

Gesprächsstoff bieten

Einen Einstand nach Maß konnte die Wiener Agentur -stoff- feiern. Hinter neuem Namen verbergen sich mit Karl Royer und Bernd Wilfinger bekannte Gesichter.

WIEN. Seit Juni ist die Werbeagentur SR1 Geschichte. Der Nachfolger heißt -stoff- und neben Karl Royer, der bereits bei SR1 die Geschäfte führte, ist Bernd Wilfinger als Creative Director neu an Bord. Nach Stationen bei Jung von Matt, Wien Nord und einem kurzen Intermezzo als Selbstständiger ist Wilfinger nun an der neuen, gemeinsamen Agentur beteiligt. „Ich habe als Selbstständiger immer wieder mit Karl (Royer, Anm.) zusammengearbeitet und wir haben schnell bemerkt, dass diese Konstellation wunderbar funktioniert. Die logische Konsequenz daraus war, mit neuem Namen gemeinsam durchzustarten“, führt Wilfinger aus.

Der Kundenstamm besteht einerseits aus langjährigen Etats wie Steyr Traktoren, der Tourismusregion Schladming-Dachstein der Olympiaregion Seefeld sowie neu gewonnenen Marken wie Wiener Wasser, Wiener Wohnen oder eine große österreichische Bio-Marke. „Wir pflegen mit unseren Kunden eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe und haben Spaß daran, die Marken weiterzuentwickeln“, so Royer.

Gewonnene Etats

Aufmerksamkeit erregten Royer und Wilfinger mit ihrem Team schon vor der gemeinsamen Agenturzeit. Fünf gewonnene Wettbewerbspräsentationen in Folge waren nicht zuletzt der Grund für den gemeinsamen Neustart. „Es ist schön zu sehen, dass man sich als Herausfordereragentur durchsetzen kann“, so Wilfinger, der seit vier Jahren als Vorstandsmitglied im Creativ Club Austria (CCA) tätig ist und in seiner Karriere bereits Kunden wie Wien Tourismus, Opel, Austrian Airlines oder Almdudler betreute.

Eigentümer

Karl Royer und Bernd Wilfinger haben sich dazu entschlossen, mit -stoff- gemeinsam durchzustarten.

Die Vorgängeragentur SR1 zeichnete vor allem aus, dass auch viele *regionale* Kunden im Portfolio zu finden waren. Diesen Kurs will man auch weiterhin fortsetzen. „Nachdem wir mittlerweile Kunden in sieben Bundesländern haben, fehlen uns nur noch das Burgenland und Vorarlberg“, so Royer. Und Wilfinger ergänzt: „Ob regional, national oder international ist nicht wichtig. Wir freuen uns, dass wir die verschiedensten Kunden betreuen und dabei spannende Menschen, Branchen und Regionen kennenlernen können – gern auch das Burgenland und Vorarlberg.“



© Robert Staudinger



”

Wir denken Kampagnen immer so, dass die Idee im Zentrum steht.

Bernd Wilfinger
Creative Director -stoff-

“

Der Name ist Programm

Auf den neuen Namen der Agentur kamen die beiden Eigentümer nach einigen Tagen. „-stoff-