

# ÖFFENTLICHKEITSARBEIT BRAUCHT EINE STRATEGISCHE BASIS

PR-Beraterin oder –Berater zu sein ist nicht immer einfach. Das weiss auch Stefan Wyer von der Communicators AG. Primär geht es um die Vermittlung von Botschaften und fachlichen Informationen an ein Publikum. Der PR-Berater steht aber immer auch zwischen zwei Welten: derjenigen des Kunden und der Medien als Transformationsmittel von Informationen.

PETER J. AEBI (TEXT), BERNHARD STRAHM (FOTO)

Die PR-Branche kannte goldene Zeiten. Fast so wie man Ärzten grenzenlos vertraute, glaubte man, dass ein gewiefter PR-Berater aus jeder Person einen Bundesrat machen könne. «PR» galt als Zaubermittel, das alles verändern kann. Heute jedoch, mit der freien Verfügbarkeit von digitalen Kommunikationskanälen, die auch privat intensiv genutzt werden, denken viele, dass die Öffentlichkeitsarbeit auch gleich so nebenbei gemacht werden könnte. So naiv die Vorstellungen früher, so problematisch können die Meinungen heute sein.

## Zuerst hartes Brot gegessen

Stefan Wyer kennt die Branche aus verschiedenen Blickwinkeln und startete nach seinem Studium die Karriere als Lokaljournalist beim Walliser Boten. Direkten Zugang zur Politik verschaffte ihm seine Tätigkeit als Geschäftsführer und stellvertretender Pressechef im CVP-Generalsekretariat. Als persönlicher Mitarbeiter von Bundesrätin Ruth Metzler wirkte er dann während ihrer Amtszeit im inneren Zirkel des Bundeshauses. «Ich konnte hier ein partnerschaftliches Beziehungsnetz bei den Medienschaffenden knüpfen, das ich danach immer gepflegt habe.» Der Begriff «partnerschaftlich» ist ihm dabei besonders wichtig. «Ich habe immer nur Informationen vermittelt, zu denen ich persönlich auch stehen konnte.» Schliesslich weiss er, was Journalistinnen und Journalisten bzw. die Redaktionen für ihre Arbeit brauchen. Ihm hat diese Arbeit als Vermittler zwischen Absenderin und Öffentlichkeit immer fasziniert, und so war es für ihn klar, dass er in die Öffentlichkeitsarbeit einsteigen würde. In der Berner Agentur Dr. Schenker Kommunikation AG hat er den Einstieg gewagt. Schliesslich übernahm er die Geschäftsführung der Agentur.

Sein Prinzip ist es auch in dieser Funktion, nur Informationen zu vermitteln, von denen er selber überzeugt ist. «Es ist für mich klar, dass man nur so eine gute Öffentlichkeitsarbeit leisten kann.» Es gilt Informationen zu vermitteln, die Verständnis schaffen oder ein entsprechendes Verhalten auslösen sollen.

## Starker Medienrückgang

Die Öffentlichkeitsarbeit hat sich nicht grundlegend verändert, das Umfeld, in welchem sie stattfindet, dafür umso mehr. So hat sowohl die Zahl der Printmedien stark abgenommen und folglich auch die Zahl der Journalistinnen und Journalisten. Das macht die Angelegenheit nicht leichter. «Es ist ein Vorteil, dass ich aus eigener Erfahrung weiss, wie der Alltag in den Redaktionen aussieht», unterstreicht Wyer. «Entsprechend kann ich auch die Arbeit der Journalisten unterstützen.» Wichtig ist ihm, dass sie die zu vermittelnden Informationen selber nachvollziehen und mit Überzeugung übernehmen können. Denn er weiss, dass Vertrauen in jeder Hinsicht das wichtigste Kapital der PR-Berater ist. Das Vertrauen der Kunden, aber auch jenes der Medienschaffenden.

## Neue Medien sind keine Selbstläufer

Die neuen Medien beeinflussen auch die heutige Öffentlichkeitsarbeit. «Das sind aber keine Selbstläufer», betont Wyer. «Sie bergen auch Risiken in sich und müssen sorgfältig in die Strategie eingebaut und bei der Umsetzung begleitet werden.» Die Kommunikationsarbeit ist heute komplexer, aber auch herausfordernder und vielfältiger geworden. «Es ist noch spannender als früher. Die Basis blieb aber immer gleich. Die Kommunikation ist ein Führungsinstrument des Managements. Mit dem Ziel, das Vertrauen in das Unternehmen zu stärken und ein positives Image zu fördern. Das dient letztlich auch dem wirtschaftlichen Erfolg und bedingt das Zusammenspiel aller Kommunikationsdisziplinen – von Public Relations über Public Affairs bis zum Marketing und zur internen Kommunikation.»

## Mehr Flexibilität gefordert

Es braucht zum Teil auch einen Kulturwechsel innerhalb der Unternehmen, weiss Wyer. «Social Media müssen sehr viel flexibler bearbeitet werden. Da kann man nicht, wie bei der Erarbeitung einer Medienmit-



## Stefan Wyer

**Jahrgang** 1965

**Berufliche Karriere** Abschluss als Historiker, Studien von Politik und Medienwissenschaften, Nachdiplomstudium KMU-Management an der Universität St. Gallen (HSG), Journalist u.a. beim Walliser Boten, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Geschäftsführer und stv. Pressechef im CVP-Generalsekretariat, persönlicher Mitarbeiter von Bundesrätin Ruth Metzler, danach bei Dr. Schenker Kommunikation in Bern, zuletzt als Geschäftsführer  
**Funktion** Partner, Mitglied der Geschäftsleitung  
**Zivilstand** verheiratet, 3 Kinder (15, 17 und 19 Jahre alt)

teilung, jedes Mal noch die Bewilligung der Geschäftsleitung einholen. Für diese neuen Medien braucht es Freiräume für schnelle und gezielte Aktionen und Reaktionen. Da fehlt die Zeit für interne Rückfragen.» In vielen Unternehmen und Organisationen fehle es aber am Willen, diese Freiräume zu gewähren. «Da müssen wir ebenfalls mithelfen, Veränderungen bei den Abläufen zu unterstützen und so die Basis für eine umfassende Kommunikation zu schaffen.» Hier seien nebst der strategischen Beratung durchaus auch Coaching-Funktionen zu übernehmen.

## Gesamte Dienstleistungspalette

Die Communicators AG führt als Full Service Agentur die gesamte Breite an Dienstleistungen im Bereich der Kommunikation. «Ich habe, wie die anderen Partner und Mitarbeitenden, meine Spezialgebiete, die sich aus meiner Ausbildung, der beruflichen Laufbahn, aber auch aus den nebenberuflichen Aktivitäten ergeben haben. Wenn ich mit Aufgaben im Bereich der Finanzen konfrontiert bin, ziehe ich die internen Spezialisten aus der Niederlassung Zürich bei.» Daraus entstehe situativ eine projektspezifische Matrixorganisation. «So sind wir flexibel, aber eben auch in der Lage, in allen Niederlassungen die gesamte Breite der Leistungen anzubieten.»

Stefan Wyer beweist als aktiver Ausdauersportler auch im Beruf eisernen Willen und einen langen Atem. Das hat er nicht nur während seiner beruflichen Laufbahn bewiesen, sondern auch durch seine Aktivitäten im Amateur-Leistungssport. Die legendäre Patrouille des Glaciers hat er schon neun Mal bestritten. Diese anforderungsreiche

hochalpine Tour ist nur zu bewältigen, wenn man bereit ist, an die Leistungsgrenzen zu gehen. «Ich bin schon ehrgeizig», erklärt Wyer. «Der Alpinismus ist meine ganz grosse Leidenschaft. Aber Sport interessiert mich auch generell.» Man sagt, Sport sei eine Lebensschule, die sich auch beruflich positiv auswirke. Stefan Wyer ist davon ebenfalls überzeugt. «Im Alpinismus lernt man schnell, dass man sich durchbeissen muss, wenn man Erfolge erzielen will. Im Beruf ist das oft genauso.»

## Communicators AG

**Gründungsjahr** Communicators AG: 1985 in Zürich;  
Dr. Schenker Kommunikation AG: 1994 in Bern;  
Seit 2017 gemeinsam als Communicators AG

**Hauptsitz** Zürich

**Niederlassungen** Bern und Luzern

**Mitarbeitende** 24, 10 Partner

**Leistungen** Fullserviceagentur mit den Bereichen Behördenkommunikation, Campaigning (Wahlen und Abstimmungen, Informationskampagnen), Corporate Communication, Digital and Social Media, Finanzkommunikation, Politische Kommunikation, Verbandskommunikation