

ABENTEUER JOURNALISMUS

Beate Schneiderwind: Abenteuer Public Relations

Beate Schneiderwind hat in Köln ein eigenes Medienbüro und berät Non-Profit-Organisationen und Unternehmen rund um Kommunikation und Public Relations. Zudem arbeitet sie als freie Redakteurin und Werbetexterin. Vor ihrer Selbstständigkeit war sie Pressesprecherin und Referentin für Öffentlichkeitsarbeit des BDKJ-Bundesverbandes.



Immer drei oder vier Bälle gleichzeitig in der Luft halten können, das ist die Kunst einer PR-Beraterin.

Abenteuer – das klingt nach fremden Ländern, exotischen Gepflogenheiten und ungewöhnlichen Menschen. Man riecht nahezu die Gefahr und die Lust auf das Risiko.

Ich bewundere besonders unsere Kolleginnen und Kollegen in der Auslandskorrespondenz, die zuweilen ihr Leben riskieren, damit uns Nachrichten aus Krisengebieten erreichen. Oder die weit reisen und auf jeglichen Luxus verzichten, um ihren Lesern und Zuschauern fremde Kulturen nahe zu bringen.

Ich reise auch, aber meistens zwischen München und Berlin, Füssen und Hamburg, Aachen und Dresden. Die weiteste Dienstreise habe ich als Pressesprecherin des BDKJ nach Toronto (Kanada) zum Weltjugendtag 2002 machen dürfen. Und hin und wieder ging es mit dem BDKJ-Bundesvorstand zu Gesprächen nach Rom.

Doch selbst wenn Sie es nicht glauben wollen, auch mein Beruf hat etwas abenteuerliches.

Ich empfinde es als Herausforderung an dem einen Tag für eine große deutsche Ordensgemeinschaft zu schreiben und am nächsten Tag zu überlegen, wie ein Start-Up-Unternehmen in Presse

und Rundfunk platziert werden kann. Und es hat etwas exotisches, an ein und demselben Tag eine große Sozialaktion kommunikativ zu organisieren und fast zeitgleich eine Broschüre über Baustoffelemente zu schreiben.

Dieser Beruf gleicht dem eines Jongleurs, der ständig drei, vier oder mehr Bälle in der Luft halten kann. Doch genau das macht den Reiz meiner Tätigkeit aus. Es ist die Abwechslung. Es ist das Vertrauen, das meine Auftraggeberinnen und Auftraggeber in meine Arbeit und auch in mich als Person stellen, die mich meine Arbeit lieben lassen.

Immer wieder heißt es, sich selbst zu überwinden und Klinken der Redaktionen zu putzen, um die Anliegen der Organisationen in die Medien zu bringen. Viele Redaktionen freuen sich über brisante Themen, interessante Gesprächspartner und gut vorbereitete Interviewtermine.

Doch es gibt auch etliche Holpersteine. Die einen lancieren nur bestimmte soziale Engagements oder wollen eine Aktion auf Bestellung. Die anderen benötigen ein Jahr Vorlauf,

weil sonst kein Sendeplatz frei ist.

Ein weiteres Abenteuer hat alle PR-Berater in den letzten Jahren mitgerissen. Es sind die Sozialen Netzwerke. Schon lange nicht mehr neu, aber immer wieder neu zu entdecken. Sie kolportieren Meinungen direkt, ohne Umweg über Redakteure. Betroffenheit, Entrüstung oder auch Freude über neueste Nachrichten werden geteilt. In Windeseile erreichen sie eine Publikumsmenge, von der große Tageszeitungen nur träumen können. Hier zeigt sich die Kunst darin, genau abzuwägen, welches Netzwerk zu dem Kunden passt, oder ob ihm die Sozialen Netzwerke eher schaden als ihm zu nutzen.

Jeder Tag ist anders, die Menschen, die ich berate und vertrete, sind grundverschieden und manche Aufgabe liegt auch nach vielen Jahren Erfahrung jenseits jeglicher Routine. Das Wort Langeweile habe ich mit Beginn meiner Selbstständigkeit 2008 aus meinem Wortschatz mit Freude gestrichen.

Wenn Sie mögen, nehme ich Sie gern mal mit auf meinen Reisen durch das Abenteuer PR.

Alle früheren Abenteuer-Journalismus-Beiträge finden Sie im Internet unter: www.gkp.de/mitglieder/abenteuer-journalismus