

„Bis jetzt war noch nichts ‚Unanständiges‘ dabei“

Doppelinterview: Heidi Glück und Karin Strobl über die Herausforderungen in der Unternehmens- und Politikberatung.

••• Von Dinko Fejzuli und Martina Berger

Seit September ist Karin Strobl, ehemalige Kommunikationschefin der Grünen und davor langjährige Journalistin, für diverse große österreichische Zeitungen als Senior Consultant bei Heidi Glück und ihrer gleichnamigen Agentur für strategische Kommunikationsberatung an Bord. Glück selbst ist schon lange in der Branche und war unter anderem auch langjährige Pressesprecherin des Altkanzlers Wolfgang Schüssel.

medianet traf die beiden Kommunikationsprofis zum ausführlichen Interview.

medianet: Frau Glück, Frau Strobl, Sie beide kennt man in der Medien- und Politikbranche sehr gut, beide kommen Sie aber von verschiedenen Richtungen. Wie ist es zu dieser Zusammenarbeit gekommen?

Heidi Glück: Ich sehe es als wunderbare Fügung, weil ich schon lange darüber nachgedacht habe, eine Senior-Consultant in mein Team zu holen. Karin Strobl ist wegen ihrer Kenntnisse und Erfahrungen die Richtige und passt auf mein Wunschprofil. Ich führe ein kleines Unternehmen und arbeite sehr personenbezogen. Ich brauche daher jemanden, auf den ich mich 100 Prozent verlassen kann.

medianet: Wie lange arbeiten Sie in dieser Konstellation bereits zusammen?

Karin Strobl: Ich habe im April begonnen, für Heidi Glück pro-

jektbezogen zu arbeiten und bin seit September als Senior Consultant an Bord – vor allem für internationale Klienten.

medianet: Das Wiener Parkett ist relativ klein und auf dichtem Raum. Man kennt sich, man begegnet denselben Leuten immer wieder, vieles ist miteinander verflochten ...

Glück: Der größte Teil unseres Portfolios macht strategische Kommunikationsberatung aus, das ist die Königsdisziplin. Du musst in deinem Fachbereich sehr professionell sein und beste Qualität liefern. Entscheidend ist, sich in die Rolle des Klienten versetzen zu können und mit seinem Kopf denken zu können.

Strobl: Wir haben den Vorteil, dass wir uns auch international bewegen, auch außerhalb Wiens. Die Erwartungshaltungen sind sehr hoch, und es geht darum, die Besten zu sein. Der Markt ist ja gut besetzt.

medianet: Frau Strobl, war nach dem Ausstieg aus der politischen Arbeit der Umstieg in ein Beratungs- und Strategieunternehmen selbstverständlich?

Strobl: Politische Arbeit ist strategische Arbeit. Als mich Heidi Glück im Frühjahr gefragt hat, ob ich für einen internationalen Kunden mitarbeiten möchte, haben wir beide zuerst an ein Projekt gedacht. Es wurde aber schnell klar, dass ich durch mein internationales Studium zum Thema Innovation sehr viel Know-how einbringen kann. Jetzt kann ich mich in konkrete Projekte vertiefen. Ich kann auch Krisenkommunikation.

medianet: Österreich ist politisch aufgeteilt; manche sehen die Grenze sehr streng. Frau Glück, Sie waren lange Zeit mit der ÖVP verbunden und Kanzlersprecherin. Karin Strobl war bei den Grünen Wahlkampf- und Kommunikationschefin.



Seit Kurzem ein Duo: Karin Strobl (l.) und Heidi Glück über strategische Beratung und das politische Parkett in Österreich.

”

Wir haben ein breites Portfolio, das sich von der Kommunikations- und Medienberatung bis hin zu Fragen zur Positionierung, strategischen Planung und Krisenmanagement streckt.

Heidi Glück

“

War es eine strategische Überlegung, sie deshalb zu engagieren?

Glück: Für mich waren die fachlichen Qualifikationen und ihre hohe Kommunikationsfähigkeit entscheidend. 90 Prozent des Umsatzes macht die Beratung für Unternehmen aus. Selbstverständlich ist die politische wie mediale Erfahrung enorm wichtig, gerade dann, wenn es um Krisenkommunikation oder Public Affairs geht.

Strobl: Wir beide verhehlen unsere Vergangenheit nicht, sie ist aber nicht Bestandteil unserer jetzigen Zusammenarbeit. Wir haben beide einen sehr klaren Wertekompass – ich glaube, das verbindet uns stark. Dennoch überschneiden sich unser beide Netzwerke kaum.

Glück: Karin Strobl bringt eine weit höhere Sensibilität und



mehr Wissen zu Themen wie Ökologie oder Nachhaltigkeit mit. Sie kommt mit sprühenden Ideen und strukturiert sie lösungsorientiert. Sie ist ein Arbeitstier (lacht). Wir wollen uns nicht überschneiden, sondern ergänzen.

medianet: Können Sie beschreiben, mit welchen Aufgabenstellungen Kunden zu Ihnen kommen?

Glück: Wir haben ein breites Portfolio, das sich von der Kommunikations- und Medienberatung bis hin zu Fragen zur Positionierung, strategischen Planung und Krisenmanagement streckt. Wir helfen einem neuen Vorstand, sich sein persönliches Profil aufzubauen, oder das Profil seines Unternehmens weiterzuentwickeln. International sind es oft längerfristige Entwicklungen, die Themen der Expansion, Um- oder Neustrukturierungen beinhalten.

medianet: In den 1990er-Jahren sind durch die Ostöffnung viele Unternehmen und Agenturen in den Osten gewandert – das Geschäft ist aber zurückgegangen. Wie ist die Situation heute?

Strobl: Ich beobachte, dass sich jetzt wieder mehr internationale und europäische Konzerne für den Standort Österreich interessieren, nicht zuletzt ob des Wirtschaftsraums CEE. Wir betreuen derzeit zwei internationale Unternehmen, die sehr stark im CEE-Raum vertreten sind.

medianet: Haben Sie sich branchenspezifisch aufgestellt?

Strobl: Wir sind sehr vielfältig, sehr ergebnis- und erfolgsori-

Neues Duo

„Ich bin die Strenge, Karin die freundliche“, so Agenturchefin Heidi Glück scherzhaft über die Rollenaufteilung zwischen ihr und Karin Strobl.



© medianet/Martina Berger

entiert. Gerade im Bereich Public Affairs ist das wichtig, dass man im Vorhinein abschätzen kann, ob man dazu aktiv etwas beitragen kann. Darüber hinaus muss die Wellenlänge stimmen und eine Vertrauensgrundlage erarbeitet werden können. Die Branche spielt dabei keine Rolle.

Glück: Ich muss eine Chance sehen, zum Erfolg eines Klienten etwas beitragen zu können. Die Erwartungshaltung ist sehr hoch, immerhin kommen 95 Prozent aller Anfragen von Vorstän-

”

Ich glaube, dass der Prozess der Digitalisierung erst am Anfang steht. Wir befinden uns inmitten eines Tunnels, von dem wir nicht wissen, wie und wo er enden wird.

Karin Strobl

“

den, CEOs, Geschäftsführern, die mit ehemaligen Kunden von uns Kontakt hatten. Ich habe auch schon Anfragen abgelehnt, weil die Vorstellung des Kunden, was ich für ihn tun kann, unrealistisch war. Hier bin ich gnadenlos ehrlich (lacht).

medianet: *Gibt es Branchen, die Sie ablehnen?*

Glück: Darüber habe ich noch nicht nachgedacht. Bis jetzt war nichts ‚Unanständiges‘ dabei.

medianet: *Sind Sie immer direkt am CEO dran oder eher am Unternehmen?*

Glück: Zu 95 Prozent ist es immer die CEO-Ebene, wobei wir natürlich auch mit anderen Personen im Unternehmen zu tun haben. Die Auftragserstellung wird allerdings gemeinsam mit dem CEO erarbeitet.

medianet: *95 Prozent der Vorstände sind wahrscheinlich immer männlich, jetzt sitzen hier zwei Frauen. Ist das ein Thema oder gar ein Vorurteil?*

Glück: Ich bin die Strenge, Karin die Freundliche (lacht). Die, die es aushalten, dass man ihnen die Wahrheit sagt, dass man sehr offen auch Stärken bzw. Schwächen ansprechen kann, haben kein Problem mit uns.

medianet: *Wenn wir uns in einem Jahr wieder treffen, wie würde sich die Agentur weiterentwickelt haben?*

Glück: Vielleicht wird Karin Strobl einmal Agenturchefin (lacht). Mir gefällt diese Perspektive gut.

medianet: *Und vom Inhalt her? Was wird sich in der Agentur verändern?*

Strobl: Ich glaube, dass der Prozess der Digitalisierung erst am Anfang steht. Wir befinden uns inmitten eines Tunnels, von dem wir nicht wissen, wie und wo er enden wird. Kein Wunder, dass viele Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in Unternehmen Angst haben. Ihnen diese zu nehmen, braucht einen strategischen Ansatz, der kommunikativ begleitet werden muss. Hier braucht es Know-how im Change-Prozessen.

medianet: *Wir möchten zum Schluss noch auf das Image der Branche kommen. Strategieberatung, Kommunikation, Public Affairs, Lobbying, das ist ja alles in einem gewissen Umfeld. Jetzt gibt es die Datenbank, wo man sich als Lobbyist eintragen muss; trotzdem hat man heute das Gefühl, dass nicht alles transparent ist.*

Glück: Ich glaube, dass es der Branche guttut, dass hier für mehr Transparenz gesorgt wurde. Wenn ich für unsere Kunden einen Kontakt zur Politik aufbaue, ist der Kunde immer darüber informiert, mit wem man gesprochen hat. Umgekehrt hat die Politik ein Anrecht darauf zu wissen, für wen man spricht.

Facts**Heidi Glück**

studierte Volkswirtschaft, Politikwissenschaft und Publizistik. Sie war zehn Jahre für die Außenkommunikation im ORF zuständig, fünf Jahre Pressesprecherin der Bildungsministerin Elisabeth Gehler und sieben Jahre strategische Beraterin und Sprecherin von Bundeskanzlers Wolfgang Schüssel. Seit 2007 führt sie das Beratungsunternehmen Heidi Glück media+public affairs consulting in Wien, mit Schwerpunkten in der Strategieberatung, Politik- und Medienberatung und Kommunikationsfragen.

Karin Strobl

studierte International Media Innovation Management in den USA, Neuseeland, Berlin und Wien. Sie war von 2015 bis 2018 Kommunikationschefin bei den Grünen und zuvor langjährige Chefredakteurin der Regionalmedien Austria. Sie begann ihre journalistische Karriere 1996 bei der *Kronen Zeitung* in Salzburg. Strobl war von 2007 bis 2015 Vorsitzende des überparteilichen Vereins Frauennetzwerk Medien und sitzt im journalistischen Beirat von fjum. Seit April 2018 arbeitet sie bei Heidi Glück. @GlueckHeidi und @KarinStrobl zählen übrigens zu den Heavy-Twitterantinnen Österreichs.