

nach einem Jahrzehnt erfolgreicher PR-Arbeit, wohin die Reise nun hingehen möge, wonach der Markt verlange. So habe man sich gezielt entschlossen, die Partnerstruktur zu erweitern. So suchte man Profis, die man an Bord holen konnte. „Es ist uns gelungen, Martin Himmelbauer und Gerhard Jarosch für uns zu gewinnen, wir haben beide tatsächlich auserkoren und gesucht“, erzählt Grünberger. Man suchte eine Persönlichkeit, die im Corporate-Bereich Profi ist, die Erfahrung mit Investor Relations hat. „Der Markt in Österreich ist klein, man kennt sich. Es ist gar nicht so, dass man lange herumsuchen muss, sondern vielmehr ist die Frage, ob man gute Leute für sich gewinnen kann. Bei Martin Himmelbauer war das so“, freut sich Grünberger über den Neuzugang.

#### „Einfach angemacht“

Aber auch für den wachsenden Litigation-Bereich suchte man die passende Person – und wurde mit Gerhard Jarosch fündig. Grünberger dazu: „Ich habe ihn einmal in einer Fernsehsendung gesehen und habe mir gedacht: „Ja, er hat das super gemacht. Und dann haben wir gegogelt.“

Wollten wissen, wo er eigentlich ist, was er macht. Zu dieser Zeit lebte er noch in Den Haag, dann haben wir irgendwo eine Telefonnummer herausgefunden und haben ihn kalt angemacht. Angerufen und gefragt, ob er nicht Lust hat, dass wir uns auf einen Kaffee treffen. Gerhard ist dann nach Wien gekommen, ein Teil der Familie hat auch in Wien gelebt. Da haben wir uns dann beschnuppert.“

Das Fachliche sei die wesentliche Voraussetzung für eine Zusammenarbeit, aber für die Firmenpartnerschaft sei auch die menschliche Komponente



medianet-Herausgeber Chris Radda mit Gerhard Jarosch, Martin Himmelbauer und Silvia Grünberger von Rosam, Grünberger, Jarosch & Partner.

sehr wichtig. Es werde einen klaren Fokus in der künftigen Zusammenarbeit geben: „Unser gemeinsames Ziel ist es, Kommunikationsleistungen zu erbringen, die relevant sind, wo es um etwas geht. Bei uns geht es um Zahlen, Daten, Fakten, um Krisenkommunikation und um Hardcore-Communications“, fasst Grünberger zusammen.

So versuche man, mit Argumenten im Interesse der Kundinnen und Kunden zu überzeugen.

Angesprochen auf die Situation der modernen Medien im Hinblick auf große internationale Internetportale, sieht Martin Himmelbauer klare Hindernisse:

„Wir haben natürlich das Problem, dass es Plattformen gibt, wo du nicht einmal weißt, wer dahintersteht. Natürlich kann man das bei einem Check zwar schnell rausfinden“, erklärt er, man könne bei diesen Plattformen aber nicht davon ausgehen, dass es das Bestreben sei, Objektivität zu wahren, beide Seiten zu hören, die Geschichte verantwortungsvoll zu platzieren, und da sei es dann wirklich oft schwer, den richtigen Weg zu finden.

Auf die Frage, wie es dem Unternehmen und der PR-Branche in der Krisenzeit gegangen sei, antwortet Grünberger: „Die PR-

”

*Glaube ich dem Unternehmen oder dem CEO, der für das Unternehmen spricht, das, wofür er steht, das, was das Unternehmen als Markenversprechen abgibt?*

**Silvia Grünberger**  
RGJ & Partner

“

der Verkauf ein kommunikatives Thema ist, sondern auch die gesellschaftliche Verantwortung, wenn es um Nachhaltigkeit, um Social Responsibility gehe.

Und wie geht es mit dem neuen und besonders wichtigen Geschäftsfeld der Litigation PR weiter? Dazu Gerhard Jarosch: „Ich glaube, dass gerade der Bereich der Litigation PR – oder weiter gesehen Legal PR – wachsen wird.“ Man müsse versuchen, auch komplexe Vorgänge so zu präsentieren, dass die Leute sie verstehen, und das bedinge auch die Vereinfachung, die Übersetzung aus dem Komplexen, und hier sieht Jarosch seine künftige Haupttätigkeit.

#### Anspruch und Wahrheit

„Am Ende des Tages zählt die Wahrheit. Und bei der Wahrheit zu bleiben, ist unser oberstes Credo. Und es geht schon oft darum, ob man jetzt ein Glas halb voll oder halb leer sieht, und wie man das dann beleuchtet und artikuliert. Transparenz und die Übereinstimmung von Schein und Sein wird zunehmend wichtig, und das ist in Wahrheit das Wesentliche für authentische Kommunikation, egal auf welchem Kanal“, fasst Grünberger den Anspruch zusammen, den sie an PR stellt.

*Den gesamten Agency Log #44 sehen Sie hier:*

*tv.medianet.at/video/agency-log-pr-partner-aus-passion*  
Redaktion TV: Andy Marada

”

*Unser gemeinsames Ziel ist es, Kommunikationsleistungen zu erbringen, die relevant sind, wo es um etwas geht. Bei uns geht es um Zahlen, Daten, Fakten.*

“

**Silvia Grünberger**