

Umgekrempelt

Der DMVÖ holt zwei neue Vorstände und verkleinert zugleich die Führungsriege. Präsident Anton Jenzer über die Hintergründe und weitere Pläne.

WIEN. Der Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) hat auf seiner Generalversammlung am Dienstag, den 19. Juni, den bisherigen Präsidenten für weitere drei Jahre wiedergewählt. Anton Jenzer hegt mit Österreichs größtem und reichweitenstärksten Kommunikationsverband, der die Interessen der Auftraggeber, Agenturen und Dienstleister der Dialog Marketing-Branche vertritt, künftig noch größere Pläne. Dazu hat er die Führungsriege umgekrempelt und will das Service für die mehr als 1.000 DMVÖ-Mitglieder weiter verbessern.

Mit Marco Harfmann, Director Transformation & Marketing Communication bei der A1 Telekom Austria, und Christoph Brenner, Co-Head of Marketing Natives, holt Jenzer nicht nur zwei weitere kreative Köpfe in den Vorstand; künftig werden dem Management auch Partner aus der Wirtschaft als „Hosts“



© DMVÖ

Er selbst wird sich künftig – neben seinen „präsidialen“ Aufgaben General Affairs und Lobbying – um die Themen Production und Data Regulations kümmern. Als drängendste Herausforderungen erachten die DMVÖ-Mitglieder aktuell die Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die Nutzung von Smart Data im Rahmen von Customer Journey-Strategien und die Automatisierung von Marketingprozessen.

Zuletzt wurde im Bereich DSGVO bereits einiges im Verbund mit nationalen und internationalen Verbänden erreicht. „Wir haben wesentlich dazu beigetragen, dass es Unternehmen auch zukünftig möglich sein wird, datenbasiertes und personalisiertes Marketing erfolgreich zu betreiben“, sagt Jenzer nicht ohne Stolz. Zum Beispiel werde der DMVÖ bis Mitte des Jahres, die von der WKO und vom DMVÖ initiierten und seit 2004 geltenden „Codes of Conduct für Marketing“ aktualisieren und mit der dafür zuständigen Datenschutzbehörde akkordieren. Werbetreibende Unternehmen sollen dadurch ein hohes Maß an Rechtssicherheit beim Umgang mit personenbezogenen Daten erhalten.

Fachexperten als Hosts
Neo-Vorstand und Points of Experience-Experte Marco Harfmann wird sich künftig um das Zukunftsthema Customer Journey kümmern. Auch die Bestellung von Christoph Brenner, der als Co-Head of Marketing Natives die größte Nachwuchs-Community für Marketing in Europa leitet, ist ein deutliches Signal für die Zukunft.

Zugleich betont Jenzer aber das Miteinander von Alt und Jung: „Alter ist kein Verdienst, Jugend aber auch nicht. Nur

”

Nur im Miteinander können wir das Schlechte vom Guten unterscheiden und voneinander profitieren ...

zur Seite stehen. Diese können Themen aktiv einbringen, deren Inhalte mitgestalten und in gemeinsamen Aktivitäten realisieren. Zudem wurde das Vorstandsgremium von neun auf sieben Köpfe und das Präsidium von drei auf zwei Köpfe verkleinert. medianet sprach

mit dem DMVÖ-Präsidenten über die Hintergründe für den Umbau sowie über die weiteren Zukunftspläne.

Drängendste Probleme

„Kosteneinsparungen sind in diesem Zusammenhang sicher nicht das Thema, da sowohl das Präsidium als auch die Vorstände ehrenamtlich tätig sind“, winkt Jenzer gleich bei der Eingangsfrage ab. Vielmehr seien im Vorstand bestimmte Themenfelder definiert worden, die von den Mitgliedern als derzeit relevant für ihre Marketingaktivitäten eingestuft werden. „Ich bin überzeugt, dass für jedes Thema immer auch Personen aus dem Vorstand stehen sollten, die aufgrund ihrer Reputation und Expertise bestimmte Themenfelder profund und authentisch vertreten können“, sagt Jenzer.

Leitung

Anton Jenzer, DMVÖ-Präsident sowie Geschäftsführer von VSG Direktwerbung GmbH und digiDruck GmbH.

“