

Vorhang auf und Bühne frei

Der fünfte Jahrgang unserer Nachwuchsinitiative #30u30 ist ein buntes Spiegelbild der Kommunikationsbranche: Wer die Talente sind, wo sie arbeiten, wie sie ticken.

Von N. Kunkel. Porträts: N. Friesenbichler, H.-D. Sohn

Unsere #30u30-Crew 2017 geht an den Start. Auf den folgenden Seiten finden Sie talentierte Köpfe aus der PR- und Kommunikationsbranche, über die wir uns in den vergangenen vier Wochen den Kopf zerbrochen haben: im Gespräch mit Agenturhauptlingen, Kommunikationschefs und Ausbildern, nicht zuletzt aber mit vielen jungen Talenten selbst.

Vor Ihnen liegt die Momentaufnahme der Arbeit eines Jahres, unserer Arbeit und Ihrer. Für diese, fünfte Saison von #30u30 haben Sie uns die Namen von mehr als 100 Nachwuchstalenten gesteckt, so viele wie noch nie. Dafür vielen Dank!

Ihre Nominierungen und Ihr Vertrauen in uns sind die Basis. Weil: Wen wir nicht kennen, den können wir nicht wählen. Das steht fest.

Exklusiv, nicht elitär

So sehr wir schätzen, dass Sie uns die Spur zu hoffnungsvollen Nachwuchskräften legen: Am Ende geht es um die Talente selbst. Wir suchen die #30u30-Crew nicht danach aus, wer ihre Namen genannt hat. Wir suchen kluge Köpfe, die uns und auch einander überraschen.

Wir haben nach Persönlichkeiten aus allen Winkeln der Branche gefahndet: nach ungewöhnlichen Karrierepfaden genauso wie nach stringenten Plänen, nach lauten Kreativen, leisen Strategen, Geschichtenerzählern, Netzwerkern, Social-Media-, Community- und Technik-Nerds, Content-Könnern, Kanaldirigenten und ambitionierten Medienprofis.

#30u30 ist keine Bestenliste und kein Ranking, sondern buntes Spiegelbild einer heterogenen, sich weiter ausdifferenzierenden Branche und eines diffuser werdenden Berufsbilds. Wir helfen jungen Leuten, Kontakte aufzubauen, die bleiben. Das Netzwerk ist exklusiv, aber nicht elitär.

Wir sehen #30u30 als Keimzelle für eine starke Community ambitionierter Talente, die wir per-

manent mit viel Fingerspitzengefühl erweitern – und die uns langfristig aufzeigt, wie Karriere in der Kommunikation aussehen kann.

Talente und ihre Perspektiven lassen sich dabei nicht über einen Kamm scheren, es gibt kein einheitliches Maß. Viele Eindrücke leiten uns also bei der Auswahl der #30u30, aber nur eine einzige Regel: 30 unter 30. Wir entscheiden uns für 30 Talente – und keines mehr.

Der Wettbewerb

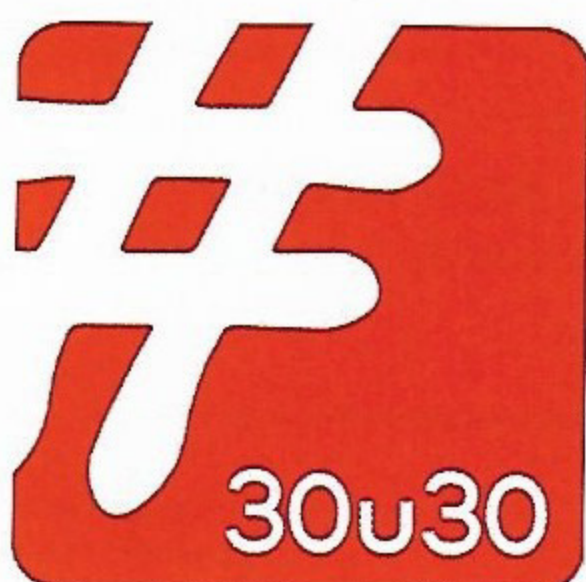
Sie fragen zurecht: Ist die Auswahl von #30u30 objektiv? Keinesfalls! Wir machen keine Wissenschaft, es gibt keinen Algorithmus und keine Jury. Wir beobachten die Branche professionell und engagiert. Wir gehen mit Ihren Nominierungen diskret um und wir bemühen uns bei der Auswahl um Fairness, Redlichkeit und um Transparenz.

„Die Jury bin i“, schrieb mal unsere Kollegin Astrid Kuffner, die – ganz allein – über die 30 besten Nachwuchsjournalisten Österreichs entscheidet. Sie halten das für eitel und anmaßend? Wir meinen: Sie übernimmt hier die Verantwortung, und so halten wir es auch.

Unsere Auswahl ist eine redaktionelle Entscheidung. So viele Fakten wir sammeln, so oft wir die Nominierungen studieren und unser Netzwerk befragen: Die letzte Auswahl der #30u30-Crew wird immer auch eine Bauchentscheidung bleiben. Unser Versprechen lautet: Wir machen uns diese nicht leicht.

#30u30 ist keine einmalige Aktion. Wir verstehen die Nachwuchsinitiative als eine kleine Kampagne mit mehreren Teilen. Beim #30u30-Camp im September wird sich die Klasse von 2017 erstmals begegnen: bei der Otto Group in Hamburg. In der Hansestadt wird es um Coaching und Networking gehen – und um einen Wettbewerb, in dem sich die Teilnehmer untereinander messen.

Dessen Finale findet in diesem Jahr voraussichtlich erstmals im Rahmen des Tagesprogramms der PR Report Awards am 16. November 2017 in Berlin statt. Bei der „Winners Night“ im Kosmos Berlin wird die #30u30-Crew dann gemeinsam als ein Team auf der Bühne stehen. Und den Siegern des Wettbewerbs winkt ein Gold Award für den „Young Professional des Jahres“.



Stellvertretend für den fünften Jahrgang von #30u30: Jakob Barzel, Marina Greb und Selina von Liel (v. l.) unter der Glaskuppel im K21 im Düsseldorfer Ständehaus (Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen), wo zurzeit die Installation „in orbit“ von Tomás Saraceno gezeigt wird.





Jakob Barzel (28)
Thyssen-Krupp

Jakob Barzel ging in seiner Masterarbeit an der London School of Economics der Frage nach, wie sich der Schwenk deutscher Banken zum Investment Banking auf die deutsche Wirtschaft ausgewirkt hat. Die Thesis war die beste seines Jahrgangs. Die damals von den Instituten gepredigte Kultur findet er weniger attraktiv. „Leidenschaft und Leistung passen aber schon zu mir“, sagt er. „Ich will im Job gefordert werden, dann lerne ich auch was. Ich will einen – wenn auch kleinen – Beitrag leisten, und nicht für den Papierkorb arbeiten. Und ich will Spaß an der Arbeit haben, mehrmals am Tag lachen.“ In der politischen Kommunikation von Thyssen-Krupp, wo er seit Herbst 2015 tätig ist, passt das. Dort hat er die Aufsichtsratsarbeit digitalisiert, „weg von Leitz-Ordern, hin zum iPad“. Im Inkubator des Konzerns hat er ein Start-up mitgegründet, das mit künstlicher Intelligenz die Zusammenarbeit in Organisationen verbessern will. Die App soll auf Zuruf Ansprechpartner zu Themen vermitteln.



Christina Bastron (26)
GEA

Als Christina Bastron 2013 bei 1&1 als Volontärin einstieg, hatte sie gerade ihren Doppel-Bachelor in Medienwissenschaft und Deutscher Literatur in der Tasche. Ihre Abschlussarbeit „Zur Darstellung und Funktion des (Tag-)Traums in Arthur Schnitzlers ‚Traumnovelle‘“ passt zu ihrer ruhigen Art. Wohin sie beruflich will, testete sie während des Studiums: freie Mitarbeit bei der „Neuen Westfälischen“, ehrenamtliche Pressearbeit für ein Paderborner Programm kino. Bei 1&1 wurde sie nach einem verkürzten Volontariat als PR-Managerin übernommen. Ende 2016 wechselte sie zum Maschinenbauer GEA nach Düsseldorf. Dort verantwortet sie die redaktionellen Inhalte der internen Kommunikation. Als Ausgleich fotografiert sie auf Fernreisen gerne Landschaften, zuletzt in Südostasien. Auf der Liste: Vietnam, China und „irgendwann auch mal Kasachstan“, wo sie ihre ersten drei Lebensjahre verbrachte – und seither nie mehr war.



Luisa Bißwanger (25)
Universität Leipzig

Obwohl sie erst im Herbst ihren Master abschließt, hat Luisa Bißwanger bereits Erfahrung in Marketing und Kommunikation gesammelt – durch Praktika bei Red Bull, Porsche und in Agenturen. Ihren Kommunikationswissenschaft-Bachelor hat die gebürtige Breisgauerin in Salzburg gemacht, wo sie als Tutorin selbst Kurse hielt. Ein Grund für die #30u30-Nominierung: „Sie ist vermutlich die Jahrgangsbeste, immer engagiert, hinterfragt kritisch, bringt sich ein, lernt, verknüpft, denkt innovativ.“ Neben dem Studium engagiert sich Bißwanger im Verein der Leipziger Public Relations Studenten, wo sie Veranstaltungen mitorganisiert. In ihrer Freizeit bildet sie sich gern weiter und hat zum Beispiel kürzlich in Paris bei Boston Consulting an einem Strategieworkshop für Frauen teilgenommen. Sonst ist Bißwanger beim Sport oder mit Freunden anzutreffen. Nach dem Abschluss würden sie die Beratung genauso reizen wie ein Traineeprogramm. Großer Traum vor dem Start ins Berufsleben? „Erst mal eine Reise machen.“



Maria Blokhina (26)
WE Communications

„Ich bin ein Energiebündel“, sagt Maria Blokhina. Am liebsten schnürt die Politologin schon morgens die Laufschuhe, um noch vor der Arbeit im Health-Team der Münchner Agentur WE eine Runde zu drehen. Nach einem elfmonatigen Traineeship ist sie seit März fix an Bord, betreut von Beginn an eigene Projekte. „Ich wurde das eine oder andere Mal ins kalte Wasser geschmissen, aber immer mit Rettungsring in der Nähe.“ Die 26-Jährige kümmert sich vor allem um Patienteninitiativen, Events und Digitalkampagnen, daneben macht sie Marketing für die Agentur. „Texten ist ihr Ding, Kreativität ihr Leben und Eventorganisation macht sie nebenher“, heißt es in einer der Nominierungen. Neulich bewarb sich die gebürtige Russin für eine interne Fortbildung mit einer Audiodatei in Gedicht-Form – als Telefongespräch verpackt. Wenn sie in ihrer Freizeit nicht sportelt oder in einer Pizzeria kellnert, reist Blokhina um die Welt.



Jan Christoph Bohnerth (28)
WMP Eurocom

Jan Christoph Bohnerth ist ein Mann der Kontraste. Nachdem er einige Jahre für den Ölmulti Exxon Mobil arbeitete, berät er heute als Senior Consultant bei WMP Eurocom in Berlin auch Windkraft-Unternehmen. Während er sein duales BWL-Studium an der Nordakademie Elmshorn absolvierte, gönnte er sich ein Trimester an der California State University East Bay. Bei WMP verabschiedet er sich immer donnerstags, um freitags freiberuflich ein Energiesoftware-Start-up zu beraten. „Die Veränderung hat sich eher auf der Businessmodell-Seite ergeben und nicht auf der Themenseite“, erläutert Bohnerth. Schon bei Exxon Mobil habe er sich auch um CSR gekümmert. Um sich stärker auf Zukunftsthemen zu konzentrieren, hat er Exxon verlassen und Nachhaltige Entwicklung in Uppsala studiert. „Man kann mit Geschäftsmodellen und Kommunikation Wandel treiben. Das treibt auch mich an: der Wandel hin zu einer nachhaltigeren Welt“, sagt er. Es gebe viele gute Ideen, die noch kaum jemand kenne.



Eva-Maria Frieze (27)
Territory

Vor mehr als drei Jahren begann Eva-Maria Frieze als Onlineredakteurin und Social-Media-Managerin beim Karriereportal Employour. 2015 stieg sie zur Chefredakteurin auf. Nach der Übernahme durch Gruner + Jahr bekam im Februar nicht nur die Agentur, sondern auch Frieses Job einen neuen Namen. Als „Head of Content“ führt sie ein 13-köpfiges Team und verantwortet die Inhalte von Portalen wie Ausbildung.de – von der Website bis zur Imagebroschüre. Die 27-Jährige sieht sich in ihrem Job nicht nur als Führungspersönlichkeit, sondern auch als Teamplayerin. Ihr zweiter wichtiger Aufgabenbereich ist Öffentlichkeitsarbeit: Konzept für den jährlichen Azubi-Report, Pressesprecherin. Sie hat sogar schon ein Live-Interview bei dem Sender n-tv gegeben. Bereits während ihres Masters war sie als Dozentin tätig. Bis heute unterrichtet sie zum Thema Kommunikation – unter anderem angehende Polizisten an der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung NRW.



Yannik Döpke (25)
Hochschule Osnabrück

Seine erste Pressemitteilung verfasste Yannik Döpke bei der Jugendfeuerwehr Bierden. Mit 18 Jahren übernahm er deren Leitung und verhalf dem Verein zum Titel „Feuerwehrteam des Jahres“. „Die Lust, etwas öffentlich zu präsentieren, war immer schon da“, sagt Döpke. Weil er aber zunächst „keine Lust mehr aufs Lernen“ hatte, machte Döpke nach dem Abi eine Ausbildung zum Industriekaufmann. Danach entschied er sich, Kommunikationsmanagement zu studieren. In Lingen hat der 25-Jährige den Studierenden-Verein KommunikOS mitgegründet. Als Vorsitzender kümmert er sich vor allem um die Kommunikation nach außen. Daneben steckt Döpke sein Herzblut ins Campus TV. Bewegtbild ist seine Leidenschaft und soll sein Beruf werden. Dazu passt das Praktikum in der Abteilung Digitalisierung & Elektronische Medien bei Volkswagen. Dort schreibt er zurzeit seine Bachelorarbeit. Thema: 360-Grad-Videos für die Marke VW.



Rasmus Fuhrmann (28)
Burson-Marsteller

Rasmus Fuhrmann hat bei Burson-Marsteller in Berlin den Auftrag, den Kulturwandel hin zu einer kreativeren und digitaleren Agentur zu beschleunigen. „Um Kunden auch mal etwas abgefahrenerer Ideen zu präsentieren“, wie er sagt. Für ihn kein Problem: Fuhrmann kommt in Sneakern zur Arbeit, wenn nicht gerade ein Kundentermin ansteht. Als „Hipster“ sieht sich der Vollbartträger mit Wohnung in Prenzlauer Berg nicht. „Ich hab’ ja noch nicht mal ein Rennrad.“ Der Deutsch-Schwede hat in Brüssel und Malmö studiert, ein Auslandssemester in Jordanien eingelegt und ist durch den Nahen Osten gereist. Er wollte Diplomat werden – bis zum Praktikum in der Deutschen Botschaft in Stockholm: dort war es ihm viel zu weisungsgebunden. In seiner SPD-Bezirksgruppe bringt er sich kontrovers ein. Zu akademisch und verkopft gehe es dort zu. Mit Freunden schwingt er bei der Initiative wirsindeinvolk.com „Keulen gegen Rechts“.



Katalin Genius (24)
Körper

Wer sich den Lebenslauf von Katalin Genius anschaut, könnte auf die Idee kommen, dass sie sich nie etwas anderes vorstellen konnte als PR. Bachelor in Hannover, Praktika beim NDR, bei der Produktionsfirma Brainpool, bei Faktor 3 und Tui. Dort kümmerte sie sich zuletzt als Werkstudentin um das Magazin zum Geschäftsbericht und um Filmprojekte. Im Juli heuerte sie in der Kommunikation des Technologiekonzerns Körper an. Sie sagt indes: „Es dauerte, bis mich das PR-Studium gepackt hat. Vielleicht fehlte mir anfangs der praktische Bezug.“ Erst die Konzeptarbeit im zweiten Semester und das Praktikum bei Faktor 3 weckten ihre PR-Leidenschaft. Schließlich wurde sie Vorsitzende der Public Relations Studierenden Hannover. Der Wunsch, ihre Kommilitonen für PR zu begeistern, entstand beim Festival in Cannes. „Ich habe dort viele Impulse erhalten, viele kreative Persönlichkeiten aus der Branche kennengelernt!“



Felicitas Gerlach (26)
Brunswick

Felicitas Gerlach besuchte von der Grundschule bis zum Abitur die Munich International School und wuchs so – in einem deutschen Elternhaus – zweisprachig auf. Nach dem Studium in den USA und in Schottland ist sie seit rund vier Jahren wieder in München zu Hause. Nach Praktika unter anderem bei Capgemini Consulting und Brunswick entschied sie sich für die PR-Berater. Dort begleitet sie seit vier Jahren vor allem Übernahmen, Fusionen und Restrukturierungen. Unter anderem unterstützte sie den Kunststoffmaschinenhersteller Krauss Maffei, der Anfang 2016 von Chinas größtem Chemiekonzern Chem China übernommen wurde. Zu Jahresbeginn arbeitete sie je drei Wochen in den Brunswick-Büros in Peking und Shanghai, um „deren Perspektive“ kennenzulernen. An Winter-Wochenenden zieht es sie auf die Münchner Hausberge, im Sommer auf den Golfplatz. Ihr Handicap: neun. „Ein fantastischer Sport, weil man dabei lernt, ruhig zu sein und positiv zu bleiben“, schwärmt sie.



Sophia Giehl (26)
Serviceplan

Im Mai wechselte Sophia Giehl innerhalb Berlins von der Agentur Ballou zu Serviceplan. Dort betreut die 26-Jährige hauptsächlich öffentliche Auftraggeber: Pressearbeit, Social Media, Content Marketing. Dass es sich dabei um integrierte Kampagnen handelt, findet sie am spannendsten. Laut Nominierung hat Giehl „alles, was eine moderne PR-Beraterin mitbringen muss: Kreativität, Durchsetzungs- und Durchhaltevermögen sowie Organisationstalent.“ Sie selbst zählt Gelassenheit zu ihren Stärken, und dass sie „sich schnell in neue Themen einfinden“ könne. Ursprünglich wollte Giehl, die vor ihrem Politik- und Literaturstudium eine Hospitanz beim ZDF gemacht hat, Journalistin werden. Doch ein Praktikum bei Ketchum Pleon in Berlin brachte die Erkenntnis, dass auch PR ein spannender Beruf ist. Sie ist großer Fan des SC Freiburg. Abschalten kann die Fußball-Liebhaberin am besten beim Gitarrespielen und Zeichnen.



Will Gluckin (26)
Get Your Guide

Will Gluckins Leben in New York war perfekt: PR für Start-ups aus dem Silicon Valley, privat genoss er den Alltag in der Metropole. „Ich wollte mir aber einen Job in Übersee suchen, solange ich flexibel und ungebunden bin“, erzählt er. Also recherchierte er immer sonntags von seinem Lieblingscafé in Brooklyn aus. Über einen Ex-Kollegen kam er mit dem Berliner Tourismus-Start-up Get Your Guide zusammen. Via Skype fand er einen Draht zu Gründer Johannes Reck, der ihm einen PR-Job anbot. Im Mai zog er nach Berlin, das er schon von einem Auslandssemester kannte. „I was bitten by the Berlin bug“, scherzt er. Über die Herausforderungen als „American abroad“ berichtet er in seinem Blog „Gluckin around“. Sein Vater war einige Jahre für eine Bank in Zürich tätig. Gluckins Teenager-Jahre in der Schweiz waren auch der Grund, in Washington Deutsch und Deutsche Literatur zu studieren. „Frag mich nicht nach meinem Lieblingsgedicht von Goethe!“, bittet er.



Marina Greb (27)
Hirshtec

Als Marina Greb bei Henkel half, ein Social Intranet einzuführen, stieß sie auf ihren jetzigen Arbeitgeber: den Intranet-Spezialisten Hirshtec. Dort berät sie Unternehmen wie Weleda und Rhein Energie. Laut Nominierung ist die 27-Jährige „Dolmetscherin“ zwischen Corporate Communications und IT. Auch privat setzt Greb auf digitale Lösungen: So hat sie ihre Reisebegleiterin für einen Backpacking-Trip durch Mittelamerika über eine Online-Plattform gefunden – und war begeistert. Generell zieht es sie gern ins Ausland. Zum Arbeiten würde sie ein französischsprachiges Land reizen. Ehrenamtlich hat sich Greb bei den internationalen Studentenorganisationen AIESEC und ViSiB engagiert. Um sich praktisches BWL-Wissen anzueignen, hat sie zusätzlich zu ihrem Medienwissenschaften-Master einen Bachelor in Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen. Und weil Stillsitzen nichts ist für sie, probiert Greb in der Freizeit gerne neue Sportarten aus.



Natanja Marija Grün (29)
Ikea

In ihrer Masterarbeit befasste sich Natanja Grün mit der Kooperation zwischen Unternehmen und Influencern. Dabei stieß sie auf Ikea – und war anfixt. Trotz einer winkenden Festanstellung bei der Agentur Next entschied sie sich für ein Social-Media-Praktikum bei dem Möbelgiganten. Wie es der Zufall wollte, wechselte eine Kollegin die Position und Grün wurde als Social-Media-Specialist angestellt. Die 29-Jährige betreut die strategische Ausrichtung der Kanäle, entwickelt Kampagnenthemen und kümmert sich um Influencer. Reisen und Fotografieren sind Grüns größte Hobbys, die sie ideal mit ihrer Lieblingsplattform verbinden kann: Instagram. Ihre engsten Freunde hat die Hessin über die App kennengelernt. Allein im letzten Jahr verreiste sie mehr als zehnmal mit anderen Instagramern. Nach dem Abitur leistete sie ein Jahr Freiwilligendienst in einem Altersheim für Holocaust-Opfer in Israel. Neben dem Studium engagierte sie sich als Integrationshelferin bei einem Behindertenverein.



Fabienne Hackel (26)
BBDO

Fabienne Hackel lebt nach dem Motto „Out of the comfort zone. Into the wild“. Sie testet gern Grenzen aus und verlässt den sicheren Hafen. Das erklärt, warum sie zum Basiscamp des Mount Everest gewandert ist und nach anderthalb Jahren als Strategie- und Konzeptionstrainee bei fischerAppelt nun ein neues Traineeprogramm bei BBDO begonnen hat. In 18 Monaten durchläuft Hackel fünf Agenturstationen, eine davon im Ausland. Die gebürtige Wuppertalerin kann sich gut vorstellen, im Ausland zu arbeiten – am liebsten in New York, Kapstadt oder Australien. Ehrenamtlich kümmert sie sich mit Ex-fischerAppelt-Kollegen um die PR der Kleidersammlungsinitiative Hanseatic Help. Ein Highlight ihrer bisherigen Laufbahn? Beim PR-Hackathon gewann ihr Team mit einer Idee, die sie vorgestellt hatte. Hobbys: Reisen, elektronische Musik, Bouldern und Kochen. Meist mit von der Partie, auch bei der Arbeit: Hund Yoshi.



Sarah Helmhold (29)
Hill + Knowlton

„Dass ich in der PR gelandet bin, ist eher Zufall“, sagt Sarah Helmhold. Als sie dabei war, ihr Soziologie- und Politik-Studium abzuschließen, musste sie eingestehen, dass das Berufsfeld der internationalen Beziehungen, auf das sie sich mit NGO-Praktika in Brüssel und Hamburg spezialisiert hatte, nicht ihr Ding ist. Soziale Medien und Gadgets hatten es ihr mehr angetan. Bei Hill+Knowlton stieg sie im Tech-Bereich in Frankfurt ein. Nun betreut sie im Berliner Büro als Account Executive vor allem die Kunden Huawei und Ford. Mittlerweile hat sie sich bei der Agentur einen Ruf als Influencer-Expertin erarbeitet. „Vielleicht, weil ich schon während meines Studiums lieber bei Food-Bloggern nach einem Rezept fürs Abendessen geschaut habe, anstatt an meiner Masterarbeit weiterzuschreiben“, scherzt sie. Nebenbei engagiert sie sich in der Rotarier-Jugendorganisation Rotaract, hilft jeden zweiten Sonntag bei der Essensausgabe der Bahnhofsmission am Bahnhof Zoo.



Sandra Hofmann (26)
Effektrausch

Work-and-Travel-Jahr in Australien, Neuseeland und Südkorea, Bachelor in Medienkommunikation, Communication Science Master – danach war Sandra Hofmann klar: Sie will zurück in ihre Heimat Leipzig. Mit Katharina Gless baute sie dort das Non-Profit-Onlinemagazin „Viertelrausch“ auf, für das sie „Menschen von nebenan, von der Straße“ interviewen und porträtieren: für ein „authentisches und ehrliches Bild der Stadt“. Aus dem Projekt wurde die Agentur Effektrausch. Gless kümmert sich in der Firma um Gestaltung, Hofmann um Kommunikation. Parallel verantwortet sie die Kommunikation bei der IT-Beratungsfirma Teamfact. Mit Co-Geschäftsführerin Gless hat sie die „Digital Media Women“-Initiative nach Leipzig gebracht. Zuvor waren sie oft auf Veranstaltungen, auf denen nur sehr wenige Frauen waren. „Da wurden wir zum Teil wie Exoten behandelt.“ Ihr Wunsch: „Es gibt noch viel mehr coole Ladies, die wollen wir zeigen!“



Alexander Karl (27)
Murmann

Alexander Karl beschreibt sich als „Medienmensch, der privat und beruflich Freude an guten Inhalten hat“. Seit Dezember arbeitet er als Editing Manager Digital beim Hamburger Sachbuchverlag Murmann und kümmert sich darum, Bücher zu präsentieren: Kommunikationsstrategie, Pressearbeit, Social Media, Kooperationen. Zudem hat der 27-Jährige das Onlinemagazin „So. Digi. Pop.“ (Social, Digital, Popkultur) ins Leben gerufen – eine Seite für IT und Redaktion, mit der Murmann testen will, wie sich Inhalte online aufbereiten lassen. „Alex ist mit allen Medienwassern gewaschen, geht ungewöhnliche Wege, ist gut vernetzt und zu 100 Prozent digital“, heißt es in der Nominierung. Sein Handwerk gelernt hat er durch Praktika und als freier Journalist (u.a. NDR, „Bild“, Zeitungsgruppe Lahn-Dill) sowie als Redakteur bei Faktor 3. 2012 veröffentlichte der Hesse einen Jugendroman. Die Erstfassung schrieb er mit 16 Jahren während des Unterrichts auf einen Collegeblock.



Tobias Körner (25)
Frische Fische

Vor dem Uni-Start jobbte Tobias Körner auf einer Farm in Norwegen. Beim Schafehüten entdeckte der 25-Jährige seine Liebe für das Land, wollte so schnell wie möglich wiederkehren. Über einen Bekannten stieß er auf ein Praktikum bei einem Start-up in Oslo. Dort erkannte er nicht nur sein Interesse für Kommunikation, sondern auch für die Start-up-Szene. Seinen Berufseinstieg fand er bei der Crowdfunding-Plattform Seedmatch, wo er sich vom Praktikanten bis zum Pressesprecher hocharbeitete. Dass er Philosophie studiert hat, empfindet Körner eher als Vorteil, weil er „einen anderen Blick“ mitbringe. Seit Februar ist er Account Manager bei der Agentur Frische Fische, kurz davor ist Körner Vater geworden. Bei Kollegen gilt er als selbstständig, offen und „für sein Alter sehr erfahren“. An diesem Job reizt ihn vor allem die Themenvielfalt. Neben einem Start-up betreut er unter anderem eine Erotik-Community.



Julia Köster (26)
Cross PR

Julia Köster ist Juniorberaterin bei der Düsseldorfer Agentur Cross PR. Dort überzeugte sie einen eher konservativen Wäschereiservice davon, einen Imagewechsel anzustreben. Der gibt sich jetzt lifestylog und provokant. Mit Visuals, die versprechen: „Wir machen Dein Höschen feucht.“ Dass sie etwas mit PR machen will, wusste Köster schon nach ihrem Abitur. Ihren Bachelor der Sozialwissenschaften in Koblenz-Landau kombinierte sie mit einem Masterstudium Politische Kommunikation in Düsseldorf. Politik ist ihr Hobby, das sie aber „nie zum Beruf machen wollte“. Praktika absolvierte sie unter anderem in der PR-Abteilungen von Tchibo. Bei Cross PR heuerte sie an, als sie an ihrer Masterarbeit über das Vertrauen der Generation Y in PR schrieb. Köster bekam als Juniorberaterin bei der Agentur sukzessive Verantwortung für Kunden. Heute betreut sie unter anderem die südafrikanische Sahnelikör-Marke Amarula und den Allgäuer Naturkosmetikhersteller Primavera.



Selina von Liel (29)
Hering Schuppener

Selina von Liel ist seit 2013 bei der Agentur Hering Schuppener und als Associate „im mittleren Management angekommen“. Während ihres Studiums in Hohenheim reifte ihr Wunsch, in der Unternehmenskommunikation zu arbeiten. Nur in welcher Branche? Diverse Praktika später, unter anderem beim Energieversorger EnBW, beim Autobauer Audi, bei der Berliner Agentur Heimat und bei der Modeschöpferin Rena Lange, war klar, dass sie die Abwechslung liebt – also Beratung. Aufgewachsen ist von Liel in Bayern. Nach dem Abitur und einem einjährigen Toronto- und Chicago-Aufenthalt zog sie für ihr Bachelor-Studium nach Wien, wo sie ihr Hauptfach Kommunikation mit BWL und Psychologie ergänzte. In diesem Jahr absolviert sie eine weitere Ausbildung – zur Pilates-Trainerin. „Nur für mich, um das zu vertiefen“, erzählt sie. Eine weitere Leidenschaft: Wann immer möglich, zieht es sie ans Meer.



Susanne Nicolai (28)
Klenk & Hoursch

Nach zwei Jahren bei Klenk & Hoursch wurde Susanne Nicolai im Februar vom Junior zum Consultant befördert. Sie durfte sich bereits über mehrere Auszeichnungen freuen – unter anderem über den PR Report Award für ein Projekt, bei dem sie Teamleiterin war. In ihrer Masterarbeit, mit der sie für den Nachwuchsförderpreis des Bundesverbands deutscher Pressesprecher nominiert war, hat sich die 28-Jährige mit Krisenkommunikation befasst. Nach ersten journalistischen Erfahrungen hat sie schnell gemerkt, dass sie die PR am meisten reizt. Studiert hat Nicolai Publizistik und PR in Mainz, wo sie nach wie vor wohnt. Nebenher hat sie sich ehrenamtlich engagiert: Sie war Vorsitzende bei der studentischen PR-Initiative Kommoguntia, bei ihrem Lacrosse-Verein übernahm sie die Pressearbeit, und sie hat ein Film-Festival mitorganisiert. Auslandserfahrung sammelte sie durch ein Semester in Spanien und Reisen nach Indien und Südostasien.



Alina Ludwig (26)
Weber Shandwick

Um dem Ruf der Heimat zu folgen, wechselte Alina Ludwig innerhalb von Weber Shandwick von München nach Köln. In der Domstadt wurde sie vom Account- zum Social-Media-Manager befördert. Bereits davor hat die 26-Jährige die Social-Media-Auftritte diverser Kunden verantwortet, aktuell betreut sie Merck, Sony, Avis Budget und Revlon. Als Trainee übernahm Ludwig früh Verantwortung und wurde vorzeitig übernommen. Laut Nominierung hat sie eine „rasante Entwicklung“ vom Media-Relations-Bereich zur „Digital-Strategin“ hingelegt – ohne sich in den Mittelpunkt zu drängen. „Ich bin eher der kreative Kopf im Hintergrund“, sagt sie. Schon 2013, als sie in Augsburg Medien und Kommunikation studiert hat, machte sie ein Praktikum bei Weber Shandwick. Nach Stationen bei Amnesty International und der BMW Stiftung Herbert Quandt kehrte sie 2015 zurück. Ihren Master möchte Ludwig unbedingt noch machen – gern im Ausland. Zur „Meditation nach der Arbeit“ kocht Ludwig gern.



Anna Planz (28)
MSL

Seit 2015 gehört Anna Planz zum Consumer-Team von MSL in Frankfurt. Zurzeit ist sie dort als Senior Consultant tätig, verantwortet den Etat eines Lebensmittel-Discounters. In der Nominierung heißt es über die 28-Jährige: „Sie ist neugierig, denkt über Kategorien hinweg, übernimmt Verantwortung, bringt Ideen ein und hat keine falsche Scheu, Kunden und Chefs einmal zu widersprechen.“ Planz selbst beschreibt sich als „schnell und wendig“. Ihre besondere Leidenschaft: Mode und Beauty. Gut möglich, dass sie in dem Bereich einmal auf die Unternehmensseite wechselt. Auch dem Ausland steht die gebürtige Hessin offen gegenüber. Speziell reizen würde sie Frankreich, wo sie schon nach dem Abitur in einem deutsch-französischen Kindergarten jobbte, später zog es sie zum Studium der Europäischen Medienkultur nach Weimar und Lyon. Wenn sie nicht gerade im Social Web nach Trends und Influencern sucht, ist Planz beim Sport, in Ausstellungen oder auf Reisen anzutreffen.



Felix Reidinger (29)
Communication Consultants

Felix Reidinger landete neulich einen großen Coup: Der Berater der Agentur Communication Consultants hat federführend für die interne Kommunikation von Bosch Automotive Steering einen virtuellen, dreidimensionalen Themenwürfel entwickelt, der sich mit VR-Brillen erkunden lässt. „Damit erklären wir Bosch Connect, quasi das Facebook von Bosch“, erläutert er. Die Applikation räumte den internen Bosch Communications Award 2017 ab, setzte sich gegen mehr als 100 Projekte durch. Schon vor rund vier Jahren, noch als Student, stieg Reidinger bei der Stuttgarter Agentur ein. Eine seiner Stärken sei es, universitäre Inhalte in praxistaugliche Geschäftsmodelle und Agenturprodukte zu überführen, heißt es. Der Schwabe freut sich, das „Ländle“ auch mal zu verlassen. Während des Studiums zog es ihn zweimal in die USA, unter anderem zu einem Vereinte-Nationen-Simulationsspiel in New York.



Clemens Reisbeck (29)
Engel & Zimmermann

Der gebürtige Münchner Clemens Reisbeck ist nach einigen Jahren in der Fremde wieder in der Heimat. „Nach dem Abitur wollte ich raus, bin nach Berlin gezogen, um in Potsdam VWL und Germanistik zu studieren“, erzählt er. VWL fand er gut, Germanistik kam ihm vor „wie ein besserer Deutsch-Leistungskurs“. Er wollte lernen, Texte zu schreiben – und nicht Schillers „Räuber“ besprechen. Reisbeck fand einen Studentenjob im Bundestag, machte Pressearbeit für einen Abgeordneten. Er schrieb sich in Ravensburg für ein duales Kommunikationsstudium ein. „Dort waren viele Leute aus der Praxis, und ich bekam Infos aus erster Hand, wie sie Texte schreiben oder eine Pressemitteilung verfassen“, schwärmt der 29-Jährige. Die Kombination aus Studium und Praxis bei Engel & Zimmermann war für ihn die richtige Entscheidung. Bei der Agentur stieg der Fan von 1860 München im Jahr 2017 zum Berater auf. Er leitet dort das „Handlungsfeld Projektkommunikation“.



Felix Sievers (26)
Earlybird

Die Laufbahn von Felix Sievers begann bei Media Test in Hannover, einer Firma für Sicherheit bei mobilen Apps. Dort arbeitete sich der gebürtige Niedersachse vom Werkstudenten zum Head of Communications hoch. Es folgte ein Praktikum bei der Start-up-Zucht Rocket Internet, bei der Sievers deren damaligen PR-Chef Andreas Winiarski kennenlernte. Der holte ihn erst zu Rocket, dann zu Hering Schuppener und nun zum Investor Earlybird. Dort kümmert sich Sievers hauptsächlich um die Unternehmenskommunikation und berät Firmen in Digitalisierungsfragen. Aufgrund seines Start-up-Schwerpunkts kann er es sich vorstellen, irgendwann selbst unter die Gründer zu gehen. Höhepunkt während des Medienmanagement-Studiums: Für eine eigene Radiosendung interviewte er Hip-Hop-Musiker. Sievers hört nicht nur viel Musik, sondern geht auch gern auf Konzerte. Daneben zählen Laufen und Skateboardfahren zu seinen Hobbys.



Melanie Tropper (26)
BASF

„Als kleines Mädchen hatte ich den Traum, als Sportjournalistin am Spielfeldrand Fußballer zu interviewen“, erzählt Melanie Tropper, die als Schülerin selbst kickte. Während ihres Kommunikations- und Medienwissenschaft-Studiums in Leipzig kam sie dem Traum nahe. Praktika bei der FIFA und der UEFA brachten sie zur Frauen-WM in Deutschland und zur Herren-EM in Polen. Es folgten Praktika im RTL-Landesstudio Ost, bei BMW sowie bei der Stadtparkasse Leipzig, bevor sie im vergangenen Oktober, den Master frisch in der Tasche, als Volontärin in der BASF-Unternehmenskommunikation anheuerte. In ihrer Masterarbeit über Arbeitsbelastung in der Unternehmenskommunikation betrat sie wissenschaftliches Neuland. Ähnlich hält sie es auch mit ihren Urlaubsplänen. Ihr Anspruch: Jedes Jahr ein anderes, weit entferntes Land zu besuchen, um in für sie fremde Kulturen „einzutauchen“. Dieses Jahr war sie in Südafrika, zuvor unter anderem in Indonesien und Australien.



René Weiß (28)
Heraeus



Paul Wolter (27)
Start-up-Bundesverband

Dass er „was mit Werbung“ machen will, ist René Weiß seit einer Kunststunde in der achten Klasse klar. „Ein Kunstlehrer ließ uns eine Seife entwickeln und vermarkten“, erzählt er. Das faszinierte ihn. „Etwas mit Mathematik“ wäre der Plan B gewesen. Trotz Abiturpreis in Mathe entschied er sich für die Werbung. Nach der Schulzeit hospitierte er bei Leo Burnett in Frankfurt, studierte in Wiesbaden Marketing und Kommunikation, absolvierte Werbe- und Event-Praktika. Zu Burson-Marsteller kam er als Urlaubsvertretung – ohne große Erwartungen: „Ich habe PR-Agenturen immer als sehr konservativ wahrgenommen. Das hat sich wenig geändert.“ An der PR gefiel ihm die größere Verantwortung für Kundenprojekte und das komplexe Projektmanagement. Im Jahr 2013 wechselte er wieder in die Werbung, betreute bei Kemper vor allem Porsche. Vergangenes Jahr ging er als Brand Manager Marketing zum Technologiekonzern Heraeus.

Das vergangene Jahr brachte für Paul Wolter viel Veränderung: Nach der Masterarbeit folgte die Festanstellung als PR-Referent beim BVDS. Daneben standen Wohnungskauf und die Geburt seines Sohnes auf dem Programm. Der 27-Jährige managt allein die BVDS-Kommunikation. Davor sammelte er Erfahrungen beim Deutschen Städte- und Gemeindebund, bei Serviceplan und beim Fintech Barzahlen. Der BVDS ist in Start-up-Szene und Politik gut vernetzt. Wolter sieht seine Stärke darin, sich schnell auf Menschen einzustellen – vom 20-jährigen Gründer bis zum 60-jährigen Politiker. Politikinteressiert war der gebürtige Thüringer, der Medienwirtschaft und European Economic Studies studiert hat, schon immer. Während dem Master trat er der SPD in Bamberg bei, wurde Landeskoordinator der Jusos-Hochschulgruppen. Sein Amt als stellvertretender Vorsitzender der Jusos Berlin gibt er auf – neben Job und Vaterrolle wäre das zu zeitintensiv.

PRREPORT Stellenmarkt

Exklusive Jobangebote aus der PR-Branche

Erhalten Sie Jobangebote sofort als **Express-Newsletter** und jeden Donnerstag in der **Wochenübersicht**.

Jetzt Newsletter abonnieren:
www.prreport.de/newsletter

