



Stationen

„Pippi“ setzt auf kreative Frauen-Power

CORNELIE ELSÄSSER startete ihre Agentur vor zehn Jahren als One-Woman-Show - heute ein Büro mit zwölf Damen



Pippi Langstrumpf ist die Heldin meiner Kindheit“, erzählt **Cornelia Elsässer** (52), Chefin der Augsburger PR-Agentur epr. Vielleicht faszinierte sie die unkonventionelle, starke und mutige Pippi auch gerade deshalb, weil sie selbst aus einem bürgerlichen Elternhaus kommt. Das stand in Pforzheim, Cornelia war das dritte von vier Kindern. „Kultur und Bildung waren wichtige Werte meiner Eltern. Vielleicht fiel meine Wahl auch deshalb auf ein Studium der Kunstgeschichte.“ Dafür zog die heutige Agentur-Chefin, die vor sechs Jahren die Abteilung Sponsoring des Theaters Augsburg übernommen hat, nach Augsburg.

Das Interesse an Kunst blieb. Der Elfenbeinturm reizte Elsässer nach dem erfolgreichen Abschluss jedoch nie. Pippi Langstrumpf lässt grüßen. Statt der Villa Kunterbunt und Taka-Tuka-Land blieb es die Fuggerstadt. 1993 ist sie zusammen mit ihrem Mann **Mattias** heimisch geworden. Inzwischen studieren ihre beiden Söhne.

Ursprünglich war die Selbständigkeit aus der Not geboren, aus einem Halbtagsjob in einer Augsburger PR-Agentur. Cornelia Elsässer: „Teilzeit in der Agentur zu arbeiten war damals fast exotisch. Wobei die Kunden meist gar nicht wussten, dass

ich die Nachmittage mit unseren Söhnen verbrachte.“ Doch für eine richtige Karriere reichten 25 Wochenstunden nicht aus. Kein Zugang zur Chefetage – als Angestellte.

„Deshalb wurde ich mein eigener Chef!“ Mit dem PR-Know-How in der Tasche, dazu Mut und Beharrlichkeit, entstand neun Jahre später „elsaesser public relations“ – epr. Der erste Invest: Ein knallroter Käfer, „mein mobiles Büro!“ Den Durchbruch in Augsburg, zumindest was die Bekanntheit angeht, hatte epr 2011 – mit der Übernahme des Bereichs Sponsoring fürs Theater.

Aber auch prominente neue Auftraggeber kamen hinzu. „Die Arbeit für „Müller Milch“ mit dem Testimonial **Andreas Gabalier** war natürlich schon ein Highlight“, erinnert sich Cornelia an die Anfänge der Zusammenarbeit 2015, die sich äußerst erfolgreich entwickelt.

„Zufriedene Kunden sind nach wie vor die beste Akquise-Maßnahme“, findet die Agenturchefin, die nach wie vor viel fürs Theater und im kulturellen Bereich tätig ist.

Das erste Büro:
Ein Beetle!



Allerdings wachsen auch die Anforderungen an eine Agentur. „Natürlich verändert sich unsere Spielweise immer wieder: Die sozialen Medien nehmen an Bedeutung zu – für uns, unsere Kunden, die Journalisten. Aber gerade das macht den Reiz von PR aus: Nichts ist so verlässlich wie der Wandel.“

Aus der One-Woman-Show ist heute ein 12-köpfiges Team gewachsen. Das besondere: Bei allen PR-Profis handelt es sich um Frauen. „Alle sind von Anfang 20 bis Anfang 50. Wir haben auch Mütter im Team, die Teilzeit arbeiten. Und wir pflegen eine sehr familiäre Unternehmenskultur. Das unterscheidet uns von vielen anderen Agenturen.“ Klingt ganz nach Villa Kunterbunt – und ihrer Chefin Pippi Elsässer. *ams*

STECKBRIEF

- **Geboren:** 4. November 1964
- **Familie:** verheiratet, zwei Söhne (21 und 23 Jahre)
- **Hobbys:** Familie, Kunst, Sport
- **Stärken:** Ausgeglichenheit, Erdung, Grundfröhlichkeit
- **Schwächen:** Herzensmenschen, Sonnenstrahlen
- **Motto:** Niemals aufgeben
- **Da hört der Spaß auf:** Rassismus
- **Das will ich noch erreichen:** Mehr miteinander statt übereinander reden

MEILENSTEINE

- **1999** Halbtagsjob PR-Agentur
- **2011** Übernahme Theater-Sponsoring
- **2017** 10 Jahre Agentur epr

Das epr-Damen-Team (links) kümmert sich auch um Promi-Testimonials wie **Andreas Gabalier** (rechts) von Kunde „Müller Milch“.

