

”

Nirgendwo anders hat man die Chance, die anderen – und ich verwende jetzt bewusst – Partner aus den angrenzenden Kommunikationsdisziplinen persönlich zu treffen außer bei der IAA.

Walter Zinggl
Präsident IAA
Austrian Chapter

“

durch den Zug der Zeit und die Reife, die die Kommunikationsindustrie heute aufweist, einige Leute, die einmal bei einer Kommunikationsagentur oder einem Auftraggeber waren und jetzt vielleicht im letzten Drittel oder gar Viertel ihrer Karriere beschlossen haben, nicht mehr in den großen Organisationen zu arbeiten, sondern der corporate Welt den Rücken zu kehren und ihre Expertise als eine Art Konsulent zur Verfügung zu stellen. Das sind die berühmt-berüchtigten EPU's oder wie immer man sie nennen möchte.

medianet: *Bisher war man quasi nur ad personam Mitglied im IAA Austrian Chapter. Hier gibt es nun eine Neuerung?*

Zinggl: Wir haben das so gelöst, dass wir sagten, okay, es gibt nach wie vor für EPU's oder Persönlichkeiten, die aus welchen Gründen auch immer ad personam in der IAA vertreten sein wollen, die Möglichkeit der Mitgliedschaft. Für andere, z.B. Kleinunternehmen, KMUs oder auch größere Unternehmen, gibt es jetzt die Möglichkeit, unternehmensbezogene, gestaffelte Mitgliedschaften einzugehen. So ergibt sich nicht mehr die Situation, dass ein Kreativdirektor eine Agentur verlässt und diese erneut einen Antrag für die Mitgliedschaft seines Nachfolgers stellen muss.

medianet: *Sie tun aber auch etwas für den Nachwuchs ...*

Zinggl: Hier versuchen wir über die Preisgestaltung bei den Mitgliedschaften so etwas wie einen soften Einstieg für den Nachwuchs in die IAA zu ermöglichen. Wir haben in Österreich ca. 120 Mitglieder bei den IAA Young Professionals. Um Führungskräften, die aus dem Young Professional-Alter hinauswachsen, die Möglichkeit zu geben, im Main Chapter anzudocken, haben wir eine sogenannte Elevator Fee geschaffen, die im ersten Jahr deutlich geringer, im zweiten geringer und erst im dritten Jahr zur Gänze zu entrichten ist. Dadurch soll eine mögliche Verzahnung zwischen Young Professionals, die nicht mehr unbedingt so ‚young‘ sind und sich in diesem Verband nicht mehr zur Gänze wiederfinden, und dem IAA Main Chapter erleichtert werden.

medianet: *In der Kommunikationsindustrie hat jede Branche ihre eigene Interessensvertretung. Ob iab, CCA, IGMA usw. Was ist der USP der IAA?*

Zinggl: In den von Ihnen genannten Verbänden trifft man immer nur Vertreter der eigenen Zunft. Aber nirgendwo hat man die Chance, die anderen – und ich verwende jetzt bewusst – Partner aus den angrenzenden Kom-

munikationsdisziplinen persönlich zu treffen. Nur gemeinsam kann man Probleme identifizieren, die uns alle betreffen. Es sollte uns bewusst sein, dass wir als gesamte Kommunikationsindustrie professionelle, gemeinsame Interessen haben. Unsere Branche hat im Vergleich zu anderen Wirtschaftssparten sehr spezielle Themen und Aufgabenstellungen; gleichzeitig gibt es aber auch politische Notwendigkeiten und gesamtgesellschaftliche Anliegen. Ich bin davon überzeugt, dass sich hier die IAA als wirklich neutrale Plattform als Forum des Austauschs anbietet.

medianet: *Bleiben wir kurz bei der Politik. Wie weit ist die IAA auch eine konsultierte Interessenvertretung der Branche gegenüber dem Gesetzgeber?*

Zinggl: Da ist das alte Thema der IAA. Gerade durch unsere einzigartige Struktur können wir wirklich für die gesamte Kommunikationsindustrie sprechen. So können wir der Politik möglicherweise bessere ganzheitlichere Aspekte und Stellungnahmen liefern, als dies eine einzelne Fachgruppe, in der z.B. nur Agenturen oder ein Teil der Auftraggeber oder der Medien vertreten ist, könnte. Sie sehen, wir haben hier eine einzigartige Position.

medianet: *Gerade im Dialog mit der Politik ist das Thema Selbstregulierung der Branche eines, das man in Österreich sehr gut gemeistert hat.*

Zinggl: Nicht nur in Österreich, sondern in ganz Europa hat es die Kommunikationsbranche durchaus verstanden, sowohl nationalen Regierungen als auch den verantwortlichen Kommissaren in Brüssel als auch den Generaldirektionen, die damit beschäftigt sind, glaubhaft zu vermitteln, dass es hier gelungen ist, unter dem Dachverband der IASA in jedem Land ein Gremium der Selbstkontrolle einzusetzen, das auch funktioniert.

medianet: *Kommen wir zurück zur IAA. Wann hat diese ihre Arbeit richtig gemacht?*

Zinggl: Dann, wenn die Menschen verstehen, wofür die IAA steht und wissen, was wir für sie anbieten. Am Ende des Tages kann das niemand von außen sagen, und schon gar nicht die Organisation selbst, sondern nur unsere Mitglieder. Wenn etwa der Werbetreibende sagt, ja, es macht Sinn, bei der IAA Mitglied zu sein; oder wenn der Geschäftsführer einer Agentur der Meinung ist, dass es sich lohnt, nicht nur beim CCA dabei zu sein, dann haben wir unsere Aufgabe richtig verstanden und erfüllt.



© IAA Austria/Katharina Schiffl

Engagiert

Der Vorstand des IAA Chapter Austria anlässlich des letzten Jahrestreffens.