

„Medien tragen Verantwortung“

Noch spielen Frauen in vielen öffentlichen Diskursen eine untergeordnete Rolle – Julia Breitskopf möchte das ändern.

... Von Sascha Harold

Julia Breitskopf hat sich auf die Sichtbarkeit von Frauen spezialisiert. Die studierte Soziologin hat sich nach verschiedenen PR- und Journalismus-Stationen selbstständig gemacht und betreibt mit Furore Brand Communications mittlerweile eine Agentur.

Der Schwerpunkt liegt darauf, den Stimmen von Frauen in der Öffentlichkeit mehr Gehör zu verschaffen und sie damit sichtbarer zu machen. Warum dieser spezielle Fokus?

Für Furore sorgen

„Ich möchte Personen unterstützen, die sonst medial weniger Platz finden. Analysen wie jene von Media Affairs, die jedes Jahr die Sichtbarkeit von Frauen in Text und Bildsprache in österreichischen Medien untersuchen, zeigen, dass nach wie vor Geschlechterklischees reproduziert werden und Expertinnen weniger Gehör finden als männliche Experten“, führt Breitskopf aus. Anders als ihre männlichen

Kollegen, seien Expertinnen häufig zurückhaltender mit Äußerungen in der Öffentlichkeit. „Fehlende mediale Repräsentation führt dazu, dass die Lebensrealität von Frauen darin nicht ausreichend vorkommt und ihre Anliegen zu kurz kommen“, so Breitskopf.

Als Journalistin hat sie gemeinsam mit der Fotografin Jana Mack das multimediale Reportage-Projekt „Inselmilieu“ gestartet. „Mit unserem Podcast wollen wir Menschen dazu bringen, den Schritt heraus aus ihrer eigenen Echokammer zu wagen und sich mit anderen Le-



Jana Mack (l.) und Julia Breitskopf betreiben den Podcast „Inselmilieu“.

Neben strategischer Kommunikation, Personal Branding und Öffentlichkeitsarbeit bietet Furore Brand Communications auch PR-Workshops und Coachings an. Um bestehende Ungleichheiten auszugleichen, lernen Frauen darin, sich in den Medien als Expertinnen zu positionieren. Oder wie Breitskopf es formuliert: „Mein Fokus liegt auf Methoden, die dabei helfen, in der Öffentlichkeit für Furore zu sorgen.“

benswelten als der eigenen zu beschäftigen“, erklärt Breitskopf. Für das Projekt wurden die beiden letztes Jahr auch mit dem Prälat-Leopold-Unger-Preis der Caritas ausgezeichnet. Der journalistische Background hilft der Agenturinhaberin auch in ihrer PR-Arbeit. „Als PR-Beraterin ist es sicher von Vorteil, auch journalistische Erfahrung zu haben. Dadurch weiß ich, was eine gute Geschichte ausmacht“, erläutert Breitskopf.

”

Mein Fokus liegt auf Methoden, die dabei helfen, in der Öffentlichkeit für Furore zu sorgen.

“

Julia Breitskopf

Gesellschaftliche Veränderung

Um Dinge in Bewegung zu setzen, sieht die Kommunikatorin die PR- und Medienbranche in einer besonderen Verantwortung. „Gesellschaftliche Diskurse werden auch über die Personen entschieden, die zur Sprache kommen, deshalb kommt Medien so eine wichtige Rolle zu“, so Breitskopf. Nach wie vor gäbe es hier viel zu tun, meint die PR-Expertin – auch, wenn sich in letzter Zeit Fortschritte bemerkbar machen. „Ich glaube, das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Diversität ist in den letzten Jahren gestiegen“, erläutert Breitskopf, die abschließend zusammenfasst: „Mediale Darstellungen prägen unser Mindset. Ich bin der Überzeugung, dass es Medieninhalte braucht, die unsere Welt fair repräsentieren und Geschichten aus der gesamten Gesellschaft erzählt werden müssen. Wir Journalisten und PR-Berater sind die Meinungsbildner der Gesellschaft und sollten mit dieser Macht bewusster umgehen als in der Vergangenheit.“

”

Ich möchte Personen unterstützen, die sonst medial weniger Platz finden.

Julia Breitskopf
Furore Brand
Communications

“