Portfolio



CEO Manfred Froschauer
„Als Full-Service-Agentur bieten wir alles aus einer Hand, wobei Markenidentität eine wichtige Rolle in der Kommunikation spielt.“

um Projekte erweitern, die stark durch interkulturelle Kommunikation geprägt waren.“

Man lernt, wie Marken und Konsumenten in anderen Märkten ticken. Das erfordert Flexibilität im Beraterischen Denken, zeigt Unterschiede und Gemeinsamkeiten auf. „Uns vereint dabei das strategisch-emotionale Markenverständnis unserer „Brand Building Emotions“.

Die Inhalte

Das Angebotsspektrum wurde seit Gründung laufend erweitert. Was als Grafikatelier begann, ist seit drei Jahrzehnten eine Full Service-Agentur, die sich der jeweiligen Zeit, den Märkten und Technologien mit ihren Dienstleistungen anpasst. Heute agiert SERY* Creative Communications GmbH mit Spezialisierungen in vier Bereichen: Brand Consulting, Communications&Design, Public Relations sowie Digital Commu-

Angelika Sery-Froschauer
wurde im Juni 2015 erneut an die Spitze des WKO-Fachverbands Werbung und Marktkommunikation gewählt.

nications. Wichtig ist dabei ein Team an Experten, das Kunden punktgenau und effizient in den einzelnen Teilbereichen der Kommunikation berät und dabei immer die Marke als *Gesamtwerk* im Auge behält. „Die Marke an sich ist Kernstück unserer Arbeit, wir arbeiten in einem bewährten Markenprozess an ihrer Entwicklung, Bekanntheit und Positionierung.“

Die Digitalisierung

SERY* passt sich den aktuellen Veränderungen gern und regelmäßig an. So wurde auch die digitale Kommunikation seit vielen Jahren als Fixpunkt im Angebot etabliert. Auch hier wurde durch gezielte Fortbildungen ein hohes Niveau an Know-how und Beratungsqualität erreicht: SERY* ist ein von Google und dem IAB zertifizierter Agentur-Partner. Aus dem modernen Marketing sind digitale Ansätze nicht mehr wegzudenken. In ihrer Vielfalt

eröffnen sie bei besonderer Kosteneffizienz und -kontrolle zahlreiche innovative Kanäle, um neue Kundengruppen zu erschließen, Image aufzubauen oder auch bestehende Kunden und Interessenten ans Unternehmen zu binden. „Das ständige Streben, für unsere Kunden noch besser zu werden, treibt uns an.“

Thema: Awards

„Wir arbeiten nicht darauf hin, große Awards zu gewinnen. In unsere Award-Galerie reihen sich Auszeichnungen aus dem Jahr 1975 bis heute, von den unterschiedlichsten Verbänden und Ländern. Unser Ziel ist es, für unsere Kunden zufriedenstellend und zielbringend zu arbeiten. Unsere größte Auszeichnung ist die Anerkennung unserer Kunden.“

Die Pläne für die Zukunft

„Wir stehen niemals still und entwickeln uns laufend weiter, um den Herausforderungen der modernen Kommunikation gewachsen zu bleiben und unsere Kunden darin mitzunehmen. Aktuell arbeiten wir an der Integration eines Marken-Archetypenmodells, um die Brücke von Markenidentität zu Markenimage klar zu machen. Den Fokus legen weiterhin auf eine auf Kompetenz und Vertrauen aufgebaute Begleitung unserer Kunden. Weiters haben wir den Marktausbau Bayern im Blick. 2016 steht unser großes 50 Jahre-Jubiläum im Frühjahr im Zentrum. Wir möchten diesen Jahrestag dazu nutzen, die Basis für die kommenden Jahrzehnte zu legen und unser Angebot den aktuellen Anforderungen anzupassen. Dafür arbeiten wir an der eigenen Marke ebenso strategisch, wie wir es für unsere Kunden tun.“

Zum guten Schluss ein paar „freie“ Zeilen

„Die Freude, gemeinsam für unsere Kunden etwas zu erschaffen, treibt uns an und motiviert zu neuen Ideen und Denkansätzen. Die Eigenarten der anderen zu respektieren und sie als wertvolle Inputs zu sehen, ist ebenso unsere Stärke wie die effiziente Implementierung der gefundenen Lösung in das Daily Business unserer Kunden.“

“

Wir sind stolz darauf, uns ein Team aus echten Experten aufgebaut zu haben. Jeder einzelne unserer Mitarbeiter bringt Know-how mit, das so spezialisiert ist, dass es unseren Kunden einen wahren Mehrwert mitbringt.

“

Die größten Erfolge

Für SERY* ist es jedes Mal ein großer Erfolg, „wenn wir sehen, dass unsere Kampagnen funktionieren“. Dabei sind es oft kleine Momente, die zu den größten Erfolgen werden. „Wenn man bei einem Workshop die Begeisterung der Kunden für das gemeinsame Arbeiten spürt, wenn alle von uns gesetzten Ziele erreicht oder noch gar überschritten werden, wenn ein Kunde uns mit voller Überzeugung weiterempfiehlt, dann wissen wir, dass wir unsere Arbeit gut gemacht haben. Wenn das dann auch auf anderen Märkten, wie derzeit sehr erfolgreich in Deutschland, klappt, bestätigt uns das auf ein Neues.“

