

Die Newsletter Die Interviews



NETZWIRTSCHAFT.NET
Digitale Workouts

Interview mit Melanie Syring und Daniela Wittig –

Wer sind Melanie Syring und Daniela Wittig? Bitte stellt Euch doch mal kurz vor.

Wir sind PS – die [pr strategien](#). Wir machen PR. Kompakt. Auf den Punkt. Im Workshop.

Als wir uns kennengelernt haben, entdeckten wir sofort etliche Gemeinsamkeiten, die uns mittlerweile fest zusammenschweißen. Wir sind beide international ausgebildet, zielstrebig und voller Ideen und Tatendrang. Irgendwann war eins sofort klar: „Lass uns aus 30 Jahren internationaler Kommunikations- und PR-Erfahrung etwas Großes machen“. Und so wurden sie geboren, die pr strategien. Jetzt können kleine, mittlere und große internationale Unternehmen davon profitieren – durch PR im Workshop-Format.

Damit wir Euch nicht nur aus beruflichem Blickwinkel kennenlernen, verrätet uns doch auch einen kleinen Spleen von Euch.

Wir sind regelrechte „Kreativitätsspinner“. Wir schicken uns unentwegt interessante Wort- und Bildschnipsel, witzige Inspirationen, Ideen oder Gedankenfetzen von unterwegs per Handy hin und her und spinnen sie für unsere Arbeit weiter. So wächst unser Pool kreativer Ideen immer und überall.

Elevator Pitch! Was macht Eure Firma? Und vor allem: was macht ihr am besten, wo liegt Eure Superpower?

Unsere Superpower betiteln wir gern mit: „PR to go“. Warum? Weil Menschen und Unternehmen permanent neuen Input und ständig neues Wissen brauchen, um im Marktgeschehen mithalten zu können. Jeder muss und möchte überall up to date sein. Und das digitale Zeitalter macht es möglich. Gleichzeitig kennen wir dieses Phänomen aus unserem Alltag. Jeder genießt den Coffee to go, das gesunde slow food als take-away, Books und Musik on-demand, Newsletter to go usw. und alles natürlich in bester Qualität. In der PR ist es nicht anders – der Kunde will schnell neue Ideen, griffige und nachhaltige Strategien und möchte am kreativen Prozess beteiligt sein. Also liefern wir es ihm. PR-strategisch und „to go“. Wir machen PR. Auf den Punkt. Im Workshop. Wir trainieren: Was ist PR? Wie beantworte ich kritische Journalistenfragen? Wie komme ich in die Presse? Welche kreative Idee ist die richtige für mein Unternehmen? Wir machen unsere Kunden fit in allen Fragen der PR. Auf Wunsch beraten wir sie als strategischer PR-Partner natürlich auch langfristig.

Apropos Superpower: Verrätst Du uns ein „Best Practice“ Beispiel Deiner Firma, wo ihr besonders erfolgreich wart? Was waren Deiner Meinung nach die Erfolgsfaktoren?

Ganz spontan fällt uns ein Pitch ein, der so erfolgreich war, dass der vermeintliche Neu-Kunde, dessen Namen wir aus Fairness hier nicht nennen, sich unseren Claim direkt – ohne uns zu beauftragen – klaut und nun am Markt damit erfolgreich agiert. Warum das Best Practice ist? Weil es adhoc ein riesiges Learning war und zugleich den Beweis lieferte: Wir haben einen super Job gemacht.

An dieser Stelle ein Danke an: <http://pitchblog.de/>, die sich für Fairness in der Kommunikation einsetzen. Ein Link-Tipp für alle Krea-

tiven, die ihre Ideen auch schon einmal für „lau verkauft“ haben.

Wenn Du Dir die Netzwirtschaft insgesamt, Euren Markt, Eure Firma, Deine Position ansiehst, was werden die Haupt-Herausforderungen in den nächsten Monaten oder Jahren sein?

- Herausforderung für die Gesellschaft, bzw. den Staat:

Wir stellen momentan ein Spannungsfeld der Extreme fest. Einerseits befinden wir uns in einer digitalen 24/7 Haltung, durch ständige Dauerverfügbarkeit, andererseits beobachten wir einen massiven Trend nach Achtsamkeit. Die Frage ist: Wird die Schere langfristig immer größer oder werden wir es schaffen, wieder eine zufriedenstellende Mitte zu finden?

- Herausforderung für die Netzwirtschaft in Deutschland / Europa:

Die zunehmende Informationsflut ist Fluch und Segen zugleich. Es wird immer schwerer die Übersicht im Internet und „digitalen Dschungel“ zu behalten. Was sind valide Quellen, was ist versteckte Werbung? Denn: Gefunden wird, wer bezahlt, nicht wer die beste Qualität bietet. Es entstehen immer mehr „digitale Scheinwelten“. Wer kann noch mit Sicherheit sagen, was echt ist und was nicht? Hält das reale Leben, was es online verspricht? Denn erst wenn es menschelt und man sich in die Augen schaut, weiß man, dass echtes Miteinander nicht aus der Mode kommt.

- Herausforderung für unseren Markt:

Jeden Tag gelangen „toll klingende Wortschöpfungen“ in die Öffentlichkeit, die uns Neues häufig nur vorgaukeln. Was trendy klingt, ist oftmals ein Versuch der Branche, sich neu zu erfinden. Sozusagen: „Her mit einer neuen Verpackung für Altbewährtes“ und damit raus an die Öffentlichkeit.

Aber der Markt schreit nach Interaktion. Wir müssen immer mehr Kanäle bedienen. Schnelles Reagieren und Handeln sind gefragter denn je. Wir leben in einer Kultur der likes und dislikes. Daher ist es wichtig, dass Unternehmen zunehmend serviceorientiert arbeiten. Sie dürfen sich im digitalen Netz nicht verlieren, sondern müssen ihre Identität bewahren und stärken.

- Herausforderung für unsere Firma:

Uns ist vor allem eins wichtig: authentisch zu bleiben! Die part-

nerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden steht deswegen an erster Stelle. Wir hören zu, begleiten sie und stellen gemeinsam mit ihnen etwas auf die Beine. Wir wollen Individualität jenseits des Mainstream.

Wir pr strategien leben „die digitale Arbeitswelt“. Uns ist es von jedem Ort, zu jeder Zeit möglich, mit topausgebildeten Menschen zusammenzuarbeiten.

Die Digitalisierung liefert uns und unseren Kunden einen enormen Mehrwert.

Was hat Dich bisher am meisten am Internet geärgert, was am meisten gefreut?

Positiv: Zugriff auf alle Informationen, weltweit. Mehr Möglichkeiten mehr Auswahl mehr „Freiheit“.

Das Internet ist die genialste Erfindung überhaupt. Die Möglichkeit, einfach alles von überall nachlesen, recherchieren und finden zu können, ist und bleibt ein Meilenstein vor allem in der Kommunikation. Und wenn dennoch die Technik/ das Internet mal ausfällt, sollte zumindest unsere Generation noch fähig sein, sich in Zeiten zu versetzen, in denen wir Festnetztelefon, Lexika, Telefonbücher und Bibliotheken als primäre Informationsquellen nutzten.

Welches „Problem“ (privat oder im Unternehmen) würdet Ihr gerne von einem Start-up gelöst bekommen?

Da uns das Netzwerken besonders wichtig ist, wäre ein Start-up toll, das sich um Unternehmen unterschiedlicher Größe kümmert, die ihre Angebote gleichwertig präsentieren mit dem Ziel gemeinsamer, wirtschaftlicher Synergien.

Gib uns doch bitte eine Empfehlung für...

- einen Blog / eine Newsseite / ein Fachmagazin (auch Print), mit dem/der Ihr Euch zu Fachthemen gerne informierst

Brand Eins

- einen Artikel, der Euch in der letzten Zeit am meisten begeistert hat

Plan W – Frauen verändern Wirtschaft; ein Magazin der Wirt-

schaftsredaktion der Süddeutschen Zeitung

SZ <http://neueprodukte.sueddeutsche.de/plan-w/>

- ein spannendes Buch, das Euch für Euer Business inspiriert hat

„Don't sweat the small stuff at work“ von Richard Carlson, ein Klassiker der mich in den USA schon vor vielen Jahren inspiriert hat und als Business Guide auch heute immer wieder gut tut.

„Eigenlob stimmt“ von Sabine Asgodom, diese Powerfrau mit ihren taffen wie pointierten Formulierungen ist immer eine Auszeit wert.

- eine Veranstaltung(-sreihe), auf der Ihr wirklich etwas dazugelernt hast

Keine, die uns Flügel verliehen hätte.

- das hilfreichste Tool / die hilfreichste Software für Eure Arbeit

Google

Mit welchem Experten würdet Ihr am liebsten einmal 1 Tag zusammenarbeiten, und warum?

Da wir beide auch Mütter sind, würden wir gerne einmal mit einer international erfolgreichen Unternehmerin und Mutter am Tisch sitzen, die das tatsächlich lebt, was die Welt „da draußen“ einem tagtäglich suggeriert: Die perfekte Symbiose von Familie und Beruf.

[Weitere exklusive Interviews aus der Netzwirtschaft gibt es hier.](#)