

## „Wie man mit Freundlichkeit tötet“

Agenturpreis für Maria-Theresa Schinnerl bei Speaker Slam.

Beim 5. Österreichischen Speaker Slam ist die Salzburgerin Maria-Theresa Schinnerl für ihren Vortrag mit dem Agentur-Preis ausgezeichnet worden. Im Flugbegleiterinnen-Outfit berichtete sie dem Publikum von ihrem Erlebnis mit „Passagier 3C“ unter dem Motto „Der REIZende Kunde. Wie man mit Freundlich-



Maria-Theresa Schinnerl wurde beim Speaker Slam mit dem Agentur-Preis ausgezeichnet. © Christian Steinbrenner

keit tötet“. In nur sieben Minuten verdeutlichte Schinnerl humorvoll, wie wichtig Freundlichkeit und Kompetenz im täglichen Kundenkontakt und Beschwerdemanagement sind und was gute Kundenservice-Qualität ausmacht.

Ihre Zeit als Flugbegleiterin liegt schon länger zurück, heute ist Schinnerl als „Impulsgeberin“ in Unternehmen aus verschiedenen Branchen tätig, hält Vorträge und Seminare zum Thema Servicepersönlichkeit: „Ein Lächeln macht den Unterschied“, erklärte die Speakerin auch in ihrem Vortrag. „Es war eine echte Herausforderung, punktgenau abzuliefern und meine Botschaft mit Humor und Sprachgewandtheit in dieser kurzen Zeit zu vermitteln. Für mich ist der Sieg eine tolle Bestätigung dafür, meine Speaker-Karriere weiter voranzutreiben“, so Schinnerl.

Nur sieben Minuten hatten die 20 Speaker jeweils Zeit, die Jury von sich zu überzeugen und einen von vier Preisen abzuräumen. „Für mich war ein wichtiges Kriterium, dass man an ihrer Performance nicht mehr schleifen und formen muss. Frau Schinnerl ist ready to go und kann direkt auf jeden nationalen und internationalen Kunden losgelassen werden. Außerdem kauft man ihr diese Serviceorientiertheit voll und ganz ab“, begründet Martina Kapral, Eigentümerin der Agentur Potential AG, die Expertenwahl. **SWA**

## Patrizia Pappacena wechselt zu RHI Magnesita

Als Media-Relations-Managerin verstärkt sie das Team.

Seit Anfang des Monats ist Patrizia Pappacena als Media-Relations-Managerin gemeinsam mit Corporate



Nach ihrer Position als Pressesprecherin für die Zweite Nationalratspräsidentin wechselt **Patrizia Pappacena** zu RHI Magnesita. © Arnd Ötting

Spokesperson Lisa Fuchs als Ansprechpartnerin für Medienvertreter beim Feuerfestprodukte-Hersteller RHI Magnesita tätig und unterstützt das Team für die globale externe Kommunikation. Pappacena war zuletzt Pressesprecherin der Zweiten Nationalratspräsidentin Doris Bures. Weitere Stationen in ihrer beruflichen Laufbahn legte Pappacena unter anderem bei *Österreich*, der PR-Agentur unique relations und als Pressesprecherin des Bildungsministeriums ein.

„Patrizia Pappacena ist eine ausgewiesene Medienexpertin. Sie ist dank ihrer bisherigen Berufserfahrung hervorragend in der Medienlandschaft vernetzt und wird durch ihre Expertise dazu beitragen, die Brand Awareness und Reputation des Unternehmens weltweit zu steigern“, sagt Simone Oremovic, Executive Vice President bei RHI Magnesita. **SWA**

## Bernhard Grafl neuer Creative Director bei Tunnel23

Er übernimmt ab sofort die Leitung der Kreativabteilung.

Die Agentur Tunnel23 verstärkt das Führungsteam mit Bernhard Grafl als neuem Leiter der Kreativabteilung. Der Werbeexperte soll das kreative Profil der Agentur schärfen. Er folgt damit auf Tobias Federsel, der in den letzten Jahren die kreative Ausrichtung der Agentur vorangetrieben hat. Grafl blickt auf mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Werbebranche zurück, unter anderem bei Agenturen wie Demner, Merlicek & Bergmann, Barci & Partner und TBWA\Wien. Grafl

studierte Grafikdesign und Werbung an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien.

„Mit Bernhard Grafl haben wir ab sofort einen der kreativsten Köpfe der heimischen Werbebranche an der Spitze unserer Kreation“, sagt Tunnel23-Geschäftsführer Diego del Pozo über den Neuzugang in seinem Führungsteam. „Wir freuen uns, mit ihm unsere kreative Vorreiterposition im Digitalbereich auf das nächste Level zu heben.“ **SWA**



Bernhard Grafl soll in der Kreation der Agentur Tunnel23 neue Akzente setzen. © Tunnel23

## Ex-Werberin coacht Werber

Sandra Manich macht sich als (Life-)Coach für Werber und Marketer selbstständig.

Bericht von Sarah Wagner

Die Digitalisierung stellt Werber und Marketer nicht nur in ihrer Disziplin vor neue Herausforderungen, sondern auch auf persönlicher Ebene. Denn: „Die vielgelobte ‚Work-Life-Balance‘ ist heute nicht mehr aktuell, stattdessen spricht man von ‚Work-Life-Integration‘“, meint Sandra Manich. Nach über 20 Jahren in der Branche hat sie sich nun unter dem Titel „better life coach“ selbstständig gemacht und will Werber und Marketer in beruflichen und auch in persönlichen Herausforderungen unterstützen. „Ich frage meine Klienten konkret, wie sie in zehn Jahren leben möchten oder was in ihrem Leben wirklich Aufmerksamkeit verdient. Tatsache ist, jeder Einzelne muss rechtzeitig die Weichen stellen, damit seine persönliche Entwicklung mit der Entwicklung der Arbeitswelt Schritt halten kann“, erklärt Manich, die unter ihrem damaligen Namen Sandra Lubinger etwa bei Publicis,

FCB Kobza, DMB oder der Soravia Group tätig war. Nach einer Ausbildung zur Diplom-Mentaltrainerin und -Mentalcoach bleibt sie ihrer Branche dennoch treu. „Meine langjährige Erfahrung in diesem Bereich gebe ich neben meinem Coaching und Schwerpunkt natürlich gerne in Form von Consulting und Supervision weiter“, erklärt die Ex-Werberin.



Als ‚better life coach‘ berät **Sandra Manich** Werber und Marketer. © Caro Strasnik

„Zum Beispiel, wenn Mitarbeiter neu zu einer Agentur oder einem Unternehmen dazustoßen und ‚Starthilfe‘ brauchen oder wenn Arbeitsabläufe noch nicht so reibungslos funktionie-

ren, wie sie könnten. Das ist mein USP als Coach, dass ich vom Fach komme und die Sprache meiner Klienten aus diesem Bereich spreche.“

### Kostendruck drückt Motivation

Ihre Klienten kämen jedoch nicht nur aus Werbung und Marketing, sondern auch aus der „Kreativbranche im weitesten Sinn: aus dem Producing, der Architektur, der Kunst, aber auch dem Sales-Bereich und dem Tourismus“.

Und gerade ihre (Ex-)Branche sieht Manich nicht ganz unkritisch: „Leider musste ich oft feststellen, dass gerade in der Werbebranche, die ja zu den ‚Kommunikationsbranchen‘ zählt, die interne Kommunikation oft eher mäßig funktioniert und dadurch einen Herd für Konflikte darstellt.“ Sie sieht ihre Aufgabe darin, das „innere“ Feuer, das es für das Arbeiten in Werbung und Marketing braucht, um erfolgreich zu sein und letztendlich auch Befriedigung darin zu finden, auf Dauer am Leben zu erhalten. Das ist nicht neu, aber jetzt ist es noch viel schwieriger geworden, da die Anforderungen an Einzelne und Teams sowie Zeit- und Kostendruck nicht aufhören zu wachsen. Auf Dauer geht das zulasten der Motivation, der Lebensqualität und der Gesundheit“, gibt Manich zu bedenken. •

**Zeit vergeht, tele bleibt...**

**30 Jahre**

**tele** DAS ÖSTERREICHISCHE FERNSEHMAGAZIN

... mit einer **Reichweite von 17,9%**, einer der stärksten Printtitel Österreichs.  
... mit **1,341 Millionen** Leserinnen und Lesern **die Nummer 1!**

Quelle: MA 2018, Wochenmagazine und Supplements