



Foto: © Bettina Hoflehner

Vermittlerin von hochkomplexer Materie

Andrea Eichelberg organisierte mehrmals die „Lange Nacht der Forschung“, ist eine der Initiatorinnen des „Oberösterreichischen Forscherinnen-Award“ und aus tiefster Überzeugung Förderin von Frauen in der Technik. Vernetzung und Kommunikation ist für sie das Um und Auf.

■ **Andrea Eichelberg** (geb. 1962) hat in den letzten Jahren berufsbedingt viele Forscherinnen und Forscher kennengelernt. Insbesondere viele Frauen. Allerdings ist sie selber keine Forscherin, sondern betreibt Öffentlichkeitsarbeit – vornehmlich in technischen Disziplinen. Und wie man sich denken kann, bricht sie auch in dieser Branche in eine „Männerdomäne“

ein. Was sie auszeichnet, fasst die gebürtige Linzerin so zusammen: „Ich habe Spaß an meiner Arbeit und stecke mit meiner Begeisterung andere an. Ich bin lösungsorientiert: ‚Geht nicht‘ gibt es nicht. Und ich habe mir immer (fast) alles zugetraut!“ Das tun auch ihre Chefs, Auftraggeberinnen und Auftraggeber, was sie zu schätzen weiß. Aber am wichtigsten ist ihr die innere

Überzeugung, auch bislang völlig unbekannte Aufgaben bewältigen zu können. Gut bewältigen, genau genommen sehr gut – so, dass sie mit sich zufrieden ist (ein typisch weiblicher Maßstab, wie sie findet). Ihr Hintergrund: Sie maturiert an einem Mädchengymnasium in Physik und hilft ihrem Vater oft beim Handwerken. So wächst ihr Interesse für Technik. „Ich wollte

zwar nie Dinge zerlegen, aber ich hinterfrage, wie etwas funktioniert, solange bis ich es verstehe und erklären kann.“ Ihre berufliche Laufbahn verlief weitgehend ungeplant. Das habe sie mit vielen Forscherinnen gemein, sagt sie. Dennoch hat sie einen durchgängigen roten Faden: Kommunikation. „Und wenn ich eine Chance erkannte, habe ich sie ergriffen.“

Starke Frauen, zwei Kinder und ein Pionier

In der Arbeiterkammer Oberösterreich lernt sie die Grundlagen journalistischer Arbeit sowie die Abläufe in einer Pressestelle kennen. Ihr erster Chef ermöglicht ihr eine Ausbildung zur Dokumentarin, um das umfassende Pressearchiv nach dem Muster der Sozialwissenschaftlichen Dokumentation der AK Wien nutzbar zu machen. Frauenförderung war bereits Thema, auch oder gerade weil es noch wenige Frauen in leitenden Positionen gab. Sechs Jahre später kommt Tochter Sarah zur Welt und die junge Mutter beginnt ein Studium der Sozialwirtschaft an der Johannes Kepler Universität Linz. Kurz darauf bringt sie ihr Organisationstalent bei einer Linzer Werbeagentur ein. Diese ist spezialisiert auf Klein- und Mittelbetriebe im Produktionsbereich,

die im Wesentlichen mit zwei Problemen kämpfen: ihrer Selbstdarstellung und der „Hofübergabe“. Nach der Geburt ihres Sohnes Simon verstärkt sie den Bereich Text und Konzept als freiberufliche Mitarbeiterin. „Starke Männer gibt es in dieser Zeit in meinem Umfeld viele – nicht zuletzt meinen Mann, der mich immer voll unterstützt hat. Starke Frauen weniger.“ Diese sitzen zwar an den Schnittstellen und sind überaus engagiert, haben aber kaum Einfluss auf die Entscheidungen. Eine Ausnahme möchte sie an dieser Stelle herausstellen: Bettina Hoflehner. Als Art-Direktorin der Werbeagentur überwindet sie ihre Zweifel und macht sich mit einem eigenen Grafikstudio selbständig. Eichelberg begleitet sie als freiberufliche Texterin bei vielen Projekten und arbeitet über die Jahre oft und gern mit ihr zusammen. Nach Erfahrungen in unterschiedlichen Bereichen wendet sie sich Mitte 2000 an einen früheren Agenturkunden – Gerald Hanisch, einen echten Pionier. In der Zeit des IT-Booms und der ersten Bauwirtschaftskrise entwickelt er ein Konzept für mobile Brechanlagen und gießt es in Maschinenform. Damit kann Bauschutt von Häusern und Straßen vor Ort zu Baumaterial verarbeitet und unmittelbar wie-

der verwendet werden. Aber noch ist Recycling kein Thema, weder in der Bauwirtschaft, noch in den Medien. Das wird ihre Aufgabe für die nächsten neun Jahre. Frauen gibt es in der Branche kaum, auch auf internationalen Messen und Pressekonferenzen ist die Anzahl der Frauen überschaubar. Umso bemerkenswerter, dass Frauen im Unternehmen in allen Bereichen gefördert werden – vom technischen Einkauf über die Montage bis zu weiblichen Mechatronik-Lehrlingen.

Sie macht sich in einer Männerwelt verständlich

Von der Einzelkämpferin als Stabsstelle für Organisation und Public Relations (PR) zur Bereichsleiterin für Marketing und PR mit Team- und Budgetverantwortung: Die Fachfrau lernt, sich in einer Männerwelt verständlich zu machen und durchzusetzen. Als Kommunikationsdrehscheibe baut sie rasch Kontakte zu internen wie externen Schnittstellen auf und stellt die Akzeptanz der Aktivitäten sicher. Sie schreibt alle Texte selbst und ist Ansprechpartnerin für Dienstleister und Agenturen. Sie hat einige junge Frauen in ihrem Team, die sie fordert und fördert. Als Bereichsleiterin bildet sie zwei Mediendesig-

*Ich habe gelernt,
mich in einer Männerwelt verständlich zu machen
und durchzusetzen.
Und war immer auch ein wenig Pionierin.*

nerinnen aus, die mit ausgezeichnetem Erfolg abschließen. Und sie ist immer auch ein wenig Pionierin. Nicht zuletzt, weil die Kommunikationsmaßnahmen ihrer Zeit – jedenfalls für diese Branche und einen Betrieb mit hundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – weit voraus sind: von Corporate Design (inklusive spannender Industriearchitektur), das sich vom Maschinendesign aus im gesamten Markenauftritt widerspiegelt, über Produkt- und Schulungsvideos bis zum mehrsprachigen Internetauftritt, einer Mitarbeiterzeitung und

umfassendem kulturellem Engagement, etwa im Rahmen von „Linz 2009 – Kulturhauptstadt Europas“. Ihre Wege trennen sich Ende 2009 nach der Weltwirtschaftskrise. „Da ist Recycling auch in der Bauwirtschaft ein Erfolgsmodell, Kompaktmaschinen sind im Trend, es gibt regelmäßige Recycling-Beilagen in den Fachmedien und sogar eigene Magazine zum Thema.“

Neuer Job, Studium und die eigene Agentur

Der Weg führt die 46-jährige in die oberösterreichische Forschungs-

landschaft. Nachdem sie ihr erstes Studium aus Zeitgründen abgebrochen hatte, nutzt sie die Chance, an der Donau-Universität Krems berufsbegleitend zu studieren. Neben einem völlig neuen beruflichen Umfeld und ihrer Familie kann sie sich so den aktuellsten Stand der Lehre über Public Relations und Kommunikationsmanagement aneignen. Zahlreiche praktische Aufgaben bestätigen ihr, dass sie mit ihrer Einschätzung richtig liegt und sie verfasst ihre erste umfassende PR-Konzeption. Anfang 2011 schließt sie das Studium erfolgreich



Foto: © HMH Rubble Master

ab. Den praktischen Nutzen daraus zieht sie wenig später, als sie ihrem Chef in die Leitgesellschaft der Forschung in Oberösterreich folgt, um die Öffentlichkeitsarbeit neu aufzubauen. Hier hat sie die Chance, hoch komplexe Themen an die Öffentlichkeit zu bringen. „Aber in Zeiten, wo Verlage Wissenschaftsressorts einsparen, haben Forschungsthemen außerhalb Wiens wenig Chance auf Veröffentlichung und die Budgets sind knapp.“ Lokale Medien seien dafür auch wenig empfänglich. Mit dem „OÖ Forscherinnen-Award“ sollen die Leis-

tungen der Wissenschaftlerinnen gewürdigt werden, indem sie als sogenannte Role Models vor den Vorhang geholt werden. „Denn was jungen Frauen vielfach fehlt, sind Vorbilder: moderne Frauen, starke Erscheinungen, die die Jugendlichen auch erreichen. Sie erzählen, wie sie Forscherin geworden sind, warum ihnen ihre Arbeit Spaß macht und weshalb sie diese Entscheidung wieder treffen würden.“ Ein weiteres Projekt ist die „Lange Nacht der Forschung“, die Eichelberg in Oberösterreich 2010 und 2012 koordiniert. Steigende Besucherzahlen zeigen,

dass eine spannende und verständliche Form der Darstellung selbst schwieriger technischer Fragen Menschen jeden Alters anzieht. Es gibt für mich nichts Schöneres als die strahlenden Augen von Besucherinnen und Besuchern, die über die vielen tollen Dinge erzählen, die sie gerade gesehen haben, und diese Begeisterung weitertragen.“ Mit 50 Jahren setzt Andrea Eichelberg einen weiteren Meilenstein in ihrer Laufbahn und gründet ihre eigene PR-Agentur. In diesem Rahmen managte sie österreichweit die „Lange Nacht der Forschung“.