

„Schaffen Mehrwert für die Mitglieder“

„Digital ist normal“: Alexandra Vetrovsky-Brychta, neu gewählte Präsidentin des Dialog Marketing Verbandes, im Gespräch.



”

Es haben bei meinem Aufstieg an die Spitze des DMVÖ drei Faktoren eine Rolle gespielt: meine Leistung, mein Mentor Anton Jenzer und das richtige Timing.

“

••• Von Nadja Riahi

Alexandra Vetrovsky-Brychta ist zur neuen Präsidentin des Dialog Marketing Verbandes Österreich gewählt worden. Als jahrelanges Vorstandsmitglied und zuletzt als Vizepräsidentin konnte sie viele Erfahrungen sammeln. Mit medianet sprach sie über ihren Werdegang, ihre Pläne und den Standort Österreich.

medianet: Gratulation zu Ihrer neuen Funktion als Präsidentin des DMVÖ, Frau Vetrovsky-

Brychta. Seit 35 Jahren sind Sie die erste Frau an der Spitze des Verbandes. Warum ist es so wichtig, solche Positionen mit Frauen zu besetzen?

Alexandra Vetrovsky-Brychta: Ich freue mich sehr und es ist mir eine wirklich große Ehre, von den Mitgliedern gewählt worden zu sein. Das zeigt, dass sie mit meiner Leistung zufrieden sind.

Umso schöner ist es, dass wir damit auch ein gesellschaftspolitisches Zeichen für die Gleichbehandlung von Frauen in der Wirtschaft setzen können. Es ist wichtig, Teams divers zu besetzen. Von den verschiedenen

Generationen und Hintergründen profitiert jeder Bereich der Wirtschaft. Wenn Marketer divers sind, dann sprechen sie ein diverseres Publikum an.

medianet: Wie ist Ihnen der Aufstieg an die Spitze des DMVÖ gelungen?

Vetrovsky-Brychta: Aus meiner Sicht haben hier drei Faktoren eine Rolle gespielt: meine Leistung, mein Mentor Anton Jenzer und das Timing. Einerseits braucht man natürlich das Wissen, die Leidenschaft und die Leistung, um eine solche Position ausüben zu können. Der zwei-

te Faktor ist, dass ich mit Anton Jenzer einen Förderer habe, von dem ich beruflich wie menschlich sehr viel lernen durfte. Er hat mir zu dieser Sichtbarkeit verholfen und damit auch die Grundsteine meiner Karriere gelegt. Und der dritte Punkt ist, wie schon angesprochen, das richtige Timing. Es war jetzt der richtige Zeitpunkt, den Verband neu auszurichten.

medianet: Stichwort Neuausrichtung ... Welche Veränderungen haben Sie in den letzten Jahren in der Dialogmarketingbranche gesehen und wie haben Sie als Verband darauf reagiert?