

15

MICHELA WEJROWSKY

# KONTINUITÄT hat sich immer bewährt



**Ihre Laufbahn in der Kommunikationsbranche ist beeindruckend, nun hat sie bei Havas Wien die Funktion als Managing Director übernommen und leitet die Geschäfte der Agentur. Die Managerin war zuvor lange Zeit in nationalen Agenturen und internationalen Networks, darunter Saatchi & Saatchi sowie Ogilvy, in leitender Position tätig.**

Veränderung kann nur stattfinden, wenn man ein Teil der Veränderung ist und diese aktiv mitgestalten kann – auf allen Ebenen. Und das ist mein täglicher Motor, meine Motivation: Gestalten, führen, neue Wege gehen, die unser aller tägliche Arbeit besser, leichter und freudvoller machen“, sagt Michela Wejrowsky. Vor drei Jahren habe sie sich ganz bewusst für die Havas entschieden – mit der BETC, die immerhin einer der renommiertesten Agenturen mit einem hohen kreativen Anspruch weltweit ist, als Mutter – und dennoch mit starkem lokalem Bezug. Über den berühmten „Tellerrand“ hinauszusehen, tue einem kleinen Land wie Österreich auf jeden Fall gut. „Es inspiriert unsere Arbeit und motiviert, tagtäglich Kreativität zu leben“,

so Wejrowsky. Und das gelinge im Havas Village besonders gut – hier „wohnen“ alle verschiedenen Kompetenzen der Werbung, der Kommunikation unter einem Dach. „Wir arbeiten – je nach Aufgabenstellung und Kundenwunsch – sowohl unabhängig als auch perfekt aufeinander eingestellt und ineinandergreifend – wie das in einem „Dorf“ eben so gelebt wird. Und das mit Freude und Spaß an der Sache. Das schätze ich“, sagt die Kommunikationsexpertin.

## Kommunikation aus einer Hand

Die Wirtschaft in Europa stehe vor großen Herausforderungen, ist Michela Wejrowsky überzeugt. Gesättigte Märkte, Märkte, die einbrechen, Märkte, die sich stark und immer schneller verändern, genauso wie die Konsumenten – die Liste sei lang. Als für sie unverständliche Folge werden dazu auch noch die Budgets immer stärker gekürzt. „Es gibt immer weniger Ansprechpartner auf Kundenseite, aber immer mehr verschiedene Agenturen, die Teilbereiche abdecken. Die komplette Kommunikation strategisch zur führen und zu koordinieren wird für die Kunden immer schwieriger, immer zeitaufwändiger und gelingt immer weniger. Die größte Herausforderung für uns wird daher sein, unsere Kunden zu überzeugen, das gesamte Konzert der Kommunikation wieder zusammenzuführen, fein abgestimmt auf den jeweiligen Kanal und Geschäftsbereich – aber aus einer Hand kommend: beratend, langfristig begleitend und ausführend. Kontinuität hat sich immer bewährt.“

## Starke Marken auf Erfolgskurs

Marken, so die Managerin, müssten per se wieder viel mehr gepflegt werden. „In dem lauten Rauschen aller Informationen, die tagtäglich auf uns niederprasseln, werden wir als Konsumenten nur echte, ehrliche Marken wahrnehmen und ihnen vertrauen. Die Havas gehört Gott sein Dank zu jenen Agenturen, die diesen Weg immer gegangen ist und weiter gehen wird. Und ich bin überzeugt davon, dass es viele Unternehmer und Verantwortliche im Marketing gibt, die das genau so sehen – und mit diesen Kunden werden wir gemeinsam weiterwachsen“, so Michela Wejrowsky, die darauf schwört, sensitiv und flexibel zu sein und zu spüren, was die Situation erfordere, was das Gegenüber brauche – oder was eben nicht. Jungen Frauen empfiehlt sie, die Ärmel hochzukrempeln, sich hinein-zulehnen – es zahle sich aus, mache Spaß und die Abwechslung, also immer wieder neue Projekte mit interessanten Aufgaben, mache einen Job in der Werbung unverwechselbar und immer wieder spannend. Ihr Rat: „Einen Mentor suchen, der unterstützt, der fordert und fördert. Das ist unbezahlbar.“