

# Grayling rangiert seit fünf Jahren an der Spitze

2011 gelang erstmals der Sprung an die Spitze der heimischen PR-Agenturen als Nummer 1 der medianet rankingweek – diese Position wurde bereits fünf Mal erfolgreich verteidigt.

Die Agentur wurde 2001 unter dem Namen Trimedia Communications als hundertprozentige Tochter eines international agierenden PR-Netzwerks gegründet. Zentrale Idee: Erstmals konnten heimische Unternehmen neben einem starken lokalen Angebot auch über die Grenzen hinweg PR aus einer Hand in Anspruch nehmen. Anfangs nur auf Westeuropa ausgerichtet, wuchs das Unternehmen beständig weiter zu einer globalen PR-Holding unter dem Mutterkonzern Huntsworth plc. mit Hauptsitz in London. 2010 erfolgte die Umbenennung zu Grayling.

## Die Story

Das Erfolgsrezept von Grayling beinhaltet nicht nur lose Partnerschaften, sondern möglichst viele eigene Niederlassungen, gepaart mit internationalem Know-how und lokalen Sprach- und Marktkenntnissen – eine Ausrichtung, die von einer wachsenden Anzahl internationaler Kunden hoch geschätzt wird. Zahlreiche Unternehmen und Organisationen werden über mehrere Märkte hinweg betreut.

Das klassische PR-Angebot von Grayling International wurde in den letzten Jahren um die Bereiche Digital Communications und Public Affairs – durch spezialisierte Büros in Brüssel und London – verbreitert. Die Agentur verfügt mittlerweile über ein einzigartiges Netzwerk in allen Teilen Europas, Russlands und Zentralasiens sowie in den USA und hat auch im asiatisch-pazifischen Raum eine starke Präsenz. Insgesamt 800 Grayling-Mitarbeiter stehen heute an mehr als 50 Standorten in über 30 Ländern für professionelle Kommunikationsberatung.

In Österreich gehört Grayling seit der Gründung zu den Top-3-Agenturen am Markt. Das Leistungsportfolio umfasst alle Bereiche der Public Relations, und es werden rund 50 lokale und internationale Kunden aus den Sektoren Energy, Industry, Financial & Professional Services, Consumer Brands, Tourism, Healthcare, Government, Public Sector & Non Profit, Infrastructure, Technology sowie Media & Telecoms betreut. Darunter befinden sich börsennotierte, globale Player genauso wie vergleichsweise kleine österreichische Initiativen und lokale Verbände.

Grayling beschäftigt aktuell 42 Mitarbeiter in Österreich. Zum Management-Team um CEO Sigrid Krupica gehören Nicole Hall, Dirk Moser, Günter Schiester und Elisabeth Totschnig.

## Die Meilensteine

2011 gelang Grayling erstmals der Sprung an die Spitze der österreichischen PR-Agenturen und wurde im Rahmen der medianet rankingweek als die Nr. 1 des Landes gerankt. 2015 wurde diese Position zum fünften Mal erfolgreich verteidigt.



„Nie mit dem Lernen aufhören, überzeugende Kommunikationslösungen bereitstellen und die besten PR-Talente des Landes in unserem Team versammeln“, lautet die Maxime des Grayling-Führungsteams mit CEO Sigrid Krupica (Mitte) an der Spitze.

Das ist in einem hochkompetitiven Markt und einem Geschäftsfeld mit enormen Umwälzungen keine Selbstverständlichkeit – es zeigt aber auch, dass man für die digitalisierte und internationalisierte Medienwelt richtig aufgestellt ist und Kommunikationsberatung bieten kann, die für Kunden nachweislich Vorteile schafft.

## Die Inhalte

Das Geschäft und das Umfeld unserer Kunden zu kennen und zu verstehen, klare Kommunikationsstrategien zu entwickeln, komplizierte Inhalte verständlich und einfach aufzubereiten und diese dann in optimierter Form in den richtigen Kanälen zu verbreiten – darum ging es schon immer.

Durch die Digitalisierung und die Etablierung von Social Media sind die Kanäle jedoch weit vielfältiger und vielseitiger geworden. Es gibt z.B. kaum einen Kunden, für den Grayling noch keine Film-inhalte produziert hat. Es gilt, die Bildsprache zu beherrschen, aber auch Textsicherheit ist unvermindert eine gefragte und zentrale Kompetenz. Digitale Geschäftsberichte oder Kampagnen, die nur für Facebook entwickelt werden, gehören zum Tagesgeschäft.

Die Krisenkommunikation läuft heute auf entscheidend mehr Ebenen ab, und Monitoring hat sich überhaupt zu einer Königsdisziplin entwickelt. Statistische Daten spielen eine viel größere Rolle, und auch die datenbasierte Evaluierung von Projekten wird immer wichtiger – Stichwort ROI.

## Die Digitalisierung

Die langjährigen Investments in Mitarbeiter-Weiterbildung und regelmäßige lokale sowie internationale Trainings haben sich ausge-

“

Unser Ziel ist es, dass Grayling an der Spitze bleibt und weiterhin neue Maßstäbe in der Entwicklung der PR-Disziplin und der PR-Agentur der Zukunft übernimmt.

“

zahlt, das Team verfügt über eine ausgezeichnete Digitalkompetenz. Zusätzlich können die Consultants jederzeit Hintergrundinformationen und Best Practice-Beispiele aus dem weltweiten Netzwerk beziehen. Die Agentur hat Zugang

## Die größten Erfolge

PR Report Awards, SABRE Awards, mehrere European Excellence Awards, Internationaler Deutscher PR Preis, der (deutsche) Redner- und Dialogpreis sowie der Best of Corporate Publishing Preis, der gemeinsam mit Brainds „eingefahren“ wurde. 2011 wurden Grayling zudem als erste PR-Agentur vom Öko Business Plan Wien ausgezeichnet.

zu mehreren in der Branche führenden Analyse- und Monitoring-Systemen, darüber hinaus hat Grayling International ein eigenes, optimiertes Monitoring-Tool entwickelt, das noch detailliertere Hintergrundinformationen für die Beratung liefert.

## Und die Konkurrenz?

„Wir sind eine stark in Österreich verwurzelte Agentur mit einem klaren internationalen Mindset. Auf unsere ausgezeichneten Medienkontakte und unser starkes Partner- und Business-Netzwerk sind wir stolz. Bei uns arbeiten viele Menschen, die ihre Ursprünge außerhalb von Österreich haben und mehrere Sprachen fließend beherrschen. Vernetztes Arbeiten über reale und scheinbare Grenzen hinweg gehört für uns zum kommunikativen Alltag. Eine gemeinsame Kultur und abgestimmte Prozesse sorgen für eine effiziente und effektive Zusammenarbeit. Wir haben eigene Niederlassungen in Deutschland und der Schweiz und decken dadurch die D-A-CH-Region bestens ab. Zudem ist kein anderes Netzwerk in unseren Nachbarländern in Ost- und Südeuropa so stark vertreten wie Grayling.“

## Zum guten Schluss ein paar „freie“ Zeilen

„Kein Kunde, kein Projekt ist uns zu groß oder zu klein. In unserer komplexen Welt ist Beratung gefragt, die einfach und flexibel funktioniert und Dinge für Kunden und Dialogpartner effizient auf den Punkt bringt. Das nennen wir agile Kommunikationsberatung.“

5x

Österreichischer PR-Staatspreis – so oft wie keine andere Agentur.