

jobs@turi2 Clubraum mit FischerAppelt vom 23. Februar 2021

[00:00:04] SPRECHER: turi2 Podcast - Menschen, Medien, Marken.

[00:00:10] MARKUS TRANTOW: Öfter mal was Neues bei turi2. Wir haben am Dienstag, den 23. Februar unser neues Clubhouse Format Jobs@turi2 gestartet. Das ist die neue Partnerbörse der Kreativwirtschaft. Die Details dazu gibt's gleich von Peter Turi und Svenja Kordmann, die von turi2 in der Runde dabei waren und durch diese Runde geführt haben. Verraten kann ich schon, dass wir bei FischerAppelt in Hamburg zu Gast war. Bevor es losgeht, noch schnell ein Live Tipp für unsere nächsten Abende im Clubraum von turi2. Am Mittwoch, den 24. Februar, heißt es Chefin, wir müssen reden. Diesmal mit OMR-Boss, Philipp Westermeyer. Und am Donnerstag, den 25. Februar, gibt's eine neue Ausgabe unseres Open Innovation Live Podcasts formerly known as Gutjahr+Turi. So, nun aber viel Spaß bei der Premiere von Jobs@turi2.

[00:01:09] PETER TURI: Ja, guten Abend, ich begrüße euch alle und möchte jetzt eigentlich die Gelegenheit nutzen, dass ich jeden kurz vorstelle, jeder möge sagen, wer er ist. Und ich fange mal an mit dem legendären Co-Gründer von FischerAppelt, Andreas Fischer-Appelt. Sag mir mal Andreas, warum habt ihr so komische Doppelnamen?

[00:01:29] ANDREAS FISCHER-APPELT: Ja, das ist eine lange Geschichte, die mache ich kurz. Wir hatten eine selbstbewusste Großmutter und die wollte damals schon gerne ihren Namen drin haben. Sie hat dann mit der zweiten Stelle vorlieb genommen. Aber seitdem ist der Doppelname da.

[00:01:43] PETER TURI: Ja, mega. Dann hast du das Beweger-Gen von der Seite Appelt.

[00:01:49] ANDREAS FISCHER-APPELT: Oh ja, vielleicht genau. Aber es gibt noch was Historisches. Die kamen nämlich aus Berlin und der Urgroßvater hatte schon eine Werbe-Werkstatt. Die hießen damals Fischers Werbe-Werkstätten und beschäftigten sich mit Schaufenster-Dekoration. Also der Apfel fällt nicht weit vom Stamm.

[00:02:07] PETER TURI: Gut, ich stelle mal die nächste auf der Bühne vor. Das ist die Eugenia. Eugenia Lagemann, du bist Geschäftsführerin für den Bereich PR. Was macht dir Spaß an dem Job bei FischerAppelt und was für Leute suchst du?

[00:02:20] EUGENIA LAGEMANN: Also ja genau. Ich bin schon seit zwölf Jahren da und das heißt, dass mir das schon ein bisschen länger Spaß macht. Ich glaube, vor allem Spaß macht mir dieser große Gestaltungsspielraum. Die Freiheit, die man bei FischerAppelt hat. Es halt eine inhabergeführte Agentur und das leben wir da auch sehr stark. Man kann also unfassbar viel selbst anpacken und anfassen und kriegt da eigentlich selten das Gefühl, irgendetwas würde nicht gehen. Und genau solche Leute suchen wir im besten Fall auch für die nächsten Jahre. Also Leute, die Lust haben, einen freiheitlichen Rahmen sozusagen für sich zu nutzen, für eigene Ideen, für Projekte, für neue Wege. Das wäre sozusagen das, was wir uns wünschen würden.

[00:03:01] PETER TURI: Gut, danke Eugenia. Ein paar von den jungen PR Köpfen, mitgebracht von der nächsten Generation hat Nico. Nico Kunkel, du bist einer der größten, genialsten Netzwerker im Netz. Und was weißt du denn über die Agentur FischerAppelt und was erwartest du dir von dem Abenteuer?

[00:03:21] NICO KUNKEL: Also vielen Dank, Peter, dass ich Teil der Runde sein darf. Und danke für die Blumen. Ja, FischerAppelt ist natürlich für mich, ich bin ja auch Journalist, immer schon Berichtsgegenstand gewesen. Begleitet mich quasi, seitdem ich in der PR-Branche bin. Ich war schon dann im ein oder anderen Standort zu Gast und bin gespannt, was ich heute noch Neues über

FischerAppelt zu erfahren kann.

[00:03:43] PETER TURI: Nico, wieviel von den 76 Zuhörern, die wir jetzt zum Start schon haben, hast du denn mitgebracht? Was machst du denn da für Netzwerk? Kannst du es mal kurz vorstellen? Ich finde das sehr spannend.

[00:03:52] NICO KUNKEL: Ja, also ich betreibe unterschiedliche Branchen-Netzwerke für die PR-Branche. Es geht vor allem um junge Talente. Das bekannteste ist wahrscheinlich dieses 30u30 Netzwerk. Das ist eine Community, die mal entstanden ist, als ich noch beim PR Report war. Im Grunde versuchen wir da immer 30 spannende inspirierte Köpfe aus der PR-Branche jedes Jahr auszuzeichnen.

[00:04:15] PETER TURI: Nico, was machst du im Clubhouse? Auf jeden Fall kann ich die Empfehlung geben, dass alle, die dir zuhören und einen Beruf der Kommunikation suchen, dir folgen?

[00:04:24] NICO KUNKEL: Absolut. Am Anfang habe ich Clubhouse sehr intensiv genutzt. Mittlerweile muss ich sagen, ist mein Konsum wieder ein bisschen rückläufig. Aber ich finde es ganz spannend, immer noch mit den Leuten ins Gespräch zu kommen. Ich versuche tatsächlich immer wieder auch mal neue Themen zu finden, die abseits meiner eigentlichen Filterblase sind. Also neulich hatten wir einen ganz guten Talk zum Thema: auch einen Migrationshintergrund oder Diversität in der Kommunikationsbranche. Ich habe da unglaublich viel Neues gelernt. Das hätte ich wahrscheinlich in anderen Formaten so nicht gehabt.

[00:04:56] PETER TURI: Gut.. Stichwort: Neues lernen. Neu erfunden hat sich auch der Sarik Weber. Sarik, du warst mal ein Mitgründer von dem Open BC, dem Vorgänger von XING und bist hier jetzt wahnsinnig aktiv. Musst gleich mal erzählen, wieviel Talks du schon gemacht hast und bei dir steht Mister Clubhouse. Deswegen ist das spannend für uns heute, weil es ja auch darum geht. FischerAppelt sucht ja auch Leute, die eine Kompetenz haben in Sachen Kommunikation per Audio, auch Clubhouse Expertise. Was siehst du denn, Sarik, im Clubhouse? Welche Expertise ist da schon?

[00:05:32] SARIK WEBER: Lieber Peter, ja vielen Dank für die Einladung bei euch sein zu dürfen. FischerAppelt kenne ich ja schon wahnsinnig lange. Auch Andreas und Bernhard habe ich immer wieder getroffen und ich denke, dass wir hier gerade eine ganz neue Ebene sehen, auch was soziales Netzwerken angeht, weil wir eben diese direkte Interaktion haben auf Clubhouse. Wir haben hier damit zum ersten Mal die Möglichkeit, ganz niederschwellig mit praktisch jedem, der hier angemeldet ist, in Kontakt zu treten. Ob das geschlossene Räume sind oder offene Räume. Und eben authentisch zu sein. Nicht irgendwie etwas, was in irgendeiner Weise vorproduziert wurde, aufgezeichnet wurde, von Profis geschrieben wurde in dem Falle, sondern wirklich der Mensch, so wie er ist, in seiner Wirkung, in seinem, mit seiner Stimme, kann hier auftreten. Und das halte ich für extrem interessant, muss ich sagen. Ich hab so ein bisschen das gleiche Gefühl wie damals, als wir Open BC dann ja hochgebracht haben. Ich saß ja ganz am Anfang da zu zweit mit Lars Hinrichs, dem Gründer im ersten Büro, wo wir eingezogen waren im September 2004. Und genau diese Stimmung hab ich jetzt gerade, dass hier etwas ganz Großes entstehen kann.

[00:06:58] PETER TURI: Ja, ist auch mein Gefühl, Sarik. Erkennst du schon im Clubhouse Talente, junge Talente, wo du sagst: Wow, schau mal an, das sind noch nicht so bekannte Namen, aber die werden ihren Weg machen, weil du das einfach siehst im Clubhouse, dass da Talente da sind.

[00:07:14] SARIK WEBER: Absolut. Ich bin sogar soweit sicher, dass hier einige entdeckt werden, weil sie einfach spielerisch Dinge ausprobieren, einfach machen, einfach einladen, Räume eröffnen, spannende Gäste haben, Themen setzen, Dinge anstoßen, einfach aktiv sind. Und ich glaube, das ist

immer viel stärker, als wenn du dich irgendwo bewirbst oder irgendwo sagst, du kannst was. Am besten ist es ja immer du machst es einfach und alle sehen dich und hören dich und können es dann auch direkt beurteilen.

[00:07:51] PETER TURI: Stichwort Talente, junge Kräfte. Ich möchte mal die Svenja vorstellen, ihr Wort geben. Svenja Kordmann, Du bist neu bei turi2, stehst kurz vor deinem Studienabschluss. Stell dich doch mal vor und sag, was du jetzt hier für eine Funktion hast in dieser Runde.

[00:08:09] SVENJA KORDMANN: Danke, Peter. Genau. Ich bin kurz vor Masterabschluss. Fehlt nur noch die Masterarbeit. Nur noch in Anführungszeichen. Ich betreue die, bei turi2 als Werkstudentin die Seite turi2.de/jobs. Da könnt ihr uns auch immer sehr gerne mailen unter der Mailadresse Jobs@turi2.de. Nochmal jobs@turi2.de und wir sind die Partnerbörse der Kreativwirtschaft und ich bin sehr sehr gespannt auf den Abend und freue mich hier dabei zu sein.

[00:08:43] PETER TURI: Ich muss auch gleich mal lobend erwähnen, Svenja, dass du dich bereit erklärt hast. Das ist ja immer das Problem, dass jemand nachts die ganzen Mitschnitte zu einem Manuskript machen muss. Und das ist nicht sehr beliebt in der Redaktion. Das jetzt, da wir ja vier Mal die Woche im Clubraum unterwegs sind. Und da hast du gleich gesagt Das machst du heute mit. Das ist ein Arbeitseinsatz, der vorbildlich ist und den ich natürlich liebe. Ja, jetzt ist noch jemand rübergekommen aus dem Regierungsviertel. Wenn ihr da mal schaut. Blonde Locken, fröhliches Lachen, eine umwerfende Stimme, ein Talent, was mir sofort aufgefallen ist im Clubhouse und zwar die Tessniem Kadiri, Tess willst du dich mal selbst vorstellen?

[00:09:37] TESSNIEM KADIRI: Klar, kann ich machen. Also ich bin hier leider nicht im Regierungsviertel unterwegs, aber im früheren Regierungsviertel. Ich wohne nämlich in Bonn und studiere ja auch, und zwar den Zwei-Fach-Bachelor Medienwissenschaften und Kommunikationswissenschaften. Früher hat man das wohl einfach was mit Medien genannt. Jetzt gibt's da ein Zweifach-Bachelor für. Und nebenbei versuche ich mich journalistisch. Ich würde mich absolut noch nicht als Journalistin bezeichnen. Ich hoffe, dass man irgendwann diesen Begriff schützen kann. Denn ich finde, nicht jeder sollte sich einfach so nennen können. Aber ich denke, dass ich auf dem Weg dahin bin. Und seit ich 15, 14 bin, bin ich deswegen im Lokalradio bei mir in der Jugend Redaktion gewesen. Ich bin in Duisburg geboren und dann hier rüber gezogen nach Bonn und da war ich dann für ein paar Jahre und hab dann angefangen für die Funke-Mediengruppe zu schreiben und mache seit einem Jahr ein Podcast für die und bin seit diesem Monat auch unter anderem als Podcast Moderatorin bei turi2 dabei und bin sehr gespannt. Also FischerAppelt lerne ich gerade auch kennen. So, Nico hat ja gesagt, das muss man als Journalist, als Journalistin anscheinend kennen. Ich lerne grad auch kennen, finde es total spannend und gucke auch den Rest der Runde sehr interessiert an, weil alle so viel Wissen für sie mitbringen. Also ich bin sehr gespannt auf die Runde.

[00:10:47] PETER TURI: Ja, danke Tess, Du bist 19, muss man dazu sagen. Von daher Andreas ist es glaube ich. Ist sie entschuldigt dafür, dass sie Fischer Appelt noch nicht kennt, oder?

[00:10:58] ANDREAS FISCHER-APPELT: Aber klar, natürlich auf jeden Fall. Toll, ich wusste doch gar nicht so genau, dass man in Bonn dieses Doppel-Studium machen kann, und das finde ich sehr interessant, werd ich mir gleich mal angucken. Also ganz spannend.

[00:11:12] PETER TURI: Andreas, so viele junge Leute da. Das erinnert dich vielleicht an deine eigene Zeit. Wie war der Beginn von FischerAppelt? Wie kam es zu dieser Agentur, die heute, ich würde mal sagen, eine führende Content-Marketing, erweiterte PR Agentur in Deutschland ist, mit 700 Mitarbeitern, die ständig Mitarbeiter sucht. Deswegen sind wir hier zusammen. Ob wir mal die Clubhouse Community und eure PR Agentur zusammenbringen können, ob wir da vielleicht ein paar Jobs vermitteln können sogar. Aber sag mal, wie das war, als du Student war. Wie kommt man

auf so eine Idee, eine PR-Agentur zu gründen?

[00:11:47] ANDREAS FISCHER-APPELT: Peter Ja, das war. Wir hatten uns im Vorgespräch kurz unterhalten. Es war im Prinzip, und zwar die Frage: Gibt's heute noch Schülerzeitungen? Wir hatten eine Schülerzeitung gemacht, auch schon ziemlich professionell und da so das Magazin-Machen gelernt und dann mit den Erlösen. Wir haben ja auch ziemlich viel Geld eingenommen. Das kam noch dazu, weil die für viele Schulen war. Haben wir es... Sind wir zu einem Händler gegangen und haben 1986 einen Apple Macintosh gekauft mit dem Programm QuarkXPress und fertig war das Desktop Publishing Studio. Und wir waren dann, glaub ich ja einer der ersten überhaupt, die Desktop gepubliert haben. Und mit diesem Wissen haben wir die Agentur aufgemacht. Ganz einfach.

[00:12:30] PETER TURI: Fragen wir nochmal, Fragen wir doch mal unsere zwei Studenten Svenja oder Tess. Gibt's heute noch Schüler- oder Studentenzeitungen? Ich weiß es gar nicht.

[00:12:40] TESSNIEM KADIRI: Also ich kann auf jeden Fall sagen, dass ich es sehr vermisst habe an meiner Schule, weil mein Bestreben immer war, an einer Schülerzeitung mitzuwirken. Aber tatsächlich war das aus finanziellen Gründen, das war zumindest der Grund, der genannt wurde, in meiner Schule nicht möglich. Ich weiß aber das mittlerweile. Und ich finds so schade, dass ich jetzt nicht mehr in der Schule bin. Also das bereue ich sehr - ein Podcast Projekt entstanden ist auch während Corona. Ich glaube im Januar sogar schon wurde das Ganze gestartet und jetzt hat meine Schule einen eigenen Podcast und ich bin nicht mehr da. Aber diese Schülerzeitung, für die habe ich lange gekämpft und es hat einfach nicht funktioniert. Also leider ist es nicht normal, dass man die Schülerzeitung hat, ne.

[00:13:20] PETER TURI: Okay, danke dir. Andreas, jetzt muss ich mal einen großen Sprung machen. Wie viele Jahre ist das her? 30 oder so? Wo steht ihr jetzt? Und wie kann es sein, dass man so aus kleinsten Anfängen immer da an der Spitze ist und immer innovativ ist und immer ausbaut als PR-Agentur? Was ist das durchgehende Erfolgs-Motiv bei euch gewesen?

[00:13:39] ANDREAS FISCHER-APPELT: Es war halt so, du musst halt irgendwie mit einer neuen Idee kommen und unternehmerisch ticken und dann, wenn eine Branche schon besteht. Das war ja die PR-Branche, die Werbebranche, das gab's schon. Und dann musst du halt eine Idee bringen. Wir haben Kreationen in die PR-Branche gebracht und heute versuchen wir im Prinzip eigentlich gerade Technologie und digitale Themen wieder in die PR-Branche und in die überhaupt Agentur-Branche zu bringen. Das sind dann so Themen wie digitale Media- oder Marketing-Technologien, also z.B. Marketing-Abteilung sozusagen digital aufzustellen, die dabei zu beraten. Und das sind eben Themen, die eigentlich neu entstanden sind. Und wir versuchen uns immer, diesen neuen Themen wieder anzunehmen.

[00:14:27] PETER TURI: Eugenia, was macht ihr? Was für Leute braucht ihr? Seid ihr selber im Clubhouse? Habt ihr Audio Projekte? Habt ihr Projekte, wo ihr sagt: Hier, wir suchen einfach Leute?

[00:14:37] EUGENIA LAGEMANN: Hey. Ja total. Wir waren... Wir haben das beobachtet. Als Clubhousen an diesem einen Wochenende im Januar so steil ging, sag ich jetzt mal. Und waren natürlich sofort dabei. Haben uns da alle auf die Plattform gesetzt und auch FischerAppelt war ganz schnell da. Hatten dann auch die ersten Talks schon in Woche 1 mal so ein bisschen warm zu werden mit dem Kanal und haben gemerkt, genau wie man sozusagen hier auch sieht: Da entsteht etwas total Neues, da entsteht etwas, was es so nicht gab und was vielleicht auch echt gerade den Zeitgeist absolut trifft. Und wir haben mit den Kunden ganz schnell auch drüber gesprochen über diese ersten Erfahrungen aus Woche 1 und haben diverse Kunden, die gesagt haben: Ja, da sind wir mit dabei, das wollen wir auch mal testen. Und so sind inzwischen schon ganz ganz viele

Clubhouse-Projekte entstanden, die wir umsetzen für unsere Kunden, dann mit unseren Kunden. Genau für die braucht man natürlich immer Leute, die den Kanal vielleicht noch ein bisschen besser verstanden haben oder nochmal eins weiter schon gedacht haben. Insofern: ja mega spannend hier zu hören, was, was ihr da so für Ideen habt.

[00:15:40] PETER TURI: Erzähl doch Eugenia mal vielleicht ein Projekt, ein typisches Projekt wie geht so ne PR PR-Agentur... Was, wie nennt ihr euch eigentlich selbst?

[00:15:48] EUGENIA LAGEMANN: Ja, ich wollte sagen, ich bin schon beim Wort PR hab ich schon leichte Gänsehaut. Nein, weil das so wenig noch stimmt. Also natürlich ist unsere DNA PR. Und PR meint für mich ganz viel ein Verständnis von Earned Media. Aber wir machen natürlich ganz, ganz viele andere Sachen. Und ich würde behaupten, PR ist auf gar keinen Fall das Zentrum mehr, sondern Kommunikation an sich und PR ist ein weiterhin existierender starker Kanal, der aber ergänzt wird um um ganz viele andere. Genau so ein typisches Projekt bei uns ja, Gott. Ich sag mal so, das ist ganz schwierig zu sagen, was so das Typische ist. Ich glaube, weil genau unsere Kommunikationsbranche eben anders als die Werbung nicht auf einen Kanal festgelegt ist. Bei uns ist. Es gibt ein kommunikatives Problem. Das ist sozusagen typisch. Das kann anfangen bei: wir haben ein Reputations-Thema oder wir haben ein Produkt, das neu ist, aber keiner möchte darüber reden. Es ist eigentlich total toll und es wird die Welt besser machen. Was tun wir denn jetzt? Wir haben ein Problem und wir versuchen es kommunikativ zu lösen und sind sehr, sehr stark daran, darüber nachzudenken, welcher Kanal, welche Botschaft, welche Idee helfen, sozusagen dieses Problem zu lösen. Das ist eigentlich unser Job.

[00:17:04] PETER TURI: Andreas, Eine Ergänzung von dir, sonst würde ich mal die Fragerunde freigeben. Entweder jemand von der Bühne, jemand oben vom Podium oder auch jemanden von aus den Zuhörern. Welche Fragen habt ihr bezüglich Jobs bei FischerAppelt? Tess, Svenja, Ihr Jungen, was interessiert euch an einem PR Job? Ihr wollt vielleicht gar nicht in die PR oder in die Kommunikation? Sagen wir es genauer. Aber es gibt ja nun viele Journalisten, die in die Kommunikation gegangen sind. Ich sehe, hier unten im Publikum sitzt der, sitzt der Jens Twiehaus, der lange bei turi2 die Videos gemacht hat und von dem ich den schönen Spruch in Erinnerung habe: lieber verhungere ich, als dass ich eine unsaubere Sache mache. Und er ist jetzt auch in die Kommunikation gewechselt. Also, was machen wir denn? Was macht den Job so attraktiv? Ist es einfach nur das Geld, dass Journalisten in die Kommunikation gehen? Andreas, Eugenia: Wie lockt ihr Journalisten zu euch? Wenn sie, wenn sie von der Ausbildung her Journalisten sind, mit welchen Argumenten auch finanzieller Art?

[00:18:08] EUGENIA LAGEMANN: Ich glaube. Also was heißt locken? Das hört sich so an, als ob wir krampfhaft auf der Suche wären nach nach Leuten. Aber ich glaube, es kommen ganz viele auf uns zu und sagen Mensch, krass! Ihr macht ja echt total spannende Sachen. Was ihr alles publisht für Kunden, das ist ja total toll. Da möchte ich auch dabei sein. Große Magazin Projekte, die on going sozusagen laufen, aber parallel auch Jobs, die Media Relations adhoc erfordern und wo man sozusagen eine breite Spielwiese hat. Also ich glaube die Vielfalt des Jobs bei uns auch als Journalist, die reizt Leute nach Jahren vielleicht klassischen redaktionellen Arbeitens. Das ist natürlich bei uns total vorhanden. Konzeptionelles Arbeiten, Krisen-Themen, Publizieren, Redaktionskonferenzen leiten das ist halt sozusagen alles parallel und das über alle Branchen hinweg. Also mal ist es die Pharmabranche, mal ist jemand aus dem Automobilbereich. Das ist, glaube ich, extrem vielfältig. So und finden scheinbar viele spannend.

[00:19:10] PETER TURI: Sind denn die Leute bei euch, die bei euch arbeiten, eher aus dem Journalismus oder haben die gleich sowas studiert? Kommunikation andere wie z.B. Kai Diekmanns Agentur - Wie heißt die noch, StoryMaschine, ist ja echt so konzipiert, als Auffangbecken für ausgeglühte Bild-Redakteure. Wo kriegt ihr ihre Leute, eure Leute her? Sind die auch zum Teil von Bild?

[00:19:31] EUGENIA LAGEMANN: Also haben wir auch genau. Also ich glaube aber auf jeden Fall nicht allein. Ich mein für diese Aufgaben geht es gar nicht. Wir können nicht alleine mit Leuten arbeiten, die einen journalistischen Background haben. Wir brauchen Leute, die sehr digital ticken, also die aus dem Social Bereich kommen. Wir brauchen Leute, die sehr strategisch denken. Deswegen haben auch viele Strategen bei uns und wir haben natürlich auch Leute, die sehr beratungslastig unterwegs sind, die haben ganz andere Hintergründe, die haben auch mal BWL studiert oder viele Geisteswissenschaftler, die sozusagen zu uns kommen und eher grundsätzlich über Fragen nachdenken. Und aus dieser Mischung formen wir auch Teams, die über diese Fragestellung nachdenken. Das kann gar nicht einer eine beantworten. Dafür sind die Fragen aufwartete geworden.

[00:20:14] ANDREAS FISCHER-APPELT: Das ist vielleicht auch das Besondere. Ist heute ja das eigentlich. Als ich angefangen hab, da war man so als generell Generalist gut. Heute braucht es nämlich viele Experten für Kommunikation, die dann zusammenarbeiten können, weil das Gebiet so vielfältig ist. Als Beispiel: Wir machen, wir haben, ich glaube im Moment etwa vielleicht 50 Journalisten, die journalistische Herkunft haben, aber 700 Mitarbeiter insgesamt. Und da gibt es eben welche, die drehen Filme über die neue S-Klasse oder machen eine Show darüber, wie man Unimogs repariert und solche Geschichten. Da sind auch Journalisten gefragt. Aber die arbeiten mit Producern, mit Filmern, mit Social Media Leuten, mit Publishern und anderen zusammen, um diese Filme dann auch zu promoten. Das ist mal ein Beispiel. Oder wir haben Digital-Experten, die messen, was Zielgruppen gerade sehen, was sie interessiert und bringen den Content da rein. Also sehr vielfältig das Business.

[00:21:15] PETER TURI: Jens, du bist jemand, der ausgestiegen ist aus dem Journalismus jetzt bei Scholz & Friends, darf man glaube ich sagen, in Berlin arbeitet. Kannst du anderen Journalisten diesen Weg empfehlen oder sagst du ich denke jeden Tag mit Wehmut zurück an die Zeit, als ich noch Journalist war. Wie sieht es aus bei dir? Schön, dass wir uns wiedersehen.

[00:21:37] JENS TWIEHAUS: Ich denke gerne zurück an die Zeit als Journalist. Aber Wehmut ist da gerade nicht dabei, weil es auch so spannende Zeiten für mich gerade sind. Ich bin ursprünglich zu einer Werbeagentur gewechselt, weil ich tatsächlich dachte, dass es ganz viel mit Werbern zu tun habe. Hat sich herausgestellt. Ist doch ein bisschen anders, weil auch bei Scholz & Friends ist es so, dass Werbung gar nicht mehr so, das einzige ist und das Nonplusultra. Ich mach eigentlich eher Content Marketing. Und das Spannende jetzt in diesem neuen Umfeld ist, dass ich mit ganz anderen Menschen auf Kundenseite zu tun habe. Also dass ich jetzt mit Menschen aus Bundesministerien, wir arbeiten relativ viel für Bundesministerien, zusammen sitze und da also Einblicke in Prozesse bekomme, die man jetzt so als Journalist jetzt nicht unbedingt hat, man ist da nicht in Videokonferenzen mit mit Referenten z.B. aus Bundesministerien. Also es ist eine andere Form des das dicht-dran-seins, würde ich sagen.

[00:22:46] PETER TURI: Ja und ich denke mal die Knetchen Frage ist ja auch gut beantwortet, wenn man vom Journalismus in die Kommunikation wechselt. Ich nehme mal an, du verdienst jetzt ungefähr das Doppelte gegenüber früher oder?

[00:22:58] JENS TWIEHAUS: Jetzt stell mal den Verdienst bei turi2 nicht so unter den Scheffel, also es einfach ein bisschen anders. Früher hab ich frei gearbeitet, heute bin ich fest angestellt. Also von daher ist die Kalkulation jetzt so ein bisschen eine andere. Also ich bin zufrieden, so wie es momentan ist. Aber ich kann auch alle sagen, die sich für einen Job bei turi2 interessieren. Auch da verdient man gut.

[00:23:26] PETER TURI: Ja, Andreas, Eugenia befragen wir. Da stellen wir doch mal die Knetchen. Frage Was verdient man bei euch? Also was kriegten Berufseinsteiger wie die Svenja,

Master? Was verdient die 3, 3,5, 4, 2,5? Keine Ahnung. Ich weiß, was sie bei uns verdient. Sie ist zufrieden. Wir sind auch zufrieden mit ihr. Aber kann man sagen, ist das noch so, dass in der Kommunikation einfach grundsätzlich mehr gezahlt wird als im Journalismus?

[00:23:52] EUGENIA: Nee, also ich glaube nicht. Ohne genau zu wissen, wie ihr sozusagen startet im Berufseinstieg kann ich von uns berichten, dass wir alle Leute am Anfang ausbilden, ob Master oder Bachelor. Das hat dann unterschiedliche Spannen. Aber wir bilden aus und wir investieren in dieser Zeit immens in die Leute, weil wir die sozusagen schulen mit allem, was man braucht, um wirklich in den Austausch wirklich mit Kunden zu gehen, die natürlich auch von uns erwarten, wenn man als FischerAppelt Mitarbeiter da ankommt, dass man ein wirklich on point und auch sozusagen am Zeit, am Puls der Zeit sie beraten kann. Und da stecken wir relativ viel rein und deswegen ist bei uns der Start in dem Beruf immer mit einem Traineeship sozusagen verbunden. Und das ist was, was wir jetzt über die letzten über 30 Jahre so gemacht haben. Und das hat sich extrem bewährt. Wir haben einen spitzen Nachwuchs. Die Leute, die bei uns das Traineeship gemacht haben, die bleiben und die bleiben noch lange, die bilden wir auch vor allem für uns selber aus und für für viele Jahre, die sie dann bei uns bleiben. Also insofern genau startet man bei uns mit dem Traineeship und nicht mit sozusagen dem Einstieg direkt als Berater oder was man da jetzt vielleicht Vergleichbares sich vorstellen könnte meint.

[00:25:05] ANDREAS FISCHER-APPELT: Man kann aber auch sagen, dass dann normalerweise eine Agentur, die Karriere und auch die Gehaltsentwicklung relativ schnell geht. Und wir versuchen, dass insbesondere - das ist vielleicht was Besonderes bei uns - dass wir relativ viel Verantwortung weitergeben und auch eine relativ große Transparenz machen. Das heißt also, auch junge Mitarbeiter, die noch nicht lange dabei sind, haben die komplette Transparenz in alle Systeme und wissen, wie die Zahlen sind und kennen eigentlich alles. Das ist nicht in allen Agenturen so und können auch alle Systeme nutzen. Und nach anderthalb Jahren oder so ist man schon dabei, auch mal jemand auszubilden. Und man wird auch schon relativ schnell dann sagen wir mal, kommt man weiter, wird Senior Berater und es gibt eben auch viele Mitarbeiter. Und ich bin auch ganz froh, selbst Eugenia, du hast auch mal schon ein paar Jahre hinter uns und Eugenia ist heute Geschäftsführerin geworden. Bei uns in der wichtigsten größten Agentur, der PR Agentur und sehr erfolgreich. Deswegen bin ich auch sehr glücklich. Da hat man gar nicht mehr so viel zu tun mit vielen Dingen, weil alles selbstständig gemacht wird.

[00:26:14] PETER TURI: Andreas, Du hast mir im Vorgespräch erzählt, dass hier über 200 zum Teil große Kunden habt. Wie viele davon haben das Clubhouse schon für sich entdeckt? Was für Projekte machen die? Und was für Leute braucht ihr jetzt für eure Clubhouse Projekte? Kann natürlich Eugenia gerne antworten. Sorry.

[00:26:32] ANDREAS FISCHER-APPELT: Ich kann mal was. Ein Beispiel: Wir hatten gerade im Vorstand Talk mit Vertretern des Handels. Das waren alles CEOs. Aber auch nicht nur von, sagen wir mal großen Handelsketten, sondern auch von Start-Ups, die erfolgreich sind. Das ist mal ein Beispiel. Ich sehe nur, dass das eben gerade bei Unternehmenslenker sehr gut ankommt und die sich auch wirklich da ein bisschen raus trauen. Genauso wie bei LinkedIn. Das sieht man auch, wenn man mal das Profil von Herrn Diess anguckt. Ist ja schon bekannt, dass da richtig investiert und viel Zeit drauf gibt. Und diese Transparenz finde ich auch wirklich beeindruckend. Und daraus ergibt sich dann auch für viele Beratungsbedarf, Projektbedarf, agenturbedarf.

[00:27:23] EUGENIA LAGEMANN: Also Projekte total verschiedener Natur. Also wir haben z.B. unseren Kunden Ben&Jerry's, das ist ja bekanntermaßen eine gut schmeckende Eiscreme-Marke, die als Social Business immer schon aufgebaut wurde und die pflegt tatsächlich jetzt einen intensiven Dialog ihrer Mitarbeiter, weil das nochmal extrem spannend ist. Die Themen, die in den USA bekannt, aber in Deutschland noch nicht so rübergekommen sind, hier nochmal im direkten Dialog sozusagen zu kommunizieren. Also was steckt eigentlich hinter dieser Social Mission?

Warum? Was war der Plan? Wo wird produziert? Was ist das Ziel hinter allem? Und das kann man natürlich in so einem Format auf Clubhouse ziemlich gut tun. Und ein anderes Beispiel ist, dass unser Kunde Apollo Optik. Da ist der CEO extrem sozusagen kommunikativ und nutzt jetzt die Plattform, um tatsächlich auch in Austausch zu gehen, auf Augenhöhe mit anderen, aber auch natürlich in den Dialog mit Leuten, die zuhören und die nochmal Impulse reinbringen oder vielleicht aufnehmen wollen. Und da sind sozusagen ganz, ganz unterschiedlichste Ziele mit verbunden und vielleicht auch Größen, die dann zuhören. Mal ist das bisschen intimer. Mal sind das große Crowds, die zuhören, aber es gibt da sozusagen ja ein buntes Potpourri an Möglichkeiten, wie man Clubhouse für sich nutzen kann.

[00:28:46] PETER TURI: Was ist denn eure Prognose wo das Clubhouse sich hin entwickelt. Wird das sozusagen ein wichtiger Zweig in der PR oder verschwindets wieder. Wenn die Pandemie vorbei ist.

[00:29:00] ANDREAS FISCHER-APPELT: Also der Hype nimmt gerade wieder ein bisschen ab. Man merkt das, es gibt wenig Räume, wo noch über 500 Teilnehmer sind, aber ich glaube, dass da eben diese Dialog Plattform. Das Interessante ist ja, den Dialog zu führen, irgendwann zu öffnen. Und das nervt mich gerade unheimlich bei diesen ganzen Digital Events, dass das alles Monologe sind. Und da ist das hier eine erfrischende Alternative. Und ich glaube deswegen, dass das eine gute Basis weitergeben wird.

[00:29:28] MARKUS TRANTOW: Dialog ist ein gutes Stichwort, denn wir haben Halbzeit bei Jobs@turi2, der Partnerbörse der Kreativwirtschaft. Wir sprechen heute über Jobs. Bei der Hamburger PR Agentur Fischer Appelt. Eben haben wir so ein bisschen in die Geschichte geguckt. Und jetzt heißt es für euch, liebe Community, Hände hoch, wenn ihr mitreden wollen, wenn ihr Fragen, Anmerkungen an unser Podium habt und auf dem Podium sind Andreas Fischer-Appelt, haben wir eben gehört, der kluge Kopf und Mitgründer der gleichnamigen PR-Agentur, Eugenia Lagemann ist da, Geschäftsführerin von Fischer Appelt Relations. Der Fachjournalist Nico Kunkel ist auf dem Podium, Sarik Weber, der hat Xing mitgegründet. Heute ist er Investor und macht auch regelmäßige Clubhouse Talks. Und von turi2 sind Svenja Kordmann, Tess Kadiri und Peter Turi da. Wichtige Info noch: Wir zeichnen diese Gesprächsrunde auf. Sie erscheint morgen früh noch, morgen früh schon als Podcast auf turi2.de, den anderen Podcast Plattform und bei YouTube und dann tippen wir das Ganze auch noch ab. Die Mitschrift kommt morgen Nachmittag und jetzt bitte eure Hände hoch.

[00:30:32] SARIK WEBER: Danke dir, Markus. Andreas, darf ich noch ganz kurz direkt was dazu sagen, bevor jetzt sozusagen die anderen mit aufs Podium kommen? Ich bin nicht der Meinung, dass der Hype abnimmt. Ich hab da eine andere Meinung zu. Du hast recht, das ist nicht so viele große Räume gibt. Aber es gibt von der Anzahl der Räume deutlich mehr Räume und die Downloadzahlen steigen international und auch in Deutschland weiter massiv an. Also ich glaube nicht, dass der Hype abnimmt. Im Gegenteil, ich glaube, dass wir noch viel, viel mehr sehen werden hier auf Clubhouse an denen, die mitmachen. Und es wird sich aber natürlich anders darstellen. Es wird viele kleine Räume geben, auch kleinere Gruppen, viele Themen. Also es wird etwas mehr auffächern. Aber ich denke, dass wir auch, selbst wenn jetzt die Temperaturen steigen und das Wetter besser wird, werden wir weiter eine starke Wachstumsgeschwindigkeit hier sehen auf Clubhouse.

[00:31:30] ANDREAS FISCHER-APPELT: Ich traue da deiner Kompetenz und ich glaube es auch, weil ich sehe ähnliche Tools, übrigens auch beim Nachwuchs, die ständig genutzt werden jeden Abend. Ich glaube, das ist ganz hervorragend, um sich in Gruppen auszutauschen. Deswegen ist es auch super einfach, ist selbsterklärend. Deswegen glaube ich auch, dass das eine gute Zukunft hat. Clubhouse.

[00:31:52] SVENJA KORDMANN: Ich hab auch noch ne Frage und zwar: Eugenia, du hast ja

vorhin auch schon den Begriff Potpourri genannt. Und zwar habe ich mir ein bisschen eure Karriere-Seite von FischerAppelt mal angeschaut. Ganz viele schöne Sachen gefunden. Unter anderem eben auch Potpourri aus verschiedensten Menschen und Kulturen und Kompetenzen. Oder auch den Spruch "Bei uns kannst du so sein, wie du bist." Mögt ihr vielleicht mal ein bisschen was darüber erzählen, wie das Betriebsklima bei euch ist oder die Unternehmenskultur? Das finde ich auch ganz spannend.

[00:32:23] EUGENIA LAGEMANN: Klar, das ist ja auch am Ende einer, wenn nicht der wichtigste Punkt, warum man irgendwo vielleicht auch länger bleiben möchte. Genau. Also unsere Kultur ist, wie ich schon meinte, sehr freiheitlich. Das heißt das, dass da auch ganz, ganz diverse Leute aufeinandertreffen und das auch bewusst. Wir gucken schon, dass alle dieselben Werte vertreten. Aber wenn man diese Werte vertritt, also Werte wie natürlich Toleranz und auch ein gewisses Entrepreneur-Gen und auf Zack sein und lösungsorientiert, pragmatisch, danach sozusagen ist es der Diversität sozusagen keine Grenze gesetzt. Und das versuchen wir auch zu kultivieren, indem wir wirklich gucken, dass wir bei den Teams eben ganz unterschiedliche Hintergründe haben, wenn wir sie zusammenstellen, bei Lösungen, die gefunden werden müssen, reicht das nämlich eben nicht, wenn man aus einer Schiene nur drüber nachdenkt. Und genau diese Kultur kultivieren wir über die verschiedensten Kommunikations Formate aber natürlich Tool-seitig und versuchen da auch jeden Tag besser zu werden. Da sind wir auch noch nicht am Ende der Fahnenstange. Aber ja, Diversität ist da sicherlich ein Faktor der Zukunft, den wir auch auf dem Schirm haben.

[00:33:34] PETER TURI: Ich war mal so frei und hab da noch nicht so viele Meldungen sind von unten. Scheinbar sind wir noch ein bisschen unter uns. Ich sehe viele bekannte Gesichter. Es sind jetzt noch nicht so viele Bewerber da. Vielleicht wird das in der Beziehung jetzt ein Reinfeld. Vielleicht hören sie aber auch morgen erst in den Podcast rein. Vielleicht kommt ihr irgendwann mal wieder, Andreas und Eugenia, wenn mehr Bewerber da sind. Jetzt hab ich. Ich war mal so frei und hab einfach einen Wettbewerber von euch auf die Bühne geholt. Und zwar den Tilo Bonow. Den kennen viele als Vorkämpfer hierfür PR für Start-Ups. Und ich will ihn mal fragen, Tilo, wie wichtig ist für deine Kunden und für dich Clubhouse? Und suchst du vielleicht auch irgendwelche Leute oder wie ist überhaupt die Personal Lage bei euch?

[00:34:19] TILO BONOW: Vielen Dank lieber Peter. Ich bin definitiv Clubhouse Fan, oute mich da gerne und ich bin da ganz auch bei Sarik, dass ich sage es hat gerade erst angefangen. Wir dürfen hier nicht vergessen, dass wir aktuell unter uns I-Phone Nutzern sind und die großen 80 Prozent der Android Nutzer erst noch wahrscheinlich bis Jahresende dazukommen. Insofern das darf man ja auch bei der Rechnung nicht ganz vergessen und außer Acht lassen. Und wir sehen ja heute schon, dass Marken und Kunden sich positionieren. Es gab, neulich habe ich gesehen, Ben&Jerrys hat hier ein Ice-fluencer präsentiert und dort eine Runde veranstaltet. Ich sehe das bei unseren Kunden, die dann ein Panel zum Thema Fintech zu anderen Themen sich dort positionieren und dort regelmäßige Formate aufsetzen. Also ich glaube, das ist schon auch für die Kommunikation und die PR ein ganz, ganz toller Kanal, auch z.B. wenn es um das Verlängern von Podcasts geht oder ähnliches. Ihr macht es ja auch nicht nur, lieber Peter, nur jetzt hier auf Clubhouse, sondern wie du gerade gesagt, dass ihr verlängert, dass ja auch auf anderen Medien. Zum Thema Team und Talente. Aktuell natürlich haben wir auch einige Stellen zu besetzen. Ich glaube um die 10, die gerade offen sind, von Senior Kollegen bis hin zu Nachwuchs. Insofern da geht es uns sicherlich nicht anders wie den Kollegen von FischerAppelt. Aber das Schöne ist natürlich, dass heutzutage ja auch wir von Anfang an vor Corona schon auch Remote und Homeoffice mäßig sehr gut aufgestellt waren, insofern da nicht nur auf den Standort Berlin, wo ja unsere Zentrale sozusagen ist, angewiesen sind, sondern auch im ganzen DACH Recruiting machen können. Und das ist uns jetzt gerade derzeit auch etwas, was Bewerberinnen und Bewerber sehr, sehr gerne annehmen. Und wir haben das große Glück, dass du dich 100 Prozent fokussiert sind auf die Innovationstechnologie-Wirtschaft und da natürlich ein sehr klares Themen-Portfolio haben und Kolleginnen, die sich da auch interessieren.

[00:36:21] PETER TURI: Tilo, eine Frage: Hast du schon Talente, Mitarbeiter gefunden, gewonnen hier im Clubhouse?

[00:36:27] TILO BONOW: Wir haben aktuell drei Bewerbungen, die über Clubhouse Präsenz kam. Aber ich muss dazu sagen, da wir da generell sehr offen sind im Social Media Bereich. Wir haben auch jetzt gerade vor zwei Wochen jemanden eingestellt, der sich bei mir über Twitter gemeldet hat. Also nicht nur Clubhouse, aber ja, auch Clubhouse. Definitiv ja.

[00:36:45] PETER TURI: Ich habe jetzt mal den Lars auf die Bühne geholt. Lars Cords, willst du dich eventuell bewerben bei FischerAppelt oder was willst du uns sagen?

[00:36:55] LARS CORDS: Das wäre dann ja ein nach Hause kommen. Andreas und Bernhard Fischer-Appelt und der ganze FischerAppelt-Gruppe war ja mein eigenes berufliches Elternhaus. Und insofern wollte ich auch tatsächlich Andreas und Eugenia ein bisschen zur Seite springen und allen Bewerberinnen und Bewerbern hier im Raum zurufen, dass ihr unbedingt eure Fragen stellt und euch ein bisschen profiliert für dieses tolle Haus. Denn ich glaube, wenn sich FischerAppelt nicht groß verändert hat, seit den 14 Jahren, wo ich da war. Und seitdem weiß ich gar nicht neun Jahren, die ich jetzt nicht mehr da bin, dann ist es immer noch ein tolles Haus, um dort zu arbeiten, sich vor allen Dingen persönlich zu entwickeln und bestmöglich gefördert zu werden. So hab ich es jedenfalls erfahren. Und insofern das ein bisschen als Schützenhilfe und dir Peter Turi Ganz vielen Dank für dieses tolle neue Format. Bin gespannt, wie sich das durchsetzt. Und dann wollte ich meinem Kollegen Jens zur Seite springen und die Gelegenheit nutzen, darauf hinzuweisen. Es sind jetzt ja bestimmt so viele interessierte Bewerberinnen und Bewerber hier im Raum, die FischerAppelt alleine gar nicht aufnehmen kann, wenn sie sich bei ihnen bewerben. Und deswegen der Tipp: Bewerbt euch einfach parallel gleichzeitig auch bei Scholz & Friends. Wir haben im Moment glaube ich, über 50 offene Stellen, dass wir einen ganz guten Lauf haben. Und der Geschäftsentwicklung ist ja durch die Branchen Medien ausreichend bekannt. Also insofern macht einfach aus der Chance eine doppelte und es sind bestimmt genug Bewerber innen für alle da in Anführungsstrichen, wenn ihr euch bei FischerAppelt und Scholz & Friends gleichzeitig bewirbt.

[00:38:29] PETER TURI: Super Lars, das war jetzt ein echter Guerilla-Marketing-Stunt. Ne, du kommst auf die Bühne, lobst FischerAppelt, aber nur um zu sagen: Bewerbt euch, liebe Leute bei uns. Das heißt, auch ihr sucht Leute in der Kommunikationsbranche. Ist nicht diese schlechte Stimmung wie in den Medien, bei den Journalisten selbst?

[00:38:48] LARS CORDS: Nein, man muss, denke ich, im Moment in der jetzigen Corona-Zeit vorsichtig sein und mit aller Demut über seine eigenen Geschäftsentwicklungen zu sprechen. Denn wir wissen natürlich, dass es Marktteilnehmer gibt, die im letzten Jahr ein schwieriges Jahr hatten und Umsatzrückgänge hatten, Kundenverluste hatten. Und das nicht selbstverschuldet, sondern durch die Rahmenbedingungen die Corona allen auferlegt. Und wenn man da das Glück hatte und ein bisschen wie gesagt Fortune, da besser durch zu surfen und eventuell auch aus Grund diesen konkreten Krisen-Clustern nicht so viele Kunden zu haben, dann ist das ja etwas, was man sich eigentlich nicht wirklich selbst verdient hat und da muss man ein bisschen leise drüber sprechen. Es ist aber tatsächlich der Punkt, dass wir im Moment sehr wachsen und deswegen sehr, sehr gerne auch offen sind. Gerade für die Talente, die im Moment eine neue Heimat suchen, wenn es eben in anderen Bereichen im Moment kriselt. Aber das ohne jedes Triumphgeheul, sondern wirklich mit aller Demut wir hier auch selber ja noch zuschauen, wie sich die Geschäfte jetzt für 2021 und speziell 2022 weiterentwickeln.

[00:39:52] PETER TURI: Ja, vielen Dank, Lars. Jetzt haben wir praktisch für alle Bewerber. Ich sehe jetzt unter den 120 oder 150 Leuten unten sehe ich jetzt auch einige junge Gesichter. Vielleicht trauen sie sich nicht, jetzt hier auf die Bühne zu kommen. Wir haben einen Prozess hinterlegt, und

zwar indem wir einfach die Adresse. Svenja kann's nochmal erklären Jobs@turi2.de eingerichtet haben. Auch eine Seite turi2/jobs. Da könnt ihr, wenn ihr vielleicht euch jetzt noch nicht traut, euch zu melden oder auch nicht wisst, welche von den drei Agenturen, die jetzt inzwischen hier auf der Bühne sind, euer Herzblatt ist, dann könnt ihr einfach ne Mail an die Svenja schicken. Ansonsten meldet euch gerne.

[00:40:35] SARIK WEBER: Lieber Peter, ich wollte dich nur ganz kurz bitten. Versuch doch mal, den Paul Ripke auf die Bühne zu bekommen. Das ist ein ganz toller, kreativer Kopf und der hat einen fabelhaften Podcast. "Alle Wege führen nach Ruhm" und er ist auch ein absoluter Experte. Also wenn du das schaffst, ihn zu motivieren, dass er uns hier vielleicht beehrt, indem er uns auch ein bisschen erzählt, wie er Clubhouse sieht, das würde mich sehr freuen.

[00:41:04] PETER TURI: Ich würde sagen, wenn er aufzeigt nehmen wir ihn hoch. Zwingen tun wir niemand, weil ich kenne das. Wenn du eigentlich nur zuhören willst, dann wirst du wegen dem, was dann ein Boost gibt an Zuschauern. Das ist nicht das Ding, was turi2 sucht, dass jetzt da die Massen kommen. Also wenn Paul Lust hat, hochzukommen, vielleicht was dazu zu erzählen, wie er mit Kommunikationsagentur zusammenarbeitet, was für ihn vielleicht eine moderne Art von Kommunikation, Werbung, Informationsvermittlung ist. Gerne. Aber ich würde es nur machen, wenn der Paul die Hand hebt. Okay für euch?

[00:41:37] SARIK WEBER: Völlig okay. Wobei man ja so ein Ping auch ablehnen kann, aber das machst du. Und in dem Zuge vielleicht noch ganz kurz noch ein Hinweis, weil ihr ja auch Jobs hier vorstellt. Und Lars, du suchst auch. Wir hatten ja auch schon das Vergnügen. Du warst schon Gast in meinem Talk und Tilo, wir haben ja die erste Jobbörse auf Clubhouse gegründet mit dem Jobhouse und ihr seid wahnsinnig gerne und herzlich eingeladen. Jeden Morgen werktätlich um acht Uhr. Vielleicht kommt ihr mal zu uns und stellt einfach nur ganz kurz die Jobs vor, die ihr da gerade offen habt. Ich glaube, gerade jetzt in der Zeit ist das sehr, sehr hilfreich, wenn auch gerade die Unternehmer selber das kurz dort vorstellen. Und wir haben sehr viele Vermitteln schon, Vermittlungen gehabt. Also von daher nutzt das doch sehr gerne. Seid herzlich eingeladen.

[00:42:30] PETER TURI: Super schon der zweite Guerilla-Marketing Act. Erst kommt der Lars auf die Bühne und und nimmt dem Andreas die Bewerber weg, womöglicherweise in der Eugenia. Aber vielleicht fusionieren wir die Sachen oder die weisen gegenseitig darauf hin. Wir wissen ja auch noch nicht, wie sich das entwickelt. Hier ist natürlich eine Fach-Börse für die Kommunikations-, Kreativwirtschaft. Ihr habt einen breiteren Ansatz. Ihr seid morgens um acht schon wach. Wir schlafen bis abends um 19 Uhr, bevor wir ins, oder lassen alle arbeiten, bevor wir einladen. Tilo hatte sich gemeldet und von unten zeigt auf, wenn ihr Fragen habt, wenn ihr euch vorstellen wollt, sonst die Alternative schickt eine Mail an Jobs@turi2.de, sagt Ich interessiere mich für alle drei Agenturen sonst. Dann war über leite ich das einfach weiter oder die Svenja leitet das weiter.

[00:43:16] SVENJA KORDMANN: Ich hab vielleicht noch ne Frage, um wieder ein bisschen zu FischerAppelt zurückzukommen. Gab es denn, Eugenia und Andreas, ein Lieblingsprojekt für euch oder ein Projekt, das ihr besonders gerne begleitet habt oder an das ihr euch gerne erinnert?

[00:43:31] EUGENIA LAGEMANN: Andreas, du darfst zuerst, du hast bisschen mehr (lacht).

[00:43:34] ANDREAS FISCHER-APPELT: Ja, wir haben z.B. ein ein Lieblingsprojekt. Vor einem Jahr etwa haben wir gemacht oder ein klein bisschen länger her. 30 Jahre Mauerfall für die Bundesregierung, für verschiedene Ministerien. Irre komplex. Und dann haben wir mal ganz was anderes gemacht als die große Feier-Veranstaltung, sondern einen Dialog entlang der Grenze. Und zwar live gestreamt von verschiedenen Orten zu der Zeit, in der sich die Grenze geöffnet hat. Das waren mehrere Stunden. Das war toll. Super Gespräche. Es war was los vor Ort. Und man konnte das auch alles live mitverfolgen und durch Geschichten umrahmen. Das war wirklich eine tolle

Aktion. Federführend war das Innenministerium damals.

[00:44:21] EUGENIA LAGEMANN: Ja und mein Lieblingsprojekt ist tatsächlich ein aktuelles. Also zumindest so aktuell, also von 2020. Da saßen wir quasi März im Homeoffice und der Lockdown brach über uns ein. Und wir hatten alle das Gefühl, wir können als Kommunikatoren vielleicht auch ein bisschen helfen, weil die eine Message damals noch gar nicht so richtig klar war. Zwischen all den Worten, die so herumschwirrten. Und dann haben wir uns selber unser Projekt gesucht und haben eine Kampagne gemacht für uns und für alle und haben dann am Ende auch noch alle involviert, also alle Kunden und alle, die mitmachen wollten, die hieß: Alle für alle. Und da ging es darum, über alle Kanäle tatsächlich das Abstand halten zu kommunizieren, weil wir das Gefühl hatten, das müssen wir jetzt tun, das ist noch nicht durchgedrungen und wir müssen die Kurve runter kriegen. Und da haben wir gemerkt, was für eine Power auch so in so einer Agentur steckt. Wenn alle Bock haben, sich für eine Sache einzusetzen, wenn plötzlich die Kunden mit an den Tisch rücken, wenn Partner anrufen und sagen: Hey, wir sind auch dabei. Das war mein absolutes Lieblingsprojekt, weil das so ein bisschen auch gezeigt hat, dass Kommunikation eben doch nicht - manchmal ja, auch Firlefanz sein kann - aber schon auch eine absolut wichtige Sache ist bei Themen, die uns alle bewegen.

[00:45:37] PETER TURI: Da schließe ich gern eine Frage an, die habe ich jetzt vorgestellt euer vergangenes Lieblingsprojekt. Was wäre denn das Projekt, was ihr am liebsten machen würdet? Eugenia, Andreas, wer hat denn so eine schlechte oder verschenkte PR oder Kommunikation, dass ihr sagen würdet: Das würden wir garantiert viel, viel besser machen? Könnt ihr da mal ganz indiskret sein?

[00:46:01] EUGENIA LAGEMANN: Ja, ist gar nicht vielleicht so indiskret, aber tatsächlich beschäftigen wir uns mit dem ganzen Thema Klimawandel und was da so die Formel sein muss und wo man da mal eigentlich den rosa Elefanten aus dem Raum nehmen sollte. Und da sind wir jetzt so ein bisschen dran. Gemeinsam mit Wissenschaftlern zu gucken, ob man nicht da mal ein Thema stärker in den Fokus rückt, was wirklich einen Unterschied macht. Und das scheint nämlich nicht das Thema zu sein, was man selber mal so auf dem Schirm hat. Ich sag mal so mit der Jute-Tasche zum Einkaufen gehen, das ist alles auch super. Das machen wir auch. Aber da gibt es Themen, die die eher in die Richtung gehen, das neue Bauen sozusagen zu forcieren, mit Naturmaterialien zu bauen, um den Wald sozusagen... Nicht nur, um nicht immer darüber zu reden, den Wald abzuforsten, sondern den Wald tatsächlich an einer anderen Stelle wieder aufzubauen, nämlich in Hochhäusern und in allen möglichen Formen. Und das sind so Themen, die uns allen am Herzen liegen. Also einfache wichtige Themen, wo wir Bock haben, mit Kunden, aber auch mit der Wissenschaft und anderen Akteuren einfach daran zu arbeiten. Und ja, die uns hoffentlich dann alle auch ein bisschen weiterbringen. Deswegen das wäre so mein Lieblingsthema, dass man da nochmal ein Punkt nach vorne macht und das eine Thema herauskristallisiert und da auch wirklich guckt, dass man Unterschied macht.

[00:47:17] ANDREAS FISCHER-APPELT: Ja, das ist auch intern bei uns grade ein großes Thema. Wir arbeiten an unserer eigenen Klima-Agenda. Wir wollen das, ich sage es mal so machen, wir lassen uns dabei auch ein bisschen Zeit, weil wir nicht irgendwelche Rechte-Verschmutzung oder CO2-Ausstoß-Rechte sozusagen ablösen wollen, indem wir anderen Organisationen Geld zahlen, sondern wir wollen selber im Bereich Bau und mit Energietechnik etwas machen, um sozusagen dann einen besseren Fußabdruck zu liefern. Das ist ein Thema, wo wir uns stark engagieren werden und das ist auch für viele Mitarbeiter sehr interessant. Also wer uns sozusagen dabei begleiten will, wer hier neu einsteigt, da sind wir auch ganz glücklich, wenn die sich da engagieren. Weil viel lebt dann auch davon, dass man es selber umsetzt und nicht nur darüber spricht, dass es andere machen.

[00:48:09] PETER TURI: Ja, ich fasse mal zusammen, was bisher passiert ist. Wir sind hier 49 Minuten im Talk Jobs@turi2. Wir haben FischerAppelt zu Gast und wir haben uns super nett

unterhalten. Wir hatten 2, 3 Guerilla-Aktionen. Auf der Bühne sind jetzt 3 Kommunikationsagenturen. Was wir nicht haben, sind junge Leute, die sich jetzt hier trauen zu fragen. Was haben wir falsch gemacht, dass wir keine jungen Leuten haben? Svenja, Tess, Nico: Was müssen wir das nächste Mal anders machen, damit wir oder was sind die Ideen, die euch jetzt, die Gedanken, die euch gekommen sind, jetzt in den vergangenen 50 Minuten? Lasst uns gleich gemeinsam überlegen, wie wir den nächsten Talk, da wird Serviceplan die Agentur sein, die sich vorstellt. Wir sind zu Gast in München. Was würdet ihr verbessern? Was hat jetzt gelernt aus diesem Talk?

[00:48:57] TESS: Also ich lass natürlich Nico den Vorrang. Es wäre ja lächerlich, wenn ich zuerst spreche, da Nico viel erfahrener ist.

[00:49:04] NICO KUNKEL: Da geht es gar nicht um Erfahrungen. Also du bist ja, du bist ja direkt Zielgruppe. Also ich glaube, ich hätte ganz gerne noch ein bisschen über über Strukturen geredet. Ich glaube ja, dass wir momentan so ein bisschen Strukturproblem haben, was Personal in der Kommunikationsbranche angeht. Also man sieht ja tatsächlich, das sind ja alles gute Agenturen. Und trotzdem tun sich eben alle sehr, sehr schwer, gute Leute dann auch in die Branche zu locken oder in ihre Agenturen zu bringen. Das hat damit zu tun, dass sich die Skills dort einfach total ausdifferenziert haben, glaube ich. Also das, Peter hat es ja öfter angesprochen. Früher war PR eben so ein Auffangbecken für Journalisten. Das ist heute würde ich sagen, nicht mehr so. Also die PR hat sich ja große Mühe gegeben, über Jahre und die letzten 25 Jahre da auch entsprechende Studiengänge auszubilden, sich zu professionalisieren und das Berufsbild PR ist, wie Eugenia vorhin auch gesagt hat auch, dass der Begriff PR sollte so vielfältig geworden, dass die Leute sehr viel breiter ausgebildet sind. Und die gehen eben nicht alle automatisch in Kommunikationsagenturen, sondern da gibt's ganz viel links und rechts, was für diese Leute eben auch spannend ist. Das heißt, wir verlieren gar nicht unbedingt die Leute an eine andere Agentur, sondern ich glaube, die Leute gehen auch einfach in anderen Branchen in andere Unternehmen weg. Uns fehlen, glaube ich, auch diese Quereinsteiger. Aus dem Journalismus kamen früher ganz viele Quereinsteiger in die PR-Branche. Das ist heute gar nicht mehr so stark der Fall. Wie Peter das hat anklingen lassen. Aus meiner Sicht, also um die müssen wir uns wieder viel stärker bemühen. Also wie kriegt man denn eigentlich diese ganzen Berater-Köpfe, diese Experten, von denen auch Andreas gesprochen hat, die vielleicht BWL studiert haben, die aus Naturwissenschaften kommen, aus den Geisteswissenschaften? Wie kriegt man die interessierte Kommunikationsagentur an und für diese sehr, sehr vielfältige Berufsbild? Ja, also ich glaube, wir machen einen Fehler, wenn wir zu stark schauen, wie kriegen wir Journalisten oder was interessiert Journalisten an Kommunikationsagenturen. Und wir machen Fehler, wenn wir zu stark schauen. Was interessiert eigentlich auch Studierende, die in diesen PR Studiengängen sind? Also ich halte von denen sehr sehr viel. Ich arbeite ja sehr viel mit mit jungen Studierenden, die quasi planen in die Kommunikationsbranche zu kommen. Aber ich sehe auch, dass uns das nicht helfen wird. Das wird nicht reichen auf die Dauer. Ich glaube, wir brauchen auf die Dauer auch wieder die Quereinsteiger. Sehr lange Antwort, mehr als deine 60 Sekunden.

[00:51:33] PETER TURI: Ist okay.

[00:51:35] SARIK WEBER: Peter Ich möchte dir Mut machen, weil ich sehe das gar nicht so, weil ich glaube, es ist eine sehr, sehr persönliche Sache. Wenn man jetzt hier auf die Bühne kommt und dann sagt: Ich kann mir vorstellen, mich zu bewerben oder ich suche grad einen Job. Das haben wir im Jobhouse auch schon festgestellt. Die überwiegende Zahl derjenigen, die kommen, das sind die Unternehmen, die die Jobs vorstellen. Aber ich kann dich ermutigen. Wir hatten in der Spitze 120 Zuhörer. Das trägt sich weiter. Die Leute erzählens anderen. Wir haben unglaublich qualifizierte Leute im Raum. Ich kann nur ganz beispielhaft Norbert Grundei, Julian Noah, Christian Mantei, Constanze. Viele, ganz tolle Leute, die das jetzt alle gehört haben, die werden das weitertragen. Und von daher jetzt für so ein Format hier 120 Leute gleich im Raum, würde ich sagen: Sehr schöner

Erfolg.

[00:52:31] NICO KUNKEL: Da darfst du mich nicht falsch verstehen. Für das Format fand ich das durchaus richtig. Ich glaube das, dass es total so wie Sarik sagt. Am Ende gibt's noch ein paar Themen, die man vielleicht noch anschneiden kann, um das Ganze noch ein bisschen inhaltlich zu gestalten.

[00:52:48] PETER TURI: Gut, dann wollte ich noch bevor Tess und Svenja sagen, wie attraktiv sie PR finden oder was sie von PR an sich halten, würde ich den Sarik nochmal nach fragen: Hältst du es denn für den richtigen Weg, dass wir eine Seite aufbauen, wo wir über Jobs berichten und diese Emailadresse zur Verfügung stellen? Wo Leute einfach hinschreiben können, unser ich würde mich doch mal bewerben und das dann weitergeben? Oder wie macht ihr das bei eurer Börse? Sorry, dass ich so Ideen wildere bei euch.

[00:53:19] SARIK WEBER: Nein, das ist ja, wir machen es ja alle ehrenamtlich, wir haben da im Moment nichts davon. Wir machen es einfach, weil wir glauben, dass es ein guter Beitrag ist, um einfach auch in der Pandemie ein bisschen Nutzen zu stiften für andere. Und wir haben das ganz niederschwellig. Wir haben das nur auf einer in einer LinkedIn Gruppe, die heißt Jobhouse und dann gibt es eben noch die clubenotes.io Seite. Auch muss man einfach nur Jobhouse eingeben und dann findet man halt sehr. Also das ist alles rudimentär. Das sieht auch nicht schön aus. Da sind dann einfach die Gesuche und die Angebote aufgeführt, die aktuellen. Das wird auch immer wieder aktualisiert. Okay, kann man. Ich kann es empfehlen. Nein, ich kann. Ich kann es empfehlen, es auf jeden Fall ins Web zu stellen. Wer es hier gehört hat, der wird es sicherlich nochmal nachlesen. Und ja, das da spricht überhaupt nichts dagegen.

[00:54:13] PETER TURI: Svenja, du übernimmst. Schau, dass du das, was jetzt gesprochen wurde, irgendwie strukturierst und auch E-Mails, die kommen, einfach weiterleitest oder beantwortest. Jetzt will ich von dir, Svenja und dann auch noch von Tess aber schon wissen wie ist euer Blick auf die PR. Käme das überhaupt nicht infrage für euch auch Tess? Was ist das für ein Beruf für euch?

[00:54:35] SVENJA KORDMANN: Ne, die PR finde ich durchaus spannend, aber ich wollte jetzt vielleicht noch mal was was anderes anmerken. Ich finde es auch... Also für mich wäre diese Hemmschwelle einfach, jetzt hier auf die Bühne zu treten und zu sagen: Ich möchte mich bei euch bewerben, relativ hoch. Was ich mir vielleicht vorstellen könnte, dass man im Vorhinein vielleicht noch Fragen sammelt und die dann hier anbringt. Aber ansonsten finde ich, dass wenn ich im Bewerbungsprozess drinnen bin und dann über das Unternehmen recherchiere, bei dem ich mich bewerben will, dann fände ich so ein Video oder so einen Podcast wie jetzt hier auch entsteht einfach super hilfreich und dann ein bisschen auch die Stimmen hinter dem Unternehmen zu finden. Also ich finde es... Ich finds super.

[00:55:16] TESSNIEM KADIRI: Das Coole, was ich gemerkt habe, als ich mir die Social Media Präsenz von Fischer Appelt angeschaut habe ist, das ebenso eine Social Media Präsenz. Dass das da ist, diese Köpfe dahinter. Also das steht ja sogar oben noch. Hier sind die Leute, die Kolleg*innen, die bei FischerAppelt arbeiten. Und ich hab dann auch während dem Tag die ganze Zeit mir mehr recherchiert im Bereich FischerAppelt, vor allem aber auch PR an sich. Weil ich weiß, dass ich das mit meinem Studium machen kann, also Sprache und Kommunikation. Da wurde mir schon gesagt, dass es eine der Richtungen, in die wir gehen können, habe mir das aber nicht so gut... Also ich habe, wusste eigentlich immer, Journalismus ist da eher so meine Herzensangelegenheit. Da will ich auf jeden Fall hin. Aber als ich gesehen habe, dass ihr z.B. das fand ich voll spannend, dass ihr jetzt Bewerbungen habt, wo man sich mit Video bewerben kann. Also hier an FischerAppelt. Das fand ich voll spannend, fand ich sehr witzig und das fand ich sehr cool, weil es schon sehr ähnlich ist mit dem, was man jetzt im Journalismus macht. Also voll viele Formate wollen, dass man eine Instagram Story erstellt und denen schickt und das ist dann einfach die Bewerbung plus Lebenslauf

natürlich. Deswegen. Ich finde es ganz spannend, dass anscheinend beide Branchen sehr in Richtung Social Media gehen und sich sehr weiterentwickelt haben und trotzdem einen ähnlichen Charakter haben. Deswegen gehen ja viele Journalist*innen anscheinend in Richtung PR. Und nachdem ich mich heute durch diesen Talk und einfach weil ich nebenbei ein bisschen recherchiert habe damit befasst habe, finde ich das ganz spannend. Also ich glaube, das ist schon sehr interessant sein kann. Und dass man sich das nicht komplett. Dass man sie nicht sagen sollte: Nö, das mach ich niemals. Ich kann aber nicht sagen, dass ich die nächsten Jahre daran arbeite, in die Richtung zu gehen, weil ich erstmal Journalismus machen möchte. Aber es ist sehr spannend. Auch FischerAppelt fand ich wirklich cool.

[00:56:54] EUGENIA LAGEMANN: Also eine Ergänzung von mir. Also ich wollte ehrlich gesagt auch nie in die PR. Das hätte ich mich auch wirklich... Also wenn ich mich da einer Bewerbungsphase befunden hätte, hätte ich da auf jeden Fall immer ganz stark abgelehnt. Ich finde, weil man sich einfach was ganz anderes unter vorstellt und das wäre jetzt auch nur eher ein Plädoyer unsererseits, mal zu sagen, das mal auszuprobieren. Vielleicht mindestens im Praktikum. Es ist wahnsinnig anders, als man es sich vorstellt. Also ich hab mir was ganz anders vorgestellt. Ich dachte, es geht irgendwie um am Telefon hängen wie im Callcenter und irgendwelche Sachen in Medien verkaufen. Ja, auch das gibt es mal. Aber der Beruf hat ganz, ganz andere Schwerpunkte und am Ende auch ganz viele Fähigkeiten mehr abgerufen werden. Das eigentlich Spannenden.

[00:57:38] PETER TURI: Wir kommen zum Ende und ich möchte das Schlusswort bevor der Markus abmoderiert, möchte ich dem Andreas geben. Andreas, vor Jahrzehnten fing das an als Studenten-Projekt. Jetzt bist du hier heute Abend gewesen. Was ist dein Learning aus dieser Runde?

[00:57:55] ANDREAS FISCHER-APPELT: So viele interessante Stimmen und genauso viele Meinungen. So vielfältig ist auch die Kommunikation und auch die PR. Und das ist eben das Spannende, was man auch sieht, ist die PR gerade in der Krise toll performt hat die Agenturen PR, Social Media, Content Marketing sind wirklich ganz gut gefahren, weil sie mit Wort überzeugen, mit Inhalten, auch mit Tiefgang. Und das ist, finde ich beeindruckend. Und da kann so viel Neues addiert werden, auch durch neue Techniken, junge Leute, dass ich an eine große Zukunft glaub.

[00:58:32] MARKUS TRANTOW: Dann kann ich nur sagen: Ganz vielen Dank für diese Premiere. Das war Jobs@turi2 - die erste Ausgabe. Vielen Dank an unser Podium, an Andreas Fischer-Appelt, an Eugenia Lagemann, an Nico Kunkel, Sarik Weber und an alle, die sich mit die mitgeredet haben, die auf die Bühne gekommen sind. Für alle, die nochmal jetzt zurückspulen wollen. Es gibt dieses Gespräch morgen früh als Podcast bei turi2.de Außerdem auf allen Podcast Plattformen. Bei YouTube legen wir das ganze auch ab und am Nachmittag dann fleißig getippt die Abschrift zum Nachlesen. Nächste Woche gibts eine neue Job-Runde, haben schon gehört. Da sind wir dann bei Serviceplan. Bevor wir für heute den Sack zu, den Strich unter die Geschichte machen. Darf ich aber noch auf unsere Runde morgen Abend um 19 Uhr hinweisen. Da heißt es dann wieder Chef*in, wir müssen reden. Diesmal spricht Peter Turi mit Philipp Westermeyer, dem Mann, der Rockstar werden wollte und im Online-Marketing und bei Podcast gelandet ist. Für heute sagen wir Tschüss und wenn ihr mögt bis morgen.

[00:59:36] SPRECHER: Turi2.de/podcast sowie bei Spotify, iTunes, Deezer und Audio Now.