

Breitere Führungsriege

Leopold Gröbl, Christoph Truppe und Niklas Wiesauer sind seit Jahresbeginn Teil des Management-Boards der Mediaagentur Mindshare.

Bericht von **Birgit Samer**

Erst im November hat Ursula Arnold den CEO-Posten bei Mindshare übernommen, mit Jahresbeginn geht es bereits an die Umstrukturierung des Management-Teams. Neben den bestehenden Mitgliedern Sabine Auer-Germann (CCO) und Ute Unger (CFO) verstärken nun Leopold Gröbl als Managing Director Client Leadership, Christoph Truppe, ab sofort Managing Director Digital Performance, und Niklas Wiesauer

als Managing Director Innovation & Strategy das Board. Die Erweiterung der Führungsebene war eine bewusste Entscheidung: „Wir sind eine Marken-Mediaagentur mit starker digitaler Ausrichtung und mit hohem Investment in Technologie und Digitalisierung. Leopold Gröbl, Christoph Truppe und Niklas Wiesauer haben enorm viel zu unserer erfolgreichen Weiterentwicklung beigetragen“, betont Arnold via Aussendung.

Gröbl ist bereits seit 2011 Teil des Mindshare-Teams. Schon bisher war

er für die strategische Ausrichtung aller Kunden, zu denen etwa Volvo, Knorr, Lufthansa und Ubisoft zählen, verantwortlich. Als Managing Director Client Leadership übernimmt er zusätzlich die Personalverantwortung und das gesamte Supervising des Mindshare-Kundenberatungs-Teams. Weiters kümmert er sich um die Stabsstelle Neugeschäft.

Christoph Truppe verantwortet als Managing Director Digital Performance – neben seiner bisherigen Funktion als Lead der Performance-Abteilung – den weiteren Ausbau der digitalen Kompetenzen und datengetriebenen Produkte und Services von Mindshare. Außerdem soll der Spezialist für technologische Themen laut Aussendung die strategische Weiterentwicklung des Mindshare-Loop verantworten. Dieser bringt Daten aus allen Bereichen des Paid-Owned-Earned-Contextual-Universums zusammen, visualisiert und interpretiert diese. Derzeit lässt sich Loop in den Bereichen Event, Kampagnen und Strategie nutzen.

Niklas Wiesauer – bereits bisher verantwortlich für die Unit „Invention“ für Social Media, Content Marketing und digitale Kreation – wird als Managing Director Innovation & Strategy Agentur-übergreifend die Themen Innovation, Kreation und den Consulting-Ausbau vorantreiben. Seit 2012 bei Mindshare, wurde er 2016 als Update-„Onliner des Jahres“ in der Kategorie Aufsteiger ausgezeichnet.



Das erweiterte Management-Board von Mindshare blickt ins neue Jahr: **Leopold Gröbl, Sabine Auer-Germann, Ursula Arnold, Christoph Truppe** und **Niklas**

Wiesauer. © Nuno Felipe Oliveira

E&P für kika/Leiner

Die Wiener PR-Agentur Ecker & Partner soll das im Vorjahr in die Schlagzeilen geratene Unternehmen nun kommunikativ in die Zukunft führen.

Bericht von **Sarah Wagner**

Die Möbelkette kika/Leiner stand im vergangenen Jahr verstärkt in den Schlagzeilen, nun soll die Wiener PR-Agentur Ecker & Partner das Unternehmen kommunikativ wieder aufpolieren. „Um kika/Leiner wieder fit für die Zukunft zu machen braucht es gerade in der Kommunikation die richtigen Partner. Ecker & Partner hat uns überzeugt und bietet einen rundum Support bei sämtlichen PR-Maßnahmen, sowohl strategisch als auch operativ. Die ersten Erfolge haben sich schon nach den gemeinsamen Aktivitäten im November und Dezember abgezeichnet. Wir haben somit eine gute Ausgangslage für 2019 geschaffen“, sagt Reinhold Gütebier, CEO von kika/Leiner.

Von Benko bis Pitchkultur

Anfang 2018 hatte der Möbelhändler Negativschlagzeilen gemacht, nachdem der Bilanzskandal des internationalen Mutterkonzerns Steinhoff öffentlich geworden war. Kika/Leiner stand als zweitgrößte österreichische Möbelkette mit knapp 5.000 Mitarbeitern kurz vor der Insolvenz, bis der Tiroler Immobilienhändler René Benko mit seiner Signa Holding das Unternehmen aufkaufte. Dazwischen

war der Möbelriese für die Ausschreibung des neuen Werbeetats scharf in Kritik geraten – und mit ihm die teils vorherrschende Pitchkultur: Den unterlegenen Agenturen wurde kein Abschlagshonorar geboten, der Zeitrahmen für die Vorbereitungen war sehr kurz angesetzt (HORIZONT berichtete). Einige der Agenturen hatten direkt nach der Einladung ihre Teilnahme im Vorfeld abgesagt.

Neupositionierung als Ziel

Das Ziel der Zusammenarbeit mit der Etat-Vergabe an E&P: „Die nachhaltig erfolgreiche Positionierung der zwei Marken kika und Leiner am heimischen Möbelmarkt“, heißt es nun in der Aussendung von Ecker & Partner. „Wir freuen uns sehr, dass wir kika/Leiner in einer besonders intensiven aber auch spannenden Zeit der Unternehmensgeschichte beraten dürfen und das Vertrauen des neuen Managements gewinnen konnten. Die Neupositionierung des Unternehmens bietet inhaltlich eine Vielzahl von Themenfeldern“, meint Nicole Bäck-Knapp, Geschäftsführende Gesellschafterin der Wiener Agentur, die rund 20 Mitarbeiter beschäftigt und auf internationaler Ebene als Partner im Netzwerk der Agenturgruppen von Burson-Marsteller arbeitet.