

Neues Medienteam beim „Unger Uns“: Michaela Schulz übernimmt die Pressearbeit



V.l.n.r.: Daniela Klostermann (Schriftführerin), Michaela Schulz (Pressesprecherin), Tim Schweier (Schatzmeister), Stefan Rader (1.Vorsitzender), Thomas Schmidt (1. Geschäftsführer), Dr. Julia Kenter (Senatspräsidentin), Hans-Jürgen Staudt (2. Geschäftsführer) und Klaus Kümmel (2. Vorsitzender)

Die neue Pressesprecherin des Kölner Karnevals-Vereins „Unger Uns“ von 1948 e.V. heißt Michaela Schulz (33) – gemeinsam mit Alexandra Krings (38) baut sie ein Medienteam auf, das den Verein kommunikativ in die Zukunft führen soll.

„Unser Mitglied Michaela übernimmt ab sofort die Aufgabe der Pressesprecherin und wird Ansprechpartnerin für Journalisten rund um den Fastelovend bei „Unger Uns“, verkündete Stefan Rader, seit September 2025 erster Vorsitzender, auf dem Sommerfest des Kölner Karneval Vereins „Unger Uns“. „Michaela wird in ihrem ersten Jahr hospitierend als ‚Beisitzerin Zukunft Pressesprecherin‘ im Vorstand eingebunden, um Aufgaben, Abläufe und Kontakte strukturiert zu übernehmen und unsere interne wie externe Kommunikation weiterzuentwickeln.“



Zu Michaela Schulz

Michaela Schulz (M.A.) hat Kommunikations- und Medienmanagement begleitend zu ihrer achtjährigen Dienstzeit im Militärmusikdienst der Bundeswehr studiert. Im Anschluß sammelte sie Agenturerfahrung im Marketing, arbeitete als Referentin für Kommunikationsstrategie bei einem namhaften Kölner Handelskonzern und leitet heute von Köln aus das weltweite Employer Branding und die interne Kommunikation eines schwedischen Maschinenbauunternehmens.

Karnevalistisch ist Michaela gut vernetzt: Sie hat vor über einem Jahrzehnt das Musikkorps „Schwarz-Rot-Köln“ mitgegründet – ein junges Orchester, das „Unger Uns“ bereits früh gefördert und damals noch im Senats Hotel für einen seiner ersten Auftritte im Kölner Karneval engagiert hat.

Zur künftigen Medienarbeit

Der Vereinsvorstand versteht ebenso wie Michaela und Alexandra Pressearbeit bewußt als Baustein einer ganzheitlichen Medien- und Kommunikationsstrategie. Ziel ist es, alle Medienschaffenden im Verein – von der klassischen Pressearbeit über Social Media bis zum Redaktionsteam für das Sessionsheft – enger aufeinander abzustimmen.

„Als Team wollen wir möglichst aus einem Guß kommunizieren und

somit unseren familiären Fastelovend und ehrenamtliches Engagement in unserem Unger Uns erlebbar machen“, beschreibt Michaela Schulz ihre neue Aufgabe.

Zu „UNGER UNS“, kölschem Hätz und Dom

Der Kölner Karnevals-Verein „Unger Uns“ ist ein Familienverein mit mehr als 500 Mitgliedern und starkem Bekenntnis zur Stadt, zum Dom und zum kölschen Brauchtum. Seit über einem Jahrzehnt engagiert sich der Verein mit Benefizveranstaltungen und Spendenaufrufen für den Zentral-Dombau-Verein zu Köln – von der Restaurierung einer Bahn des Adam-Fensters über eine Figur am Michaelportal bis zur Patenschaft für eine Fiale am Südquerhaus.

Dieses langjährige Engagement „Damit der Dom uns bleibt“ soll auch das Selbstverständnis der Kommunikation prägen: Der neue Markenauftritt sollte den KKV „Unger Uns“ als gleichermaßen jecken wie wertebewußten Verein profilieren, der Fastelovend, Familiengeist und Verantwortung für das Kölner Wahrzeichen unter einem Vereinsdach vereint.

Quelle (Text): Kölner Karnevals-Verein „UNGER UNS“ von 1948 e.V.; (Foto/s): Nicole Pultke