

PERSONALTICKER

Neuer Verkaufsleiter bei Iglo Österreich



Markus Fahrberger-Schweizer übernimmt ab sofort die Leitung des Verkaufs bei Iglo Österreich. Fahrberger-Schweizer war zuletzt als Global Field Sales Manager bei Red Bull

für das Marktwachstum und die In-store-Execution in mehr als 25 Ländern mitverantwortlich. Vor seiner Station bei Red Bull steuerte der Sales-Experte als Group Key Account Manager der Coca-Cola Hellenic Bottling Company die Verkaufstrainings für 28 Länder. © Iglo Österreich

Österreichische Energieagentur holt Klaus Kraigher



Klaus Kraigher hat Ende vergangenen Jahres die Leitung der Kommunikation bei der Österreichischen Energieagentur übernommen. Journalistische Erfahrung sammelte

Kraigher als Redakteur bei der Standard.at. Als Senior Consultant betreute er Key-Accounts, hatte die Leitung der „Technology Practice“ in einem internationalen PR-Netzwerk inne und setzte sich in seiner Rolle als Innovationsstrategie mit neuen Formen und Tools der Kommunikation auseinander. © Österreichische Energieagentur

Teamzuwachs bei Brandenstein Communications



Die Wiener PR-Agentur Brandenstein Communications engagierte Elisabeth Raschka als PR-Assistentin. Erste Berufserfahrung sammelte Raschka in Form von

Praktika in der Abteilung Group PR der HYPO NOE, bei der Österreich Werbung am Standort Kopenhagen, bei Kobza Integra Public Relations und als freie Redakteurin bei den *Niederösterreichischen Nachrichten*. © Brandenstein Communications

Kathrin Hirczy wechselt zu IPG



Seit Jahresbeginn ist Kathrin Hirczy Investment Director Digital & Strategy und damit für das Digital-Media-Management von IPG Mediabrands verantwortlich. Hirczy wechselte aus der Omnicom Media Group Wien zum neuen Arbeitgeber. Dort war sie Director Accuen und zuvor Online-Marketing-Managerin. Davor war sie als Performance-Marketing-Managerin des datengetriebenen Marketing spezialisierten Omnicom-Media-Group-Unternehmens Annalect tätig.

© Omnicom Media Group



Reichl und seine Partner

Die Geschäftsführung auf einen Blick: Helmut Raml, Rainer Scharinger, Andreas Gärtner, Petra Huber-Ackerl, Markus Huber, Michael Piber, Michael Obermeyr (v.l.n.r.)

© Volker Weibold

Spezialisierte, aber vernetzt arbeitende Units mit starken Köpfen an der Spitze waren stets seine Vision. Dabei lässt sich Rainer Reichl auch von seiner Erkrankung nicht bremsen.

Bericht von Jürgen Hofer

Mitten in Linz gleich an der Landstraße liegen mit Blick über die Linzer Altstadt dächer die Büroräumlichkeiten von Reichl und Partner. 170 Mitarbeiter agieren hier und am Standort in Wien eng vernetzt – zudem gibt es kleine Niederlassungen in München sowie Zürich. Allesamt fix angestellt, wie Rainer Reichl stets stolz betont. Von ihm im Jahr 1988 gemeinsam mit Silvia Reichl gegründet, wuchs die Unternehmung in den Folgejahren stetig zu einer der größten Agenturgruppen des Landes heran.

Doch auch wenn die Agentur nicht nur wegen ihres Namens eng mit der Person Rainer Reichl verknüpft ist, steht dahinter eine breite Reihe an Führungskräften, die neben dem Gründer und Namensgeber stellvertretend die zahlreichen Geschäftsbereiche der Gruppe verkörpern. Denn es war ihm immer schon ein Anliegen, kluge Köpfe um sich zu scharen. „Agenturarbeit ist Teamarbeit“, meint Reichl, der nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Kepler Universität Linz und ersten Agentur Erfahrungen – unter anderem bei Demner, Merlicek & Bergmann in Wien – seine Agentur aufbaute.

Stetiger Ausbau

„Denkt nicht konform, denkt immer einen Schritt weiter“, soll Reichl schon in den frühen 1990er Jahren als sein persönliches Credo ausgegeben haben. So folgte 1993 die Erweiterung der Werbeagentur in die Bereiche des strategisch fundierten Event-Marketings: Die Gesellschaft für Erlebnismarketing wurde gemeinsam mit dem Freund und Studienkollegen Rudolf Lumetsberger gegründet und ist seither weltweit aktiv. Parallel erkannte Reichl die notwendige Verzahnung von Media und Werbung und etablierte Reichl und Partner Media als Planungsagentur in die Struktur. Die Agenturleitung mit Sabine Abt und Karina Jäger ist seit damals an Bord. Von Anfang an dabei waren die

beiden Creative Directors Karin und Eugen Buemberger, die auch privat zusammengefunden haben. „Wir sind eben ein familienfreundliches Unternehmen“, so Reichl.

1994 stieß Helmut Raml, heute Geschäftsführer, dazu. Schon damals hätten sich, basierend auf den Kompetenzen der Agenturköpfe, schlagkräftige Teams formiert. Raml, gelernter Betriebswirt und aus einem Tischlereibetrieb kommend, später in einem internationalen Architekturbüro tätig, bringt noch heute sein Wissen aus Industrie und Technologie vorrangig für B2B-Kunden ein. Mit ihm leitet Michael Piber, seit 2009 tätig, die Werbeagentur – ebenfalls studierter Betriebswirt, genauso wie Raml von der Kundenseite kommend. Know-how aus langjähriger Tätigkeit bei Kraft Foods mit der Leitung der internationalen Sports- und Eventmarketingabteilung für Milka bringt er nun auf Agenturseite ein. Piber ist zudem Spezialist für Markenführung.

Zur Jahrtausendwende erfolgte der nächste Expansionsritt der Agenturgruppe: Rainer Scharinger, Weggefährte der ersten Stunde, verweilte mit Reichl bei einem Digitalkongress

Betriebswirt und eCommerce-Spezialist Andreas Gärtner die Geschäftsführung ergänzen und anstelle von Rainer Reichl treten.

Michael Obermeyr feierte unlängst sein 30-jähriges Unternehmertum. 1986 gründete er die erste PR-Agentur, seit dem Jahr 2001 existiert Reichl und Partner PR. „Ich hatte keine Werbeagentur, Rainer keine PR-Agentur“, erinnert sich Obermeyr an die Anfänge. Die beiden taten sich zusammen und setzten einen weiteren Schritt in den Ausbau des Netzwerks.

2011 folgte die letzte Gründung innerhalb der Reichl und Partner Gruppe. SMC Social Media Communications war die Reaktion auf veränderte Marktbedingungen; stark contentgetriebene Social-Media-Kommunikation stand nun im Fokus. An der Spitze stehen Petra Huber-Ackerl und Markus Huber, der jahrelang als rechte Hand von Rainer Reichl agierte und schon bisher für die Gesamtkoordination aller Units zuständig war.

Vernetztes Denken

Sechs unter einem Dach agierende Agenturen, die eines eint: die gemeinsame Vision. Vernetztes Denken im Sinne der Kunden, das geben die Geschäftsführer als gemeinsame Devise aus. Die Stärke der Agentur liegt nicht in einfachen projektbezogenen Umsetzungen, sondern in der ganzheitlichen Betreuung. Mar-

und auch international fördert.

„Kommunikation wird kundenseitig so komplex, dass es immer schwieriger wird, diese mit einzelnen fragmentierten Dienstleistern zu erledigen“, meint Obermeyr. In der Gruppe würden Aufgaben intuitiv an jene Personen und Units übertragen, die das notwendige Know-how und auch Erfahrung haben, ergänzt Piber. Andere Teams arbeiten in stets enger Abstimmung. Das unterstreicht auch Huber: „Es gibt das Full-Service-Konstrukt, aber eben auch einzelne hochspezialisierte Units.“ Je nach Aufgabenstellung switche man ohne viel Bürokratie zwischen den Units. „Wir passen uns komplett der Organisation und den Bedürfnissen unserer Kunden an, das schafft eine perfekte Basis für eine gute Zusammenarbeit“, so Scharinger.

Neue Ziele

Mittlerweile muss Reichl sich noch stärker auf diese Teams und die darüberstehende breite Geschäftsführung verlassen. Denn das Schicksal macht auch vor wirtschaftlichen Erfolgen keinen Halt: Bei Rainer Reichl wurde im Juni 2016 ein Tumor entdeckt. Innerhalb von zwei Tagen hat der Gründer alle Aufgaben an das Führungsteam übertragen, um sich vollkommener Therapie zu widmen. Mehrfache Operationen und eine intensive Antikörper- und Chemotherapie greifen gut. „Wir Steinböcke sind zäh“, meint Reichl als Reaktion auf seine Erkrankung, mit der er auch nach außen hin offen umgeht. „Ich bin an der Uniklinik in Salzburg in den besten Händen, und ich werde wieder gesund. Wir haben noch viel vor uns!“, so Reichl, der damit sich, aber auch stets die Agentur meint. Denn: Das nächste Projekt unter dem Schlagwort „Die Agentur der Zukunft“ steht im wahren Sinne des Wortes vor der Tür. Mit dem Umzug Ende Mai 2017 auf über 2.500 Quadratmeter in die Linzer Promenaden Galerien und der noch engeren Vernetzung mit dem Standort Wien und auch international, sollen Spezialisten und Generalisten der Kommunikation unter einem gemeinsamen Dach und mit Strukturen, die vernetztes Arbeiten noch stärker ermöglichen, agieren. – Ganz im Sinne und nach der Vision von Rainer Reichl.

„Denkt nicht konform, denkt einen Schritt weiter.“

Rainer Reichl, Gründer, Reichl und Partner

in Paris. Bei einem Abendessen am Champs-Élysées fixierten die beiden auf einem Weinuntersetter die Gründung von Reichl und Partner eMarketing. Zwei Wochen später wurde beim Notar alles unter Dach und Fach gebracht. Auch hier zeigte sich das Grundprinzip Reichls: „Ein Spezialist, also mich, und ihn, Rainer, als Gründer“, so Scharinger. Das habe sich über die Jahre hinweg enorm bewährt, weil in jeder der Units Wissen und Herzblut zugleich stecke. Mit Jänner 2017 wird der studierte

kenkern und Vision stünden im Mittelpunkt, um nachhaltig für Kunden zu kommunizieren – egal, ob international tätige Megakonzerne wie Honda Motor Europe, voestalpine oder Kärcher, mittelständige Betriebe aus der Region wie beispielsweise die Maximärkte, oder auch Charity-Projekte, die in der Agentur pro bono einen hohen Stellenwert einnehmen. So hat man mit stonesforlife.at eine eigene gemeinnützige Stiftung gegründet, die soziale Projekte zugunsten von Kindern in Österreich