

Weniger Glamour und mehr Sinn

Im Agency Log #51 spricht Angelika Sery-Froschauer mit Chris Radda über Stimmung und Sinn in der Werbeindustrie.

... von Petra Stückler



© Sabine Stammayr

Wie kommt man unbeschadet durch die multiplen Krisen, die in den letzten Jahren aufgetreten sind, und was kann man davon lernen?

Im Agency Log #51 spricht Angelika Sery-Froschauer mit medianet-Herausgeber Chris Radda nicht nur darüber. Die

Bundesspartenobfrau für Information und Consulting der Wirtschaftskammer Österreich, Vizepräsidentin der oberösterreichischen Wirtschaftskammer sowie Geschäftsführerin der Agentur Sery Brand Communications GmbH – die Agentur ist heuer 57 Jahre am Markt – zieht außerdem Bilanz und benennt wichtige Zukunftsthemen.

Angesprochen auf die derzeitige gesamtwirtschaftlich schwierige Situation, stellt Sery-Froschauer klar: „Krise ist für uns heute, eigentlich schon in den letzten Jahren, ein Normalzustand geworden. Wir sind in den vergangenen zwei Jahrzehnten mit so vielen unterschiedlichen Krisenszenarien konfrontiert worden.“

Man habe dennoch bisher alle Herausforderungen gemeinsam mit den Teams, mit den Kundinnen und Kunden gemeistert. Dabei wurde zudem oft inhaltlich ein großer Schritt nach vorne gemacht. Das Wichtigste sei in der aktuellen Phase, dass die Informations- und Consultingunternehmen, unter denen die Werbung eine ganz starke