



rer Weise mit der Welt. So war zum Beispiel der 11. September 2001 für uns in mehrfacher Hinsicht ein einschneidendes Erlebnis," sagt sie nachdenklich. „Einer unserer Kunden war der größte Mieter in den New Yorker Twin Towers. Wir waren alle in Schockstarre – und mussten dennoch die Situation professionell meistern.“

Immer in Bewegung bleiben

Die 53-jährige Betriebswirtin kennt keinen Stillstand. „Pflücke den Tag," so ihr Credo. Fachlicher Austausch mit anderen Profis aus der Finanzwirtschaft – das ist der Agentur-Schwerpunkt – und stete Pflege und Ausbau der Medienkontakte gehören bei ihr zum Tagesgeschäft. „Unsere Branche hat sich in den letzten 25 Jahren nicht nur inhaltlich stark gewandelt. Gerade auch die Digitalisierung hat einen kräftigen Schub gebracht – Social Media, virtuelle Veranstaltungen oder kollaboratives Arbeiten – wir müssen uns stets weiterentwickeln," erläutert Elke Strothmann.

Engagement vor Ort – selbstverständlich!

2003 zog die Agentur von Köln nach Gläbisch. Die gebürtige Münsteranerin engagierte sich direkt in der neuen Heimat. Die kleinste Großstadt Deutschlands präsentierte nun stimmungsvolle White Dinner, den Poetry Slam und den viel beachteten Literarischen Abend mit so bekannten Namen wie zum Beispiel Judy Winter, Joachim Król und Eva Mattes.

2017 kam man in der Villa Zanders zusammen: „Freunde treffen sich – revisited" mit den Künstlern Wolfgang Niedecker, Rainer Gross und Manfred Boecker.

Soziales Engagement ist für Elke Strothmann ein Muss. Frauen helfen Frauen



e. V. und das THEAS-Theater gehören zu den Projekten, die sie seit Jahren regelmäßig fördert.

Das Jubiläumsjahr 2021 hat sie genutzt, um sich einen Wunsch zu erfüllen: „Ich hatte schon länger geplant, eine Podcast-Reihe ins Leben zu rufen – diesen Plan haben wir jetzt umgesetzt!" Anfang 2022 werden die ersten Folgen online sein.

Kommunikation in ständigem Wandel

25 Jahre – eine lange und spannende Zeit! „Seit unserem Beginn im November 1996 haben sich Kommunikation und unser Geschäftsfeld Öffentlichkeitsarbeit enorm verändert," sagt Agenturchefin Elke Strothmann und blickt auf das Werden und Wachsen der Agentur Strothmann zurück.

Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, PR-Beratung," erläutert Elke Strothmann. „Hier sind wir stark!" Themen recherchieren, Journalisten-Gespräche führen, Presstexte erarbeiten, Pressekonferenzen organisieren und Texte für Websites und Broschüren erstellen – das sind nur ein paar Aufgaben aus dem Agenturalltag. Hinzu kommt das Organisieren von Veranstaltungen – in Zeiten von Corona natürlich auch virtuell.

„Das war damals noch anders, da war alles ausschließlich live: Ausstellungsprojekte zu Robert Rauschenberg und Jasper Jones im Kölner Museum Ludwig oder Hahnenkamm-Events in Kitzbühel – das war schon sehr illuster," freut sich Elke Strothmann. Doch Veranstaltungen

waren und sind nur ein kleiner Teil der Agenturarbeit.

Dem Kunden zuhören ist die Basis für erfolgreiche PR

„Für wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit müssen wir uns intensiv mit dem Kunden auseinandersetzen – wir müssen zuhören, analysieren, beraten, planen, umsetzen," betont Elke Strothmann, die mit ihrem Team deutsche und internationale Kunden betreut. Gerade ausländische Unternehmen brauchen für den Markteintritt in Deutschland Agentur-Kompetenz, kennen sie doch weder hiesige Strukturen oder die Medienlandschaft noch sprachliche Gepflogenheiten. „Für große, internationale Kunden arbeiten zu können, verbindet uns in ganz besonde-