

15 Jahre  
\*\*\*\*\*

# MEDIA WORKSHOP

Seminare // Trainings // Coachings



## Programm 2016

Seminare // Trainings // Coachings für Ihr berufliches Weiterkommen



## 15 JAHRE MEDIA WORKSHOPS: DAS MUSS GEFEIERT WERDEN!

Liebe Leserinnen und Leser,

wie die Zeit vergeht: Die Media Workshops feiern 2016 ihr 15-jähriges Bestehen!

Als wir 2001 mit 12 Themen in Hamburg gestartet sind, wussten wir nicht, was in den kommenden Jahren alles passieren wird. Aber wir haben an unsere Idee geglaubt, und der Erfolg gibt uns recht: Mittlerweile können Sie aus 74 verschiedenen Themen in sechs deutschen Städten und in Zürich wählen. Seit 2012 tragen wir zudem das Prüfsiegel „Geprüfte Weiterbildungseinrichtung“ des Weiterbildung Hamburg e.V., welches für Kundenschutz, transparente Teilnahmebedingungen und verbindliche Qualitätsstandards steht.

In den letzten 15 Jahren haben mehr als 14.000 Teilnehmer unsere Media Workshops und Inhouse-Seminare besucht und uns damit zu einer festen Größe am Fortbildungsmarkt gemacht. Für Ihre Treue, das positive Feedback und auch Ihre Empfehlungen möchten wir uns herzlich bedanken!

Gemeinsam mit unseren Referenten haben wir uns wieder auf die Suche nach brandaktuellen Themen in der Kommunikationsbranche gemacht. So erwartet Sie auch im nächsten Jahr eine gewohnt bunte Mischung aus nagelneuen Trendthemen und alten Klassikern.

Freuen Sie sich außerdem auf ein ganz besonderes Geburtstags-Programm mit spannenden Aktionen, Gewinnspielen und tollen Überraschungen! Um nichts zu verpassen, melden Sie sich am besten gleich zu unserem Newsletter an oder werden Sie unser Fan auf Facebook.

Ihnen viel Spaß beim Lesen. Wir freuen uns auf Sie!

Es grüßt Sie herzlich Ihr

*Team Media Workshop*

# INHALTSVERZEICHNIS

## Klassische PR und Medienarbeit

Pressearbeit für Einsteiger .....	04
Pressearbeit für Fortgeschrittene .....	05
Strategisches Themensetting .....	05
Krisen-PR .....	06
Medientraining vor Kamera und Mikrophon .....	07
Medien- und PR-Recht .....	07
Markenrecht, Titelrecht, Domainrecht .....	08
Erfolgskontrolle in der PR .....	08
Issue Management .....	09
Datenjournalismus in der PR .....	09

## Schreiben für PR und Marketing

Crashkurs Effizientes Korrekturlesen und Neue Deutsche Rechtschreibung .....	10
Effizientes Korrekturlesen für Banken und die Finanzbranche .....	11
Pressemitteilungen schreiben .....	11
Sprechstunde Pressemitteilung .....	12
Schreibwerkstatt .....	12
Kreatives Texten .....	13
Kundenmagazine und Mitarbeiterzeitungen .....	13
Reden schreiben .....	14
Kreativwerkstatt in Südtirol .....	14

## Kommunikationsstrategien für PR und Marketing

Erfolgreiche PR-Konzepte .....	15
Erfolgreiche Kommunikationskonzepte erstellen .....	16
Crossmedia in der PR .....	16
Moderne Markenkommunikation .....	17
Kampagnen-PR .....	17
Internationale PR .....	18
Integrierte Kommunikation .....	19
Interne Kommunikation .....	19
Veränderungskommunikation .....	20
Medientrends für PR und Marketing .....	20
Content Marketing .....	21
In 10 Schritten zum Marketing-Erfolg .....	21
Effektive Marketing-Strategien .....	22
Innovationsmanagement .....	22
Public Affairs .....	23
Corporate Social Responsibility .....	23

## Online-Kommunikation und Online-Marketing

Grundlagen und Trends der Online-PR .....	24
Online-Marketingrecht .....	25
Reputation 2.0 .....	25

Newsletter in der Kommunikation .....	26
Texten für Websites .....	26
Fachtexte fürs Web .....	27
Multichannel-Marketing und E-Commerce .....	27
Suchmaschinenoptimierung (SEO) .....	28
Einsatz von Google AdWords im Online Marketing .....	28
Google Analytics .....	29
Blogs in PR und Marketing .....	29
Blogger Relations .....	30
Social Media für Einsteiger .....	30
Schreiben für Social Media .....	31
Strategie für Social Media .....	31
Digitales Storytelling .....	32
Facebook in PR und Marketing .....	32
Aufbauseminar Facebook .....	33
Social Media im B2B-Geschäft .....	33
Kundenservice via Social Media .....	34
Das digitale Büro .....	34

## Visuelle PR und Corporate Media

Instagram, Pinterest & Co. .....	35
Digitalfotografie für Einsteiger .....	36
Bildbearbeitung mit Photoshop, GIMP und Co. ....	36
Videos in der PR einsetzen .....	37
Videos mit der Spiegelreflexkamera produzieren .....	37
Videos mit dem iPhone produzieren .....	38
Erklärvideos selbst erstellen .....	38
Infografik Intensivkurs .....	39
Darstellungsformate in der Online-Kommunikation .....	39

## Persönlichkeitsentwicklung und Selbstmanagement

Kommunikationstraining für PR und Marketing .....	40
Präsentationstraining mit Videofeedback .....	41
Projektmanagement .....	41
Kreativität und Ideenfindung .....	42
Zeitmanagement und Selbstmanagement .....	42
Vom Kollegen zum Vorgesetzten .....	43
Führen ohne Vorgesetztenfunktion .....	43

Die Media Workshops in Zahlen und Referenzen .....	02
Rabattstaffeln, Empfehlungen, Bildungsförderung und Newsletter .....	03
Die Referenten der Media Workshops .....	44
Unternehmensinterne Schulungen .....	48
Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) .....	48
Kontakt und Ansprechpartnerinnen .....	49

## DIE MEDIA WORKSHOPS IN ZAHLEN

# 2001

mit 12 Seminaren gestartet sind wir seit mittlerweile 15 Jahren eine feste Größe am Fortbildungsmarkt. Als Teilnehmer profitieren Sie in unseren MEDIA WORKSHOPS von bewusst klein gewählten Gruppen, einem hohen Übungsanteil und dem persönlichen Austausch. Unsere Referenten sind Experten aus Wirtschaft und Medien, die Ihnen topaktuelles Wissen vermitteln. Dabei richten sich die

Seminare an Kommunikationsfachleute aller Branchen – egal ob Einsteiger, Profi oder Führungskraft. Die Idee für die Media Workshops ist aus dem Kerngeschäft der dpa-Tochter news aktuell entstanden. Seit 2012 wird das bisherige Seminarangebot als eigenständiges Unternehmen fortgeführt.

74 Themen haben wir für Sie im neuen Programm zusammengestellt. Unsere Seminare bieten wir in sieben Städten an: Berlin, Hamburg, Frankfurt am Main, Köln, Leipzig, München und Zürich. Alle Themen konzipieren wir für unsere Kunden auch als individuelle Inhouse-Seminare für einzelne oder mehrere Mitarbeiter. Das von Ihnen gewünschte Thema ist nicht dabei? Dann sprechen Sie uns einfach an.

# 74/7

# 7.500

Unternehmen, Verbände, Organisationen, Vereine und Parteien haben uns bereits ihr Vertrauen geschenkt. Zu unseren Kunden zählen unter anderem:

3K Agentur für Kommunikation GmbH • ADAC e.V. • adidas AG • Aktion Mensch e.V. • Allianz Global Corporate & Speciality AG • ARBEIT und MEHR GmbH • Ärzte ohne Grenzen e.V. • Ärzte-

kammer Niedersachsen • Autostadt GmbH • AXA Konzern AG • BASF SE • Bayer AG • Beiersdorf Shared Services GmbH • Betriebskrankenkasse Mobil Oil • Botschaft des Königreichs der Niederlande • BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH • CDU/CSU - Fraktion im Deutschen Bundestag • Cohn & Wolfe Public Relations GmbH & Co. KG • Commerzbank Aktiengesellschaft • ContentCompany – Agentur für Kommunikation GmbH • DB Mobility Logistics AG • DBU - Deutsche Bundesstiftung Umwelt • Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena) • Deutsche Lufthansa AG • Deutsche Messe AG • Deutsche Post AG • Deutsche Welthungerhilfe e.V. • Deutscher Wetterdienst (DWD) • Deutsches Milchkontor GmbH (DMK) • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • E.ON Hanse AG • Eisenmann AG • Estée Lauder Companies GmbH • Erstes Deutsches Fernsehen (ARD) • Evonik Industries AG • Feuerwehr Unfallkasse Niedersachsen • Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (FAZ) • Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI • Georg Thieme Verlag KG • GNS Gesellschaft für Nuklear-Service mbH • Greenpeace e.V. • Hamburg Messe und Congress GmbH • HanseWerk AG • Henkel AG & Co. KGaA • HELIOS Kliniken GmbH • Heide-Park Soltau GmbH • HERMES Arzneimittel GmbH • IKEA Stiftung • IP Deutschland GmbH • Jahreszeiten Verlag GmbH • Johnson Controls • Jung von Matt • Körber AG • Kühne Logistics University GmbH • LANXESS AG • Lufthansa Technik • Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e.V. • Messe Frankfurt GmbH • METRO AG • München Tourismus • POPULAR PR GmbH • Provinzial Rheinland Versicherung AG • PUMA SE • pure brands - public relations for brands • RAIKESCHWERTNER GmbH • Regionalverband Ruhr • RMS Radio Marketing Service GmbH und Co. KG • Robert Bosch GmbH • Robert Koch-Institut • RTL Television GmbH • Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) • S-Bahn Hamburg GmbH • Scania Deutschland GmbH • Schüco International KG • Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR) • Siemens AG • Sparda-Bank München eG • Stiftung Jugend forscht e. V. GmbH • Stiftung Warentest • Tchibo GmbH • Techniker Krankenkasse • terre des hommes Deutschland e.V. • Thomas Cook AG • TÜV Rheinland AG • UN World Food Programme (WFP) • Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. • Vetter Pharma-Fertigung GmbH & Co. KG • Villeroy & Boch AG • Volkswagen AG • Vorwerk & Co. KG • Weight Watchers (Deutschland) GmbH • Wirtschaftsjuvenoren Deutschland e.V. (WJD) • Wirtschaftskammer Österreich • WMF AG • Wolfsburg AG • ZEIT Verlagsgruppe • Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) u.v.m.

## RABATTSTAFFELN ... FÜR MEHRFACHBUCHER

Sie interessieren sich für mehrere Themen oder möchten mehrere Kollegen zu unseren Media Workshops anmelden? Nutzen Sie unsere Rabattstaffel und Sie erhalten:

**bei Buchung von mindestens 3 Media Workshops: 15% Preisvorteil**

**bei Buchung von mindestens 5 Media Workshops: 20% Preisvorteil**

**bei Buchung von mindestens 10 Media Workshops: 25% Preisvorteil**

Die Rabattstaffeln gelten für alle Mitarbeiter eines Unternehmens und sind mit Abschluss des Vertrags für 12 Monate gültig. Innerhalb dieses Zeitraums erhalten Sie einen Rabatt auf die reguläre Teilnahmegebühr in Höhe der gewählten Rabattstufe.\*

## DANKESCHÖN ... FÜR SEMINAREMPFEHLER

Sie haben einen Media Workshop besucht und möchten uns weiterempfehlen? Wir freuen uns darüber und schenken Ihnen für jede Anmeldung, die durch Ihre Empfehlung zustande kommt, **100 Euro bzw. CHF 150** für Ihre nächste Teilnahme an einem unserer Media Workshops.

Lassen Sie einfach bei der Anmeldung Ihren Namen in das Feld „empfohlen durch“ eintragen. Die 100 Euro bzw. CHF 150 berücksichtigen wir automatisch bei Ihrer nächsten Buchung.\*

## BILDUNGSFÖRDERUNG ... 50% UND MEHR SPAREN

Mit der **staatlichen Bildungsprämie** wie auch den **Bildungsschecks der einzelnen Bundesländer** wird Ihre berufliche Weiterbildung gefördert. Die Zuschüsse zu den Seminarkosten betragen dabei in der Regel bis zu 500 Euro.

Nähere Informationen zu den einzelnen Fördermöglichkeiten und welche Zuschüsse Sie für die Media Workshops einlösen können, finden Sie auf unserer Webseite.

## NICHTS MEHR VERPASSEN ... UNSER NEWSLETTER

Wir halten Sie auf dem Laufenden! In unserem Newsletter informieren wir Sie regelmäßig über Neuigkeiten und Aktionen rund um unser Seminarprogramm - so verpassen Sie nie wieder neue Themen, Termine, Angebote, tolle Gewinnspiele und vieles mehr.



Melden Sie sich gleich hier zum Newsletter an: [www.media-workshop.de/newsletter.htx](http://www.media-workshop.de/newsletter.htx)

## WEITERBILDUNG ... MIT QUALITÄT

Seit 2012 tragen wir das Prüfsiegel „Geprüfte Weiterbildungseinrichtung“, welches Kundenschutz, transparente Teilnahmebedingungen und verbindliche Qualitätsstandards für unsere Seminare gewährleistet.



Das Prüfsiegel wird von dem gemeinnützigen Verein Weiterbildung Hamburg e.V. vergeben.

\* Weitere Infos zu den einzelnen Konditionen finden Sie auf unserer Webseite unter [www.media-workshop.de](http://www.media-workshop.de).

## KLASSISCHE PR UND MEDIENARBEIT



Eine Pressemitteilung schreiben, ein Interview vor laufender Kamera geben, ein Thema in einer Fachzeitschrift platzieren oder die Bildrechte für die eigene Webseite klären: Wer das Handwerkszeug guter Presse- und Medienarbeit beherrscht, trägt gezielt zum Erfolg der Unternehmenskommunikation bei. In unseren Media Workshops lernen Berufsanfänger und Quereinsteiger in der PR die Grundlagen professioneller Öffentlichkeitsarbeit. Pressesprecher und Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation trainieren den souveränen Umgang mit Medienvertretern in Interviewsituationen. Und PR-Profis entwickeln einen strategischen Krisenplan oder lernen, wie man mit Hilfe eines professionellen Issue Managements Krisensituationen frühzeitig identifiziert und abwehrt.

### PRESSEARBEIT FÜR EINSTEIGER

#### Das 1x1 im Umgang mit Journalisten und Medien

Wer die Grundlagen der Pressearbeit beherrscht, trägt gezielt und effizient zum Erfolg der Unternehmenskommunikation bei. Welche Themen haben Nachrichtenwert und welche formalen Standards gelten für eine Pressemitteilung? Was können Blogs und Twitter leisten? Wie wird ein Presseverteiler aufgebaut oder eine Pressekonferenz organisiert? Regeln, Gewohnheiten und Profi-Tricks: In diesem Media Workshop lernen Sie die Grundlagen und Instrumente erfolgreicher Presse- und Medienarbeit. Außerdem üben Sie, Ihre Presstexte zu optimieren.

#### Themenschwerpunkte

- Inhalt, Form und Aufbau einer Pressemitteilung
- Kriterien des Informations- und Nachrichtenwertes
- praktische Übungen zum journalistischen Schreiben
- Einblick in die Denk- und Arbeitsweise von Redakteuren
- eine Pressekonferenz ausrichten und weitere Instrumente erfolgreicher Pressearbeit

#### Lernziele

In diesem Seminar lernen Sie die formalen und inhaltlichen Standards von Pressemitteilungen kennen. Sie trainieren das Formulieren von Überschriften und das Anfeuern von Texten, z.B. für Mitarbeiterzeitungen und Kundenzeitschriften. Sie wissen, wie Sie persönliche Kontakte zu Journalisten und Redaktionen knüpfen und einen Presseverteiler aufbauen und pflegen. Sie üben, eine Pressekonferenz zu organisieren.

#### Teilnehmergruppe

- Kurs für Einsteiger in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
- Die Weiterbildung richtet sich an alle, die die Grundlagen der Pressearbeit erlernen möchten.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	980 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termine:</b>	30. Nov. und 1. Dez. 2015 in Leipzig 22. und 23. Februar 2016 in Hamburg 12. und 13. September 2016 in Hamburg



#### Referent

**Joachim Barmwoldt** ist freiberuflicher Journalist und besitzt langjährige Erfahrung als Trainer für Pressearbeit und kreatives Schreiben.

# PRESSEARBEIT FÜR FORTGESCHRITTENE

## Neue Strategien für Ihre PR

Sie beherrschen die grundlegenden Instrumente der PR und die Abläufe in der Pressearbeit sind eingespielt. Trotzdem möchten Sie die Effizienz Ihrer Öffentlichkeitsarbeit steigern, auf Krisen optimal vorbereitet sein und die neuen Trends der Online-PR integrieren? Sie wollen die Kommunikationswirkung messen und Erfolge dokumentieren, um Ihr PR-Budget zu sichern? Und wie sieht nach all dem Hype um Social Media überhaupt die Pressestelle der Zukunft aus? Wie sollten Sie Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ausrichten, um auch weiterhin für Ihr Unternehmen den bestmöglichen Kommunikationserfolg zu liefern? Dieser Media Workshop unterstützt Sie, die (neuen) Potenziale Ihrer PR-Arbeit zu entdecken und auszuschöpfen. Bringen Sie frischen Wind in Ihre Presstexte und lernen Sie, aus Einzelaktivitäten strategisch geplante Kampagnen zu machen.

### Themenschwerpunkte

- Effizienz der Kommunikation steigern
- Kampagnen konzipieren
- anschauliche PR-Evaluation
- Krisenkommunikation managen
- erfolgreiche Konzepte für Online-PR und Social Media
- Best Practice Beispiele

### Lernziele

Sie erkennen Verbesserungspotenziale in Ihrer bestehenden PR-Arbeit und wissen, wie Sie aus Einzelaktivitäten Kampagnen strategisch planen. Sie lernen, wie Sie Ihre Themen zuspitzen, Ihre Botschaften journalistisch formulieren und Redakteure und Leser gezielter erreichen. Sie können die Effizienz und die vertriebsunterstützende Wirkung Ihrer Pressearbeit anhand von Instrumenten verbessern. Sie erfahren, wie Sie Kommunikationskrisen erfolgreich bewältigen und auf negative Berichterstattungen reagieren.

### Teilnehmergruppe

- Die Weiterbildung richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeiter aus der PR- und Öffentlichkeitsarbeit mit langjähriger Erfahrung, die neue Ideen und Anregungen suchen.
- Kurs für Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation, die frischen Wind in ihre bestehende Pressearbeit bringen wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 11. und 12. April 2016 in Hamburg  
17. und 18. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Jörg Forthmann** ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet Seminare zu Pressearbeit und Krisenkommunikation.

## STRATEGISCHES THEMENSETTING

### Themen finden und gezielt auf die Agenda bringen

Kommunikation ist nur dann erfolgreich, wenn gute Geschichten zum richtigen Zeitpunkt gezielt auf die öffentliche Agenda gebracht werden. Doch der Kampf um Aufmerksamkeit ist hart. Nur interessante Ansätze lassen sich platzieren. Sie möchten wissen, wie Sie gute Themen finden und deren Einsatz strategisch planen? Sie wollen spannende Storys entwickeln, um diese in den verschiedenen Medien wiederzufinden? Dieser Media Workshop zeigt Ihnen, wie Sie strategisches Themensetting in der Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich einsetzen können.

### Themenschwerpunkte

- Instrumente und Methoden effektiver Themenfindung und -entwicklung
- Agendasetting: das richtige Timing für die Themenplatzierung
- Erwartungen von Journalisten an gute Themen und Storys
- Grundlagen und Bedeutung eines strategischen Themenplans
- optimale Aufbereitung für verschiedene Medien
- effektives Monitoring von Themen und Trends
- praktische Übungen zu Kreativitätstechniken für die Themenfindung

### Lernziele

Sie kennen die Instrumente und Methoden effektiver Themenfindung und Themenentwicklung und wissen, wie Sie mediengerechte Themen für Ihr Unternehmen, Ihre Organisation oder Ihr Produkt spannend aufbereiten und zeitgenau anbieten. Sie wissen, wie Sie Thementrends in den Medien systematisch beobachten und einen strategischen Themenplan erstellen. Sie erfahren, worauf Journalisten und Redakteure bei der Themenauswahl besonders Wert legen und überprüfen Ihre bisherige Strategie.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Pressesprecher und Kommunikationsfachleute, die für ihre Public Relations Geschichten entwickeln und mit einem strategischen Themenplan arbeiten wollen.
- Dieser Kurs richtet sich an Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation, die Themensetting in der Pressearbeit einsetzen möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 29. Feb. und 1. März 2016 in Frankfurt a. Main  
15. und 16. September 2016 in Leipzig  
5. und 6. Dezember 2016 in Hamburg



### Referent

**Matthias Kutzscher** ist Geschäftsführer der Agentur Sition Property Marketing GmbH und entwickelt für Unternehmen strategische Kommunikationskonzepte und kreative Marketingmaßnahmen.

## KRISEN-PR

### Professionelle Krisenkommunikation für den Ernstfall

Großschadensereignisse, Produktmängel, Betriebsunfälle – eine Krisensituation ist eine ernsthafte Bewährungsprobe für die Unternehmenskommunikation. Eine fehlerhafte, verspätete oder unterbliebene Reaktion kann schwerwiegende Folgen nach sich ziehen und das Image eines Unternehmens oder einer Marke erheblich gefährden. Sie möchten einem Krisenfall mit den richtigen operativen und kommunikativen Werkzeugen begegnen? Sie wollen die richtigen Worte für Medien, Mitarbeiter und vor allem die Betroffenen finden? Dieser Media Workshop hilft Ihnen bei der Vorbereitung eines strategischen Krisenplans und vermittelt Ihnen die notwendige Sicherheit für den Ernstfall.

#### Themenschwerpunkte

- operative und kommunikative Strategien
- Kommunikationsstrukturen für wirkungsvolle Pressearbeit in der Krise aufbauen
- strategische und organisatorische Maßnahmen zur Krisenprävention (Risikoanalyse, Medienbeobachtung, Krisenhandbuch)
- zeitgemäße Kommunikationstechniken in der Krisen-PR
- Schadensbegrenzung bei investigativen Journalisten
- Umgang mit der Krise 2.0: Darksite, Twitter, Facebook
- Tipps und Tools zum Krisenmanagement

#### Lernziele

Sie lernen die Instrumente der Krisenkommunikation kennen und können vorbeugende Maßnahmen treffen. Sie proben den Ernstfall und entwickeln die passenden Botschaften für Ihre interne und externe Kommunikation. Sie können mit Sofortmaßnahmen im Ernstfall reagieren, wie zum Beispiel einen Krisenstab aktivieren, Dienstleister einbinden und eine Pressemitteilung vorbereiten. Sie erfahren, wie Sie einen Krisenplan selbst erarbeiten und eine Krisensituation über die passenden Kommunikationskanäle souverän managen.

#### Teilnehmergruppe

- Die Weiterbildung richtet sich an Pressesprecher und Mitarbeiter in PR und Unternehmenskommunikation, die sich auf die Bewältigung von vorhersehbaren und unvorhersehbaren kritischen Ereignissen vorbereiten möchten oder müssen.
- Kurs für Führungskräfte und Kommunikatoren von Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Behörden, die für die Krisen-PR verantwortlich sind.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 11. und 12. November 2015 in Hamburg

21. und 22. April 2016 in München

7. und 8. November 2016 in Hamburg



#### Referent

**Jörg Forthmann** ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet Seminare zu Pressearbeit und Krisenkommunikation.

## KRISEN-PR

### Organisation, Kommunikation und Bewältigung von Krisen

Wenn die Reputation eines Unternehmens Schaden nimmt, zeigt sich das nicht selten im Aktienkurs und an der Verkaufsfond. Internet und soziale Medien erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass aus einem Vorfall eine Krise wird. Rechtzeitige Krisenprävention hilft, Schaden zu vermeiden: Feuerlöscher und Rauchmelder installiert man, bevor es brennt! Wer vorbereitet ist, hat bessere Chancen und kann auch die Potentiale nutzen, die in jeder Krise stecken. Sie verantworten die organisatorische und kommunikatorische Bewältigung von Krisen Ihres Unternehmens? Sie möchten einer Krisensituation mit den richtigen Werkzeugen begegnen? Der strategische Krisenplan soll gut vorbereitet sein? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen die notwendige Sicherheit.

#### Themenschwerpunkte

- Arten und Früherkennung von Krisen
- Verlauf und Dynamik von Krisen
- Arbeitsweise von Journalisten und Medien in Krisensituationen
- Aufbau eines nationalen oder internationalen Krisenmanagements
- Media Relations während der Krise
- Social Media in der Krise sowohl Gefahr als auch Chance: eine neue Qualität in der Kommunikation

- Erarbeitung von Konzepten für Krisenmanagement und Krisenkommunikation

#### Lernziele

Sie beugen Krisen vor und erkennen diese frühzeitig. Sie lernen die Instrumente des Krisenmanagements kennen. Sie wissen, wie Sie Ihre Krisenkommunikation organisatorisch vorbereiten und im Unternehmen implementieren. Sie schätzen die Bedeutung der Medien und Social Media für die kommunikative Verbreitung von Krisen richtig ein. Sie erarbeiten Krisenmanagement- und Kommunikationskonzepte, die Sie dabei unterstützen, eine Krisensituation souverän zu managen. Sie erhalten ein Set von praxiserprobten Checklisten, die bei der Krisenprävention helfen.

#### Teilnehmergruppe

- Seminar für Führungskräfte und Kommunikationsexperten aus Unternehmen oder Organisationen, die sich mit potenziellen Risiken oder Krisen und deren Bewältigung auseinandersetzen müssen.
- Die Weiterbildung richtet sich an Pressesprecher und Mitarbeiter in PR und Unternehmenskommunikation, die für die Krisen-PR verantwortlich sind.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** CHF 1'590 / 1.310 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termin:** 26. und 27. September 2016 in Zürich



#### Referent

**Peter Metzinger** ist Gründungspartner und Geschäftsführer von The Reputation Rescue Company AG in Zürich. Er beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit Krisenkommunikation und unterstützt zahlreiche Kunden dabei, Krisen zu bewältigen.



# MEDIENTRAINING VOR KAMERA UND MIKROFON

## Souveräne Interviews und starke Statements

Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen bekommen immer wieder Interviewanfragen und müssen Statements formulieren, die das Wesentliche in aller Kürze auf den Punkt bringen sollen. Neben der Chance zur positiven Darstellung des Unternehmens und der eigenen Person bergen Interviewsituationen aber auch Risiken. Sie möchten wissen, was Journalisten von Ihnen erwarten? Sie wollen für Interviews, vor allem mit Journalisten von TV und Hörfunk, gewappnet sein und souveräne Statements abgeben? In diesem Medientraining lernen Sie, Interviews richtig vorzubereiten, professionell mit Medienvertretern umzugehen und Ihre Botschaften in publikumswirksame Statements zu verpacken.

### Themenschwerpunkte

- professionell auf Presseinterviews vorbereiten
- zielgerichtet argumentieren und überzeugen
- Botschaften als Statements formulieren
- kritische Fragen gewinnbringend nutzen
- Umgang mit Aufregung und Anspannung
- Sicherheit bei Radio- und Telefoninterviews
- die persönliche Präsenz vor der Kamera steigern
- in der Krise professionell auftreten

### Lernziele

Sie erarbeiten in Kleingruppen und mit der Referentin individuelle Argumentationstechniken und optimieren Ihre persönliche Präsenz bei Interviews. Sie wissen, wie Sie mit Interviewanfragen umgehen und können knackige Statements formulieren. Sie trainieren, wie Sie Ihre Stimme, Körpersprache, Mimik und Gestik authentisch einsetzen und sicher vor der Kamera auftreten. Sie erfahren, wie Sie in Krisensituationen professionell mit Journalisten umgehen und investigative Fragen souverän beantworten.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Pressesprecher, Pressereferenten und Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen, die Interviewanfragen beantworten müssen.
- Dieser Kurs richtet sich an alle, die sich und ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit präsentieren und vor der Kamera oder am Telefon überzeugen wollen.

**Hinweis:** Das Seminar wird in Hamburg von Angela Michael und in Köln von Alice Häuser gehalten.

**Teilnehmerzahl:** 5 – 9 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 23. und 24. November 2015 in Hamburg  
29. Februar und 1. März 2016 in Hamburg  
20. und 21. Juni 2016 in Köln  
28. und 29. November 2016 in Hamburg



### Referentin

**Angela Michael** ist Medientrainerin, TV-Journalistin, Moderatorin, systemische Beraterin und Mental-Coach.



### Referentin

**Alice Häuser** ist Geschäftsführerin der AH-TV Film- und Fernsehproduktion.

## MEDIEN- UND PR-RECHT

### Rechtliche Grundlagen für Print, Internet und Social Media

PR-Arbeit ist nicht nur mit Blick auf die Reputation von Unternehmen und Behörden immer wichtiger, sondern im multimedialen Zeitalter auch immer komplexer geworden. Neben dem formalen „Handwerkszeug“ ist es daher unerlässlich, auch den rechtlichen Rahmen für PR-Arbeit zu kennen. Denn die Regeln und Gesetze sind vielfältig und können im Einzelfall folgenschwer sein. Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen die wichtigsten Rechtsgrundlagen und veranschaulicht rechtliche Fallstricke bei der eigenen PR-Arbeit. Die Referenten gehen auch auf die Bereiche Web und Social Media und die Möglichkeiten rechtlichen Vorgehens gegen öffentliche Aussagen anderer ein.

### Themenschwerpunkte

- rechtliche Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit: Ehr- und Persönlichkeitsschutz, allgemeines Persönlichkeitsrecht, Schutz des Unternehmenspersönlichkeitsrechts, Urheberrecht
- Informations- und Auskunftspflicht: Ansprüche der Presse aus § 4 LPG auf Auskunft, Gleichbehandlung, Hausrecht, Ansprüche von Privatpersonen
- Recht der Wort- und Bildberichterstattung
- Instrumentarien wie Unterlassung, Schadensersatz, Berichtigung, Gegendarstellung

- Rechte an Fotos und anderen Materialien
- Recht am gesprochenen Wort: Hintergrundgespräch, Exklusivinterview, Zitate
- Pressearbeit im Wettbewerb
- Reaktion auf Veröffentlichungen von Staatsanwaltschaften oder Aufsichtsbehörden
- Besonderheiten von Online-/sozialen Medien

### Lernziele

Sie lernen die rechtlichen Stolperfallen der PR-Arbeit kennen. Sie wissen, welche grundlegenden Bestimmungen Sie in den Bereichen Medienrecht, Pressegesetze und Internetrecht für Ihre Kommunikation beachten müssen. Sie sind sensibilisiert für mögliche Rechtsverletzungen, die im Umgang mit Texten und Bildern in der Pressearbeit und in der Online-Kommunikation auftreten können.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen, die einen Überblick über die relevanten Rechtsgrundlagen aus Medienrecht und Pressegesetzen bekommen und Sicherheit im Umgang mit rechtlichen Fragen gewinnen wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 25. Januar 2016 in Hamburg  
31. August 2016 in Hamburg



### Referent

**Dr. Stefan Engels** ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und seit Oktober 2011 Partner am Hamburger Standort von Bird & Bird.



### Referentin

**Verena Haisch** ist Counsel und seit 2011 im Hamburger Büro von Bird & Bird. Ihr Schwerpunkt liegt auf Medienrecht.

# MARKENRECHT, TITELRECHT, DOMAINRECHT

## Grundlagen des Kennzeichenrechts in Print, Internet und Social Media

Ein neues Produkt kommt nicht mehr ohne einen einprägsamen Namen aus. Doch bei der Namensfindung und Absicherung des Kennzeichens lauern rechtliche Fallen. Wie können Kennzeichen bestmöglich abgesichert werden und welche Kosten sind damit verbunden? Dieser Media Workshop stellt die Grundlagen des Marken-, Titel- und Domainrechts vor. Anhand von Beispielen wird veranschaulicht, was bei der Auswahl neuer Kennzeichen zu beachten ist. Zudem wird beleuchtet, wie man seine Kennzeichen gegen Dritte verteidigt und was droht, wenn man selbst Ansprüchen ausgesetzt ist.

### Themenschwerpunkte

- Grundlagen des Marken-, Titel- und Domainrechts
- Marken- und Titellentwicklung, Namensfindung einschließlich Trademark Clearance
- das internationale Markensystem
- Anmeldestrategien für Marken, Titel und Domains einschließlich Markenformen
- Ablauf des Anmeldeverfahrens
- Marken-/Kennzeichenpflege: Verteidigung von Kennzeichenrechten
- Ansprüche bei Verletzung von Kennzeichenrechten

- kennzeichenrechtliche Verträge
- Kennzeichenrecht im Internet und auf Social Media Plattformen
- Exkurs angrenzende Schutzsysteme: Designrecht, Urheberrecht, Firmenrecht

### Lernziele

Sie werden anhand konkreter Fälle mit den Grundlagen des Marken-, Titel- und Domainrechts vertraut gemacht. Sie lernen, welche Möglichkeiten der rechtlichen Absicherung von Marken, Titeln und Domains es im In- und Ausland gibt, einschließlich der damit verbundenen Kosten. Sie erfahren, was bei der Namensfindung und Einführung neuer Produkte kennzeichenrechtlich zu beachten ist und wie Risiken ausgeschlossen bzw. minimiert werden können. Sie kennen mögliche Rechtsverletzungen und Besonderheiten des Kennzeichenrechts im Internet sowie Social Media.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus Kommunikation und Marketing, die sich einen Überblick über die Rechtsgrundlagen verschaffen möchten und die Sicherheit im Umgang mit Rechtsfragen rund um Kennzeichenrechte gewinnen wollen.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	18. November 2015 in Hamburg 24. Februar 2016 in Hamburg 6. Oktober 2016 in Hamburg



**Referentin**  
**Dr. Ulrike Grübler**  
ist Rechtsanwältin und Partnerin im Hamburger Büro von Bird & Bird und spezialisiert auf Marken-, Titel- und Domainrecht.



**Referent**  
**Michael Schidler**  
ist Associate im Hamburger Büro von Bird & Bird und spezialisiert auf Kennzeichenrecht und die neuen Medien.

# ERFOLGSKONTROLLE IN DER PR

## Wie Sie die Effektivität Ihrer PR-Arbeit messen

Für effektive PR-Arbeit im Internet ist es wichtig, die Wirksamkeit der Kommunikation zu messen und die Erfolge zu dokumentieren. Doch wie lässt sich die Kommunikationswirkung einzelner Maßnahmen oder ganzer Kampagnen kontrollieren? Was gibt es bei der Dokumentation zu beachten? Wie können „Clippings“ bewertet werden? Wie interpretiert man Nutzungsstatistiken von Webseiten oder Social Media? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen aktuelle Ansätze und Argumente für die PR-Evaluation.

### Themenschwerpunkte

- Einführung in die Messbarkeit von Kommunikation
- Argumente für die Evaluation der Online-Medienarbeit
- Ziele definieren und messbar machen
- Instrumente der PR-Evaluation für die klassische PR: von Presse-monitoring bis Medienresonanzanalyse
- Instrumente der PR-Evaluation für Online-PR: von der Webstatistik zur Evaluation von Social Media Maßnahmen
- Controlling einzelner Instrumente wie Pressemeldungen, Newsletter, Corporate Website und soziale Netzwerke
- Reporting

### Lernziele

Sie erhalten grundlegende Kenntnisse zur Erfassung, Bewertung und Kontrolle der PR-Prozesse, um die Effektivität Ihrer PR-Arbeit zu messen. Sie verstehen, wie Sie den Prozess der Evaluation von der Datenerhebung bis zur Auswertung steuern. Sie lernen die Instrumente und Kennziffern zur Erfolgsmessung und Erfolgsdokumentation der Online-PR kennen.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für alle, die im Bereich Pressearbeit, PR, Öffentlichkeitsarbeit und Online Relations tätig sind und grundlegendes Wissen über die Evaluation und Dokumentation von PR erwerben möchten.
- Dieser Kurs richtet sich an Mitarbeiter aus Organisationen, Unternehmen und PR-Agenturen, die für die Evaluation und Erfolgskontrolle ihrer Pressearbeit verantwortlich sind.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	27. April 2016 in Hamburg 9. September 2016 in Köln



**Referent**  
**Jörg Hoewner**  
ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf.



**Referent**  
**Oliver Plauschnat**  
ist Mitglied der Geschäftsleitung und verantwortet bei pressrelations den Bereich Research.

# ISSUE MANAGEMENT – Instrumente und Maßnahmen zur Steuerung unternehmensrelevanter Themen

Neu!

Viele Unternehmen beschäftigen sich erst mit einer Krise, wenn sie sich bereits entwickelt oder sogar schon voll entfaltet hat. Dann ist es jedoch meist zu spät, die öffentliche Diskussion von der eigenen Seite aus zu steuern und die Reputation eines Unternehmens kann erheblichen Schaden nehmen. Tatsächlich lassen sich Krisenpotentiale weit im Vorfeld identifizieren und abwehren. Mit Hilfe eines klugen Issue Managements können Unternehmen nicht nur Kommunikationskrisen rechtzeitig vermeiden, sondern auch in der Öffentlichkeit aufkommende Themen als Chance aufgreifen, das eigene Image nachhaltig zu gestalten. Doch wie filtert man aus der täglichen Informationsflut unternehmensrelevante Themen heraus? Wann wird eine Meldung überhaupt zu einem Issue? Und wie können Unternehmen die vorhandene Aufmerksamkeit bestenfalls als Chance nutzen? In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie relevante Themen für Ihr Unternehmen frühzeitig erkennen, wie Sie kritische Issues entschärfen oder sich auf die Krisenkommunikation strukturiert vorbereiten.

## Themenschwerpunkte

- Grundlagen zu Organisation und Ablauf von Issue Management
- Implementierung von Issue Management im Unternehmen
- Chancen und Risiken frühzeitig erkennen

- unternehmensrelevante Themen systematisch aufspüren, analysieren und bewerten
- Umsetzung von Maßnahmen
- Themen selbst auf die öffentliche Agenda bringen
- Best Practice Beispiele

## Lernziele

Sie lernen, wie man sich mit Hilfe eines professionellen Issue Managements auf Kommunikationskrisen vorbereitet. Sie wissen, wie Sie frühzeitig Problemfelder beseitigen, sich argumentativ vorbereiten und sich rechtzeitig um glaubwürdige Verbündete kümmern. Der Referent macht Sie mit Instrumenten vertraut, die Ihnen helfen sollen, die öffentliche Diskussion systematisch zu beobachten. Das Gelernte wird an Praxisbeispielen aufgezeigt und in Gruppenarbeiten geübt.

## Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Pressesprecher und Mitarbeiter in PR und Unternehmenskommunikation, die sich auf die Bewältigung von vorhersehbaren und unvorhersehbaren kritischen Ereignissen vorbereiten möchten oder müssen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termin:** 27. und 28. Juni 2016 in Hamburg



## Referent

**Jörg Forthmann** ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet Seminare zu Pressearbeit und Krisenkommunikation.

# DATENJOURNALISMUS IN DER PR

## Aus trockenen Daten, Zahlen und Fakten spannende Geschichten entwickeln

Die relativ neue journalistische Disziplin „Datenjournalismus“ analysiert große Datenmengen, um interessante Zusammenhänge zu entdecken und spannend zu vermitteln – und idealerweise einen „Scoop“ zu landen, wie es beispielsweise einer Gruppe großer Zeitungen mit den sogenannten Offshore-Leaks gelungen ist. Kurz gesagt, es geht um die Sammlung, Analyse, graphische Aufarbeitung und Veröffentlichung öffentlich zugänglicher Informationen. Vor allem geht es jedoch darum, den Umgang mit den immer größer werdenden Datenmengen zu lernen und aus ihnen berichtenswerte Erkenntnisse zu gewinnen. Sie wollen Ansatzpunkte des Datenjournalismus auf die Unternehmenskommunikation und die PR übertragen? Sie möchten wissen, wie Sie Datenberge verständlich, informativ und unterhaltsam für Ihre Kunden aufbereiten? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie komplexe Zusammenhänge möglichst einfach und für jeden greifbar machen.

## Themenschwerpunkte

- Einführung in das datenjournalistische Arbeiten
- Vorstellung von Beispielen aus dem Journalismus
- Einsatzbereiche in der PR
- die Basis: Datenverfügbarkeit, Daten bereitstellen, Open Data
- die Arbeit: Datenauswertung

- das Ergebnis: multimediale Darstellungsformate und Interactive Storytelling
- Übertragung auf Themen aus der PR und eigene Projekte

## Lernziele

Sie haben Grundkenntnisse vom Datenjournalismus und lernen Methoden kennen, um innovative Kommunikationsangebote in der PR zu entwickeln. Sie kennen typische Einsatzbereiche und können einschätzen, welche Möglichkeiten die Datenanalyse in konkreten Projekten eröffnet. Sie analysieren die Möglichkeiten und Formate des Datenjournalismus und wenden das Gelernte in eigenen Aufgaben an. Sie lernen aktuelle Beispiele von Qualitätsmedien wie „Die Zeit“, „The Guardian“ oder „New York Times“ kennen, die Datenanalyse und Storytelling geschickt verbinden.

## Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die im Bereich Pressearbeit, PR, Öffentlichkeitsarbeit, Nachhaltigkeitskommunikation, Investor Relations und Online Relations bei Organisationen, Unternehmen und Agenturen tätig sind und Basis-Wissen über die Einsatzmöglichkeiten datenjournalistischer Methoden erwerben möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termin:** 29. Januar 2016 in Berlin



## Referent

**Jörg Hoewner** ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation und arbeitet als Berater für digitale Unternehmenskommunikation in Düsseldorf.

## SCHREIBEN FÜR PR UND MARKETING



In Zeiten, in denen das Internet die Leser mit Informationen und Bildern überschwemmt, müssen PR- und Marketingtexte nicht nur prägnant, sondern gleichzeitig auch spannend und unterhaltsam formuliert sein. Wenn ein Text nicht von Anfang an fesselt, hat er kaum eine Chance, gelesen zu werden und geht in der Informationsflut schnell unter. Möchten Sie wissen, wie Ihre Nachrichten und Meldungen Ihre Zielgruppen erreichen? Wollen Sie erfahren, wie Redaktionen ticken und wie Sie Ihre Informationen mediengerecht aufbereiten? Oder brauchen Sie mehr Sicherheit bei den Regeln der deutschen Rechtschreibung und wollen effektiver redigieren? In unseren praxisnahen Seminaren lernen Sie, die richtigen Worte zu finden und sowohl Ihre Leser als auch Ihre Zuhörer zu begeistern. Frischen Sie Ihre Texte auf, lernen Sie, Stilmittel und sprachliche Bilder gezielt einzusetzen und trainieren Sie kreative Schreibmethoden.

## CRASHKURS EFFIZIENTES KORREKTURLESEN UND NEUE DEUTSCHE RECHTSCHREIBUNG – Texte professionell prüfen

Das Schreiben von Pressemitteilungen, Broschürentexten, Werbeanzeigen oder Kundenkorrespondenz gehört zum täglichen Geschäft. Das Korrekturlesen eigener Texte oder der Texte von Kollegen ist wichtiger Teil dieser Aufgabe. Eigentlich fühlen Sie sich dabei sicher, doch schleichen sich manchmal Fehler ein? Wollen Sie nach erneuter Überarbeitung der Rechtschreibregeln 2009 Ihre Kenntnisse auffrischen? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Texte systematisch und pragmatisch prüfen und damit Ihren Zeitaufwand für das Korrekturlesen reduzieren.

### Themenschwerpunkte

- Rechtschreibung nach amtlichen Regeln und den Standards der Nachrichtenagenturen
- richtige Benennung und Schreibweisen (Großschreibung, Kleinschreibung, Anglizismen)
- standardisierte Formalia
- Zeichensetzungsregeln und richtige Worttrennung
- die wichtigsten Instrumente des Korrekturlesens

### Lernziele

Sie werden in der Lage sein, Rechtschreibfehler und Zeichensetzungsfehler, uneinheitliche Benennungen und Schreibweisen sowie unkorrekte Formalia mit System zu finden. In einem Übungsteil haben Sie die Möglichkeit, die vorgestellten Regeln und Verfahren an Beispieltexten anzuwenden. Auf Wunsch können Sie eigene Texte im Seminar Korrektur lesen. Sie kennen die wichtigsten Techniken des Korrekturlesens und werden eigene und fremde Texte schneller und effizienter redigieren.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die eigene und fremde Texte Korrektur lesen müssen.
- Kurs für Mitarbeiter in PR, Marketing, Werbung oder Sekretariaten, die Texte effizienter verfassen oder korrigieren wollen.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	8 – 15 Personen
<b>Preis:</b>	450 Euro zzgl. 19% MwSt. / CHF 780
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 16:30 Uhr
<b>Termine:</b>	15. Februar 2016 in Berlin 30. Mai 2016 in Zürich 22. Juni 2016 in Hamburg 23. November 2016 in Frankfurt am Main



### Referentin

**Lisa Walgenbach** ist Sprachwissenschaftlerin und seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung, deutsche Grammatik und Techniken des Korrekturlesens.

# EFFIZIENTES KORREKTURLESEN FÜR BANKEN UND DIE FINANZBRANCHE – Cashflow, Cash-Flow oder Cash-flow?

Wieder im Programm!

Der Berufsalltag bei Banken, Finanzdienstleistern und Unternehmensberatungen verlangt, fehlerfreie Informationen zu verfassen und zu verbreiten. Das Korrekturlesen eigener Texte oder der Texte von Kollegen ist dabei wichtiger Teil dieser Aufgabe. Eigentlich fühlen Sie sich sicher im Umgang mit Zeichensetzungsregeln und den richtigen Schreibweisen von Fachbegriffen aus der Finanzwelt, doch schleichen sich manchmal Fehler ein? Wollen Sie nach erneuter Überarbeitung der Rechtschreibregeln 2009 Ihre Kenntnisse auffrischen? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Texte systematisch und pragmatisch prüfen und damit Ihren Zeitaufwand für das Korrekturlesen reduzieren.

## Themenschwerpunkte

- Rechtschreibung nach amtlichen Regeln
- Zeichensetzungsregeln und richtige Worttrennung
- richtige Benennungen und Schreibweisen (Großschreibung, Kleinschreibung, Anglizismen)
- Fachausdrücke aus den Bereichen Bankwesen, Finanzwelt und Wirtschaftsprüfung
- standardisierte Formalia
- die wichtigsten Instrumente des Korrekturlesens

## Lernziele

Sie werden in der Lage sein, Rechtschreibfehler und Zeichensetzungsfehler, uneinheitliche Benennungen und Schreibweisen sowie unkorrekte Formalia mit System zu finden. In einem Übungsteil haben Sie die Möglichkeit, die vorgestellten Regeln und Verfahren an Beispieltexten anzuwenden. Auf Wunsch können Sie eigene Texte im Seminar Korrektur lesen. Sie kennen die wichtigsten Techniken des Korrekturlesens und werden Ihre eigenen wie auch fremde Texte schneller und effizienter redigieren.

## Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Mitarbeiter in Banken, Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, die Texte verfassen, redigieren und korrigieren.
- Der Kurs richtet sich an alle, die Fachinformationen für Finanzdienstleistungen verfassen müssen.

**Teilnehmerzahl:** 8 – 15 Personen

**Preis:** CHF 780 / 746 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 16:30 Uhr

**Termin:** 26. August 2016 in Zürich



## Referentin

**Lisa Walgenbach** ist Sprachwissenschaftlerin und seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung, deutsche Grammatik und Techniken des Korrekturlesens.

# PRESSEMITTEILUNGEN SCHREIBEN

## Was Redaktionen von Presstexten erwarten

Grundlagen-seminar

Obwohl Pressemitteilungen ein wichtiges Instrument der Pressearbeit sind, landen neun von zehn im Redaktionspapierkorb oder werden gelöscht. Dabei sind Journalisten auf diese Informationen angewiesen. Welche Erwartungen haben Redakteure an Inhalt, Aufbau und Timing eines Presstextes? Welche Nachricht fesselt ihre Aufmerksamkeit und wird deshalb gedruckt oder gesendet? Was ist bei Produkt-Pressemitteilungen oder Pressemitteilungen für das Web zu beachten? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen das Handwerkszeug und zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Pressemitteilungen mediengerecht verfassen.

## Themenschwerpunkte

- Erwartungen der Redaktionen an Pressemitteilungen
- Nachrichtenfaktoren zur Bewertung von Informationen
- Gliedern und Schreiben von Presstexten
- die äußere Form der Pressemitteilung
- mediengerechter Schreibstil
- Besonderheiten von Produkt-PMs und PMs fürs Web

## Lernziele

Sie lernen, Ihre Themen als Informationen mit Nachrichtenwert zu formulieren. Sie kennen die formalen Standards einer Pressemitteilung und üben, gelungene Pressemitteilungen zu schreiben. Dabei können Sie eigene mitgebrachte Textentwürfe optimieren. Sie erfahren, wie und wann Sie Redaktionen mit Ihrer Pressemitteilung erreichen.

## Teilnehmergruppe

- Kurs für Berufseinsteiger, Volontäre und PR-Referenten, die sich Grundkenntnisse aneignen oder diese auffrischen möchten.
- Weiterbildung für Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb, die sich mit der Pressearbeit befassen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 3. Februar 2016 in Hamburg  
24. Oktober 2016 in Leipzig



## Referent

**Dr. Gerd Kalkbrenner** berät Unternehmen in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und trainiert Führungskräfte im Umgang mit den Medien. Er ist ausgebildeter PR-Berater (DIPR).

# SPRECHSTUNDE PRESSEMITTEILUNG

## Eigene Texte analysieren, redigieren, optimieren

Intensivkurs für Fortgeschrittene

Pressemitteilungen stehen im harten Wettbewerb. Da lohnt es sich, das „Haben wir schon immer so gemacht“ einmal zu hinterfragen. Zieht das Thema? Stimmt der Einstieg? Sind die Fakten vollständig? Lässt sich der Text leicht lesen? Sind journalistische Konventionen berücksichtigt? Informiert die Überschrift? In der Sprechstunde Pressemitteilung finden Sie die Antworten. Gemeinsam diagnostizieren wir Schwächen und schreiben mit Textmarker und Löschstaste zum Eingriff. Am Ende heißt es: Operation gelungen, Text freigegeben für den Versand!

### Themenschwerpunkte

- Aufbau einer mediengerechten Pressemitteilung
- Analyse der mitgebrachten Texte
- Optimieren der mitgebrachten Texte
- intensive Schreibübungen

### Lernziele

Sie lernen, Ihre Pressemitteilungen systematisch zu optimieren. Sie üben an Ihrem eigenen mitgebrachten Text und erhalten Tipps und Anregungen, damit Ihre Pressemitteilung von Journalisten und Redakteuren wahrgenommen wird.

Der Referent zeigt Ihnen Lösungen und Wege für einen zugkräftigen Satzbau und eine souveräne Schreibtechnik.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Mitarbeiter aus PR und Marketing mit langjähriger Erfahrung in der Pressearbeit, die neue Ideen und Anregungen für Ihre Presstexte suchen.
- Dieser Kurs eignet sich auch als Vertiefung für Teilnehmer des Workshops „Pressemitteilungen schreiben - Was Redaktionen von Presstexten erwarten“.

**Hinweis:** Dies ist ein praktischer Intensivkurs rund um das Texten von Pressemitteilungen. Die Teilnehmerzahl ist auf 6 Personen begrenzt.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	4 – 6 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	4. Februar 2016 in Hamburg 25. Oktober 2016 in Leipzig



### Referent

**Dr. Gerd Kalkbrenner** berät Unternehmen in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und trainiert Führungskräfte im Umgang mit den Medien. Er ist ausgebildeter PR-Berater (DIPR).

# SCHREIBWERKSTATT

## Presstexte leserorientiert schreiben und redigieren

Ein interessanter Text bindet den Leser bis zum letzten Satz. Doch oft ist es schwierig, die richtigen Worte zu finden. Die Kunst des Textens folgt bestimmten Regeln, die man sich aneignen kann. Sie müssen regelmäßig Texte schreiben oder redigieren? Sie möchten wissen, wie Wörter wirken und wie Sie Spannung in Ihren Text bringen? In diesem Media Workshop lernen Sie, wie Sie Texte stilvoller und leserorientiert verfassen.

### Themenschwerpunkte

- die neuesten Erkenntnisse der Sprachwirkungsforschung
- journalistische Sprache und Textformen (Bericht, Reportage, Porträt, Feature und Interview)
- wie Textaufbau und Sprachstil auf den Leser wirken
- leserorientierte Presstexte schreiben
- effektiv redigieren
- Übungen: eine Pressemitteilung schreiben und eigene Texte analysieren und redigieren

### Lernziele

In dieser Schreibwerkstatt lernen Sie, Texte nach den neuesten Erkenntnissen der Leserforschung zu verfassen. Sie wissen, wie Wortwahl, Satzstruktur und Textaufbau den Inhalt beeinflussen. Sie schärfen Ihren Blick für gelungene Texte, die bei Journalisten und Lesern ankommen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter von Pressestellen, PR-Verantwortliche und Kommunikationsfachleute.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die PR-Texte so verfassen möchten, dass sie Redakteuren positiv auffallen und beim Leser ankommen.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:30 bis 16:30 Uhr
<b>Termine:</b>	16. und 17. November 2015 in Hamburg 10. und 11. März 2016 in Frankfurt am Main 26. und 27. September 2016 in Hamburg



### Referent

**Peter Linden** unterrichtet Sprache, Sprachwirkung und journalistische Darstellungsformen an Universitäten, Journalistenschulen und in zahlreichen Verlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

# KREATIVES TEXTEN

## Anschauliche Presstexte verfassen

Aufmerksamkeit erregen und originelle Wortkreationen formulieren: Wer Texte verfasst, möchte seine Leser damit auch unterhalten. Doch die Suche nach kreativen Aufhängern, spannenden Informationen oder relevanten Nachrichten fällt in der täglichen Arbeit oft schwer. Sie schreiben Pressemitteilungen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden? Sie verfassen Porträts und Reportagen für eine Kundenzeitschrift oder Mitarbeiterzeitung? Bringen Sie mehr Kreativität in Ihre Presstexte und lassen Sie sich durch diesen Media Workshop inspirieren.

### Themenschwerpunkte

- kreative Methoden und Elemente beim Schreiben von Texten
- Grundlagen journalistischen Schreibens
- Inhalt und Aufbau von Texten für die PR und Öffentlichkeitsarbeit
- unterschiedliche Textformen wie Porträt, Bericht, Personenmeldung, Reportage, Interview und Feature
- kreative Schreibtechniken und Stilmittel
- effektiv redigieren
- praktische Schreibübungen und Textanalysen

### Lernziele

Sie optimieren Ihren Schreibstil und erzielen Wirkung durch aussagekräftige Überschriften, spannende Features und leicht lesbare Texte. Sie wissen, wie Sie die verschiedenen Textformen in der täglichen Pressearbeit einsetzen und kreative Elemente einbauen. Sie lernen, wie Sie aus Presseinformationen persönliche und bildhafte Texte machen, die Ihre Leser bis zum letzten Wort binden. Sie überwinden Schreibblockaden und vermeiden typische Fehler beim Schreiben.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für PR-Fachleute, die Pressemitteilungen, Porträts oder Reportagen kreativ aufwerten möchten, damit diese Journalisten positiv auffallen.
- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus PR und Marketing sowie aus Kommunikationsabteilungen, die für ihre Kunden- oder Mitarbeiterzeitschrift schreiben.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 10. und 11. Dezember 2015 in München

23. und 24. Juni 2016 in Hamburg

1. und 2. Dezember 2016 in München



### Referent

**Joachim Barmwoldt** ist freiberuflicher Journalist und besitzt langjährige Erfahrung als Trainer für Pressearbeit und kreatives Schreiben.

# KUNDENMAGAZINE UND MITARBEITERZEITUNGEN

## Corporate Publishing in der Unternehmenskommunikation

Mitarbeiter- und Kundenzeitungen sind ein wesentlicher Teil der Unternehmenskommunikation. Sie informieren Mitarbeiter wie Kunden über die Entwicklungen in einem Unternehmen. Sie erzeugen ein persönliches Klima, binden Mitarbeiter und Kunden, und fördern Image und Verkauf. Dies gelingt aber nur, wenn sie Lust auf die Lektüre machen. Wenn sie also die Leser zielgerichtet und unterhaltsam zugleich informieren. Sie möchten das Konzept einer Publikation erarbeiten oder es optimieren? Sie haben Fragen zu Gestaltung und Inhalt, um Ihre Zeitung oder Zeitschrift perfekt an die Corporate Identity Ihres Unternehmens anzupassen? In diesem zweitägigen Media Workshop lernen Sie, wie man mit journalistischen Mitteln zu attraktiven Themen kommt, Texte stilsicher und leserorientiert verfasst und diese schließlich in die perfekte Form bringt.

### Themenschwerpunkte

- mehr als Produktwerbung: Kundenzeitschriften heute
- Journalismus versus PR-Botschaften
- zielgruppenorientiertes Schreiben
- Form und Gestaltung, Storytelling mit Bildern und Layout
- journalistische Stilformen: Nachricht, Meldung, Bericht, Porträt, Interview, Feature, Reportage

- richtiger Themen-Mix, Themensuche, Recherche, Autoren, zielgruppengerechte Sprache
- formale und inhaltliche Kontrolle, Wording, Response-Elemente
- Kunden binden, Image stärken, Vertrieb forcieren

### Lernziele

Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen das Handwerkszeug für die professionelle Entwicklung und Erstellung einer Mitarbeiter- oder Kundenzeitschrift. Sie erfahren, welche Faktoren bereits vor der Herausgabe beachtet werden müssen und welche im laufenden Prozess zu einem besseren Ergebnis führen. Schritt für Schritt werden alle relevanten journalistischen Tools erarbeitet und trainiert.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Fach- und Führungskräfte von Pressestellen, Marketing- und PR-Abteilungen.
- Kurs für Projektverantwortliche für Corporate Media und Kundenmedien, sowie alle Produktentwickler für Zeitschriften und Kundenmagazine, die schnell und effektiv neue Produkte realisieren wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:30 bis 16:30 Uhr

**Termine:** 5. und 6. Oktober 2015 in Köln

15. und 16. März 2016 in München

4. und 5. Juli 2016 in Hamburg

21. und 22. Nov. 2016 in Frankfurt am Main



### Referent

**Peter Linden** unterrichtet Sprache, Sprachwirkung und journalistische Darstellungsformen an Universitäten, Journalistenschulen und in zahlreichen Verlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

# REDEN SCHREIBEN

## Das perfekte Manuskript für Vorstand, Chef und Co.

Eine Rede ist gut, wenn die Zuhörer bis zum Ende aufmerksam bleiben. Noch besser ist sie, wenn es dem Redner gelingt, sich in die emotionale Lage seiner Zuhörer zu versetzen und diese zu überzeugen. Das ist der Sinn einer Rede: mit dem Gesagten zu überzeugen. Ein paar „warme Worte“ oder eine Rede von der Stange können das nicht leisten. Das kann nur ein perfektes Redemanuskript. Und die Anforderungen an ein Redemanuskript lassen sich in wenige Worte packen: knackiger Einstieg, kurze Sätze und eine bilderreiche Sprache. In diesem Media Workshop lernen Sie, wie Sie das Schreiben einer Rede systematisch angehen, eine passende Redebotschaft entwickeln und schließlich eine lebendige und überzeugende Rede schreiben.

### Themenschwerpunkte

- Briefing-Gespräch mit dem Redner richtig führen
- effiziente Stoffsammlung, Recherche-Tipps
- Formulierung der Kernbotschaften
- Aufbau einer überzeugenden Rede
- packender Rede-Einstieg
- Balance zwischen Emotionen und Fakten finden
- Einsatz von rhetorischen Stilmitteln
- spannender Schluss einer Rede, der in Erinnerung bleibt

### Lernziele

Sie lernen, schnell und effizient eine Rede zu entwerfen. Sie erfahren, wie Sie ein zielführendes Briefing-Gespräch führen und wie viel Einfluss ein Ghostwriter auf Sprache, Inhalt und Inszenierung einer Rede hat. Sie wissen, wie Sie konkrete Redeziele und Botschaften formulieren und welche rhetorischen Stilmittel Sie einsetzen können. Sie üben den gelungenen Einstieg und dramaturgischen Aufbau, um Ihre Rede von Anfang an lebendig und überzeugend zu gestalten. Sie lernen verschiedene Manuskriptformen kennen.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Referenten aus dem politischen Bereich, PR-Kräfte, Vorstandsassistenten und Mitarbeiter, die Redemanuskripte entwerfen und schreiben.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die Reden schneller und effizienter verfassen möchten.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	980 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termine:</b>	18. und 19. April 2016 in Hamburg 7. und 8. November 2016 in Berlin



### Referent

**Stefan Koslowski** ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit vielen Jahren als Redenschreiber tätig.

# KREATIVWERKSTATT IN SÜDTIROL

## Intensivseminar „Wie Wörter wirken“



Für wirklich überzeugende, packende und animierende Texte fehlt es im Alltag zuweilen an Zeit und an Kreativität. Diese Kreativwerkstatt bietet professionellen Autoren und Textern beides: Die Zeit, ungewöhnliche Formulierungen zu suchen und zu finden, und den passenden Ort, verschüttetes kreatives Potenzial neu zu erschließen. Dreieinhalb Tage lang erhalten Sie zahlreiche Tipps von unserem erfahrenen Trainer Peter Linden, aber auch Impulse aus dem Ambiente und aus der Umgebung eines mehrfach ausgezeichneten Design-Hotels. Sie erfahren, aus welchen Gründen Leser eine Lektüre abbrechen, und, viel wichtiger, was Leser an Ihren Text fesselt.

### Themenschwerpunkte

- spannende Einblicke in die Leser- und Gehirnforschung
- verschiedene Textgattungen und ihre Wirkung
- kreative Schreibtechniken ausprobieren
- Text- und Stilsicherheit gewinnen
- Ausflüge und Wahrnehmungsübungen in der Umgebung des Vigilius Mountain Resort
- Kreativität und Genuss erleben

### Lernziele

Sie blicken in die spannende Welt der Leser- und Gehirnforschung.

Sie arbeiten in kleinen Übungen an Ihrer Stilsicherheit und nähern sich zugleich behutsam Ihrer eigenen Geschichte/Reportage. Sie besprechen das Geschriebene individuell mit dem Kursleiter. Das „Best of“ der Seminartage wird bei einer Lesung in der Hotelbibliothek vorgetragen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für alle, die in einer inspirierenden Umgebung ihre Kreativität (wieder) entdecken möchten.
- Diese Weiterbildung richtet sich Autoren und Texter, Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation und Werbung.
- Dieser Kurs ist für Profis wie für Laien geeignet.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie Ihr eigenes Laptop zum Seminar mit. Die Teilnahme an der Kreativwerkstatt und die Unterkunft im Vigilius Mountain Resort kostet je nach Zimmerkategorie und pro Person 1.790,00 EUR (Superior EZ) oder 2.090,00 EUR (Superior DZ). Alle Preise sind inkl. Kursgebühren und -unterlagen, Übernachtung mit Frühstück sowie Seilbahn-Nutzung. Alle Infos zum Hotel finden Sie hier: [www.vigilius.it](http://www.vigilius.it)

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	1.790,00 EUR zzgl. 19% MwSt. (Superior EZ) 2.090,00 EUR zzgl. 19% MwSt. (Superior DZ)
<b>Termin:</b>	16. bis 20. Mai 2016 in Lana Südtirol



### Referent

**Peter Linden** unterrichtet Sprache, Sprachwirkung und journalistische Darstellungsformen an Universitäten, Journalistenschulen und in zahlreichen Verlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



# KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN FÜR PR UND MARKETING



Public Relations und Marketing sind das Aushängeschild eines Unternehmens und prägen das Image einer Firma, einer Dienstleistung oder eines Produktes. Die Anforderungen an Kommunikationsverantwortliche wachsen dabei stetig. Klare Konzepte, professionelle Strategien, Sicherheit im Umgang mit Medien und Medienvertretern und dabei Trends und Entwicklungen frühzeitig erkennen, sind die Basis erfolgreicher Kommunikation. Doch wie schafft man Aufmerksamkeit? Wie platziert man seine Botschaften an den richtigen Stellen? In unseren Media Workshops vermitteln wir Berufs- und Quereinsteigern die Grundlagen der PR und des Marketings. Sie lernen, wie sie ihre Themen planen und für die Medien aufbereiten, und wie sie ihr Unternehmen und ihr Produkt klar positionieren. Fortgeschrittene und PR-Profis erhalten das Know-how für die Entwicklung von professionellen Kommunikationskonzepten und neuen Strategien, um ihre PR-Arbeit noch effizienter und erfolgreicher zu gestalten.

## ERFOLGREICHE PR-KONZEPTE

### Systematisch entwickeln und konsequent umsetzen

Grundlagen-  
seminar

Ein stringentes Konzept bildet den Anfang erfolgreicher PR-Arbeit. Es folgt einer klaren Strategie und sollte sowohl methodisch überzeugen als auch inhaltlich begeistern. Doch wie fangen Sie am besten an? Welche Fakten sind wichtig? Wie halten Sie während der Konzeptentwicklung den roten Faden? Mit welchen Maßnahmen erreichen Sie Ihre Ziele? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen kreative Lösungswege für die Umsetzung einer sorgfältig entwickelten Strategie. Sie bekommen einen Leitfaden für die Konzepterstellung.

#### Themenschwerpunkte

- Inhalt und Aufbau von Kommunikationskonzepten
- Leitfaden für die Konzepterstellung
- problemorientierte Analyse: Methoden zur Bewertung vorliegender Fakten
- Ausarbeitung einer Strategie als Kernstück der Konzeption
- Fokussierung auf die wichtigsten Zielgruppen und Botschaften
- Entwicklung einzelner Maßnahmen: kreative Umsetzung und Brainstorming-Techniken
- Aufbau einer stringenten Dramaturgie
- visuelle Aufbereitung von Konzepten

- Dos and Don'ts für überzeugende Konzepte
- Konzeptentwürfe erarbeiten

#### Lernziele

Sie erwerben die grundlegenden Kenntnisse der PR-Konzeption und erhalten einen Leitfaden für die Konzepterstellung. Sie lernen, wie Sie ein schlüssiges Konzept erstellen, das strategischen Handlungsprinzipien folgt. Sie gewinnen Sicherheit im Umgang mit Konzepten und stärken Ihre Fähigkeit, eigene Konzepte zu schreiben. Sie können eine wirkungsvolle Strategie ausarbeiten und kreative Einzelmaßnahmen entwickeln. Sie lernen, wie Sie mit Lösungen überzeugen und gehen mit Wettbewerbssituationen souveräner um.

#### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter in PR-Agenturen, die bisher keine oder erst wenige Konzepte geschrieben haben.
- Kurs für Mitarbeiter in Unternehmen, die für eine effizientere Zusammenarbeit mit Agenturen ihr Konzept-Know-how erweitern möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 7. und 8. Dez. 2015 in Frankfurt am Main  
21. und 22. Januar 2016 in Hamburg  
7. und 8. Juli 2016 in Berlin  
6. und 7. Oktober 2016 in München  
12. und 13. Dez. 2016 in Frankfurt am Main



#### Referentin

**Kathrin Behrens** leitet eine Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung in der PR-Branche. Seit vielen Jahren vermittelt sie in ihren Seminaren die Grundlagen und Strategien für erfolgreiche PR-Konzepte sowie für verschiedene weitere Themen rund um die PR-Arbeit.

# ERFOLGREICHE KOMMUNIKATIONSKONZEPTE ERSTELLEN

## Praxisworkshop für das Jahreskonzept 2017



Sie wollen sich auf das nächste Jahreskonzept vorbereiten, finden aber aufgrund der zahlreichen Aufgaben in Ihrer Abteilung weder Zeit noch Ruhe? Dabei haben Sie sich fest vorgenommen, in diesem Jahr etwas früher den Blick nach vorne zu richten und die Kommunikationsaktivitäten für 2017 zu planen? Dieser Praxisworkshop gibt Ihnen den Abstand und kreativen Raum, den Sie für Ihr Konzept benötigen. Zudem erhalten Sie einen Schulterblick, professionelle methodische und inhaltliche Unterstützung bei Ihrer Arbeit und richtungsweisende Hilfestellungen bei der Ausarbeitung Ihrer Analyse, Strategie und Maßnahmen.

### Themenschwerpunkte

- Wo stehen Sie im Gegensatz zum Wettbewerb?
- Welche Ziele verfolgen Sie, welches sind Ihre Zielgruppen?
- Welche Events oder anderen Höhepunkte stehen 2017 an?
- Gibt es wichtige neue Trends?
- Festlegung der wichtigsten Hürden und Herausforderungen
- Entwicklung einer Strategie
- praktische Umsetzung des Jahreskonzeptes

### Lernziele

Sie erhalten Unterstützung bei der eigenständigen Erstellung eines

Jahreskonzeptes für Ihre Kommunikation.

Ihnen wird geholfen, die richtigen Schlüsse aus Ihrer Ausgangssituation zu ziehen, eine Strategie zu entwickeln und Maßnahmen für Ihre Kommunikation abzuleiten. Sie arbeiten an Ihrem eigenen Konzept und erhalten wertvolle Tipps zur Umsetzung.

### Teilnehmergruppe

- Dieses Seminar richtet sich an alle, die ein Kommunikationskonzept für das kommende Jahr erstellen wollen.
- Kurs für Mitarbeiter aus Public Relations, Marketing und Unternehmenskommunikation, die ihre Kenntnisse im Entwickeln und Schreiben von Konzepten vertiefen wollen.

**Hinweis:** Dies ist ein Praxis-Workshop für Fortgeschrittene. Er richtet sich an alle, die den Media Workshop „Erfolgreiche PR-Konzepte“ besucht haben oder solide Vorkenntnisse im konzeptionellen Arbeiten mitbringen. Im Vordergrund steht das Erstellen Ihres Konzeptes. Um die Workshop-Tage optimal auszunutzen, sollten Sie vorab alle Materialien ordnen, die zu Ihrer Ausgangsanalyse gehören. Bitte komprimieren Sie dies auf maximal fünf DIN A4-Seiten, damit Sie eine überschaubare Grundlage haben, auf der Sie aufbauen können.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	4 – 8 Personen
<b>Preis:</b>	1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termin:</b>	8. und 9. September 2016 in Berlin



### Referentin

**Kathrin Behrens** leitet eine Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung in der PR-Branche. Seit vielen Jahren vermittelt sie in ihren Seminaren die Grundlagen und Strategien für erfolgreiche PR-Konzepte sowie für verschiedene weitere Themen rund um die PR-Arbeit.

## CROSSMEDIA IN DER PR

### Klassische Kommunikation und Social Media crossmedial verbinden

Online-Medien und Social Media gewinnen weiterhin an Bedeutung für die Unternehmenskommunikation und erfordern ein Verständnis für neue Wirkmechanismen und Zusammenhänge. Doch klassische Medien sind zur Information und Gewinnung von Kunden nach wie vor unverzichtbar. Kommunikationsverantwortliche stehen daher vor der Herausforderung, Online- mit Offline-Medien strategisch klug zu verknüpfen, um ihre Zielgruppen mediengerecht zu erreichen. Sie wollen die Aufmerksamkeit von Kunden und Interessenten steigern und Ihre Inhalte in den verschiedenen Medien sinnvoll zusammenführen? In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie kreative und kommunikative Inhalte Ihrer klassischen PR mit den Möglichkeiten der Online-Kommunikation wirkungsvoll verbinden.

### Themenschwerpunkte

- PR und Unternehmenskommunikation im Wandel
- Überblick zu Leser- und Nutzerverhalten (Online versus Print)
- Zielgruppen bestimmen und recherchieren
- Inhalte auf unterschiedliche Kanäle anpassen und koordinieren
- Bilder und Online-Videos einsetzen
- Content-Vernetzung für mehr Effizienz im Unternehmens-Publishing

- crossmediales Publishing: Möglichkeiten und Chancen
- Ziele definieren und Erfolg messen
- Kampagnen strategisch planen: Inhalte, Maßnahmen und Kanäle crossmedial verknüpfen

### Lernziele

Sie erfahren, wo Sie Ihre Zielgruppen finden. Sie wissen, welche Kanäle sich für welche Themen eignen und wie Sie Ihre Inhalte entsprechend aufbereiten. Sie können in Kampagnen denken und kombinieren so Ihre klassische PR mit den Instrumenten der Online-PR zu einem optimalen Kommunikationsmix.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Pressesprecher und Mitarbeiter aus PR und Marketing, die ihre klassische Kommunikationsarbeit mit den Instrumenten von Social Media und Online-PR verknüpfen möchten.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	9. Dezember 2015 in Frankfurt am Main 24. Mai 2016 in Berlin 14. November 2016 in Hamburg



### Referentin

**Carina Waldhoff** ist freie Beraterin mit den thematischen Schwerpunkten Veränderungskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media Enablement.

# MODERNE MARKENKOMMUNIKATION

## Brand Content entwickeln und strategisch einsetzen

Menschen wollen kein Porzellan kaufen wollen, sondern Tischkultur. Kein Auto, sondern ein sportliches Fahrerlebnis. Sie wollen keine Cola, sondern Teil eines Kults sein. Markenmanager nutzen Brand Content, um eine Inszenierung zu schaffen, die die Bedürfnisse der Kunden bedient. Porzellanhersteller liefern Ratschläge und Lösungsideen für die Hausfrau, die ihre Tischkultur zeigen möchte. Und Cola hat keine klassische Webseite mehr, sondern ein Online-Magazin. Branded Content weicht die Grenzen zwischen Werbung, Information und Unterhaltung auf. Lernen Sie, wie auch Sie Ihre Marke mit Inhalten aufladen und eine stringente Wahrnehmung aufbauen. In diesem Media Workshop werden unterschiedliche Strategien vorgestellt, die eigene Marke zu inszenieren.

### Themenschwerpunkte

- Storytelling: welche Geschichten funktionieren und was sind ihre Erfolgsgeheimnisse
- User Generated Content: Marken durch Fans inszenieren
- Brand Publishing: wie Marken zu Verlegern werden
- Insight Communities: Austausch auf Augenhöhe zwischen Marke und Konsumenten

- Marken personifizieren: wie Marken ein Gesicht bekommen
- Emotionalisierung als Instrument erfolgreicher Markenkommunikation

### Lernziele

Sie erfahren, wie man einen authentischen Markenauftritt aufbaut. Sie lernen, wie Ihnen die Emotionalisierung der Marke gelingt. Sie wissen, wie man erfolgreich Marken steuert und stärkt und somit nachhaltig zum Unternehmenserfolg beiträgt. Sie können einschätzen, wie viel Mut eine virale Kampagne benötigt. Sie kennen die rechtlichen Grenzen, die zu beachten sind.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus PR, Marketing und Werbung, die für den Erfolg einer Marke verantwortlich oder daran beteiligt sind.
- Kurs für Produktmanager und Kommunikationsprofis, die wissen wollen, wie Marken erfolgreich aufgebaut und geführt werden.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 1. und 2. Februar 2016 in Hamburg  
12. und 13. September 2016 in München



### Referent

**Jörg Forthmann** ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet Seminare zu Pressearbeit und Krisenkommunikation.

## KAMPAGNEN-PR

### Campaigning erfolgreich einsetzen

Klassische Werbekampagnen scheitern oft, wenn die Themen komplexer werden. Politik, Wirtschaft, Verbände und auch NGOs suchen daher andere Wege. Die Antwort lautet oft PR, aber nicht im Sinne der klassischen Medienarbeit, sondern als wirkungsvolles, integriertes inszeniertes Campaigning. Sie wollen wissen, welche Rolle eine gute Kreatividee im Dialog mit den einzelnen Anspruchsgruppen spielt und welche Möglichkeiten sich in Print, TV, Hörfunk wie auch im digitalen Raum nutzen lassen? Sie möchten mehr über die neuesten Entwicklungen in Sachen Social Media und Messmethoden erfahren? Lernen Sie in diesem Media Workshop mehr über die aktuellen Möglichkeiten der heutigen Wirkungsforschung im Bezug auf Ihre Kampagnen und deren Ziele.

### Themenschwerpunkte

- strategisches Campaigning im Überblick
- Logik und Dramaturgie des Campaignings
- Suchen und Finden der passenden Botschaften
- der kreative Kern und dessen Inszenierung
- kanalübergreifende Auswahl der Werkzeuge
- Diskussion und Bearbeitung aktueller Beispiele
- Techniken und Methoden der Evaluation

### Lernziele

Sie lernen, tragfähige Botschaften aus einer diffusen Masse herauszuarbeiten. Sie erarbeiten in der Gruppe an Beispielen den kreativen Kern und bauen eine Dramaturgie darauf auf. Sie können die aktuellen Ergebnisse aus der Wirkungsforschung in Bezug zu Ihren Kampagnen und deren Zielen setzen. Aktuelle positive Kampagnenbeispiele liefern Ihnen Inspiration für die eigene Arbeit. Und Sie sehen, wie sich reale Wirklichkeit und digitale Inhalte verknüpfen lassen und welche Bedeutung den Themen Web 2.0 und Social Media innerhalb von Kampagnen wirklich zukommt.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an PR-Berater, Verantwortliche von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation sowie aus den Bereichen Werbung, Marketing und Digitales.
- Seminar für Mitarbeiter von Verbänden, Unternehmen, Parteien, Agenturen und NGOs, die Botschaften mit wirkungsvollen PR-Kampagnen kommunizieren wollen.
- Kurs für Führungskräfte, die sich mit der Steuerung und Vermittlung von Veränderungsprozessen beschäftigen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 26. und 27. November 2015 in Berlin  
25. und 26. Februar 2016 in Köln  
14. und 15. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Dr. Alexander Güttler** ist Gründer und CEO der komm.passion GmbH. Der promovierte Diplom-Journalist und Fachkaufmann für Marketing war bis April 2013 Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA e.V.).

# KAMPAGNEN-PR

## Business-Campaigning erfolgreich einsetzen

Campaigning ist eine Denkweise und Methodik, die von erfolgreichen NGOs entwickelt wurde, um mit wenig Ressourcen viel zu erreichen. Der Aktionscharakter von Kampagnen bringt die notwendige Ergänzung zu den klassischen Konzepten der Kommunikation, die durch die zunehmend dynamischen und komplexen Umfeldern immer häufiger an Grenzen stoßen. Sie möchten wissen, wie Sie die Methodik von Campaigning in Ihrer Kommunikation einsetzen? Sie wollen Kampagnenprojekte konzipieren, die auch Situationen überstehen, die sich ständig verändern? Was muss eine Strategie enthalten, damit man die Öffentlichkeit durchdringt und die anvisierten Veränderungen erreicht? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Hebelansatzpunkte für Kampagnen-PR finden, diese strategisch inszenieren und Ihre Ressourcen optimal einsetzen.

### Themenschwerpunkte

- 14 strategische Campaigning-Grundsätze
- Modell des business campaigning®
- Strategiemodelle und deren Inhalte
- Integration der Corporate Identity
- Evaluationstechniken und -methoden
- Spielregeln für die Umsetzung einer Kampagne

- Checkliste als Orientierungshilfe für Entscheidungen in der Praxis
- jüngste Entwicklungen bei Technik, Technologien und Strategien (z. B. Social Media)

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Kampagnen und Veränderungsprozesse wirkungsorientiert und strategisch planen, initiieren und führen. Sie wissen, wie Sie Ihre Themen auf eine Botschaft fokussieren und Ihre Ziele konkret, messbar und zu minimalen Kosten erreichen. Sie entwickeln eine überzeugende Corporate Identity und eine motivierende Vision. Sie lernen eine neue Denkweise kennen und wenden das Erlernete erfolgreich für Ihre persönlichen Projekte an.

### Teilnehmergruppe

- Die Weiterbildung richtet sich an alle, die sich in Unternehmen, Agenturen, Verbänden, Parteien, Non-Profit-Organisationen, Vereinen oder öffentlichen Verwaltungen mit Marketing, PR, Change und anderen Kampagnenaufgaben beschäftigen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** CHF 1'590 / 1.310 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termin:** 23. und 24. Juni 2016 in Zürich



### Referent

**Peter Metzinger** ist Gründungspartner und Geschäftsführer von The Reputation Rescue Company AG in Zürich. Er beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit Krisenkommunikation und unterstützt zahlreiche Kunden dabei, Krisen zu bewältigen.

# INTERNATIONALE PR

## Unternehmenskommunikation global umsetzen

Buzzwords wie Internationalisierung oder Globalisierung haben in den vergangenen Jahren zunehmend das Marketing von Unternehmen, nicht nur auf Konzernebene, sondern auch im gehobenen Mittelstand durchdrungen. Daher ist auch die Unternehmenskommunikation gefordert, ihre Prozesse strategisch so auszurichten, dass die unterschiedlichen Stakeholder-Gruppen in verschiedenen Ländern und Regionen zielgenau integriert werden können. Die Voraussetzung dafür ist die Kenntnis von Unterschieden und Gemeinsamkeiten, was die mediale Kultur der Zielländer angeht. Dieser Media Workshop bringt Ihnen die wichtigsten Märkte von USA über Europa bis Asien anhand von Daten, aber auch medialen wie kulturellen Einsichten näher. Sie erhalten wertvolle Tipps für Ihre eigenen internationalen Kommunikationsaktivitäten.

### Themenschwerpunkte

- Anforderungen an internationale Unternehmenskommunikation
- Basics der internationalen wie globalen Kampagnenführung
- nationale Differenzierung vs. internationale Positionierung
- Organisation und Koordination von internationaler Kommunikation
- Aufbau von internationalen Kommunikationsnetzwerken

- Social Media im internationalen Einsatz: bewährte Tools und „nice to have“
- Krisen international meistern: vom Manual bis zur länderübergreifenden Task-Force
- Möglichkeiten von Monitoring und Measuring

### Lernziele

Sie erhalten einen umfassenden Überblick, wie internationale Kommunikation möglichst effizient umgesetzt und organisiert werden kann. Dabei wird intensiv auf das Spannungsfeld zwischen lokalen und regionalen Besonderheiten und einer Gesamtunternehmensstrategie eingegangen. Sie arbeiten an praktischen Fallbeispielen. Sie profitieren vom Austausch und der Diskussion in der Gruppe, um Ihre eigene internationale PR zu optimieren.

### Teilnehmergruppe

- Dieser Kurs richtet sich an Unternehmens- und Pressesprecher sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und PR-Agenturen, die international tätig sind.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 5. und 6. November 2015 in Hamburg

10. und 11. März 2016 in Köln

12. und 13. Dezember 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Dr. Alexander Güttler** ist Gründer und CEO der komm.passion GmbH. Der promovierte Diplom-Journalist und Fachkaufmann für Marketing war bis April 2013 Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA e.V.).

# INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

## Strategie und Konzeption

Neu!

Erfolgreiche Kommunikation sieht Social Media nicht mehr als Zusatz, sondern als festen Bestandteil einer zielgerichteten, geplanten und integrierten Kommunikationsstrategie. Die Aufgaben von PR, Marketing und Unternehmenskommunikation fließen hier zusammen mit dem Ziel, Synergien zu nutzen, alle Kanäle gleichmäßig zu bedienen, dabei aber gleichzeitig Dopplungen und Fehlplatzierungen sowie Widersprüche und Leerläufe zu vermeiden. Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Offline- und Online- sowie Social Media Kanäle optimal verzahnen? Dieser Media Workshop behandelt die wichtigsten Schritte und Herausforderungen, die bei der Planung und Konzeption integrierter Kommunikation anfallen.

### Themenschwerpunkte

- Wie lege ich Ziele für meine (Social Media) Kommunikation fest? Wie messe ich diese?
- Wie erreiche ich meine Zielgruppe und bleibe für sie interessant und relevant?
- In welchen Kanälen bin ich aktuell und zukünftig vertreten? Sind diese optimal miteinander vernetzt?
- Wie kann ich die bestehende Kommunikation kanalspezifisch sinnvoll einsetzen? Wie schaffe ich Synergien?

- Wie integriere ich Social Media Management und Monitoring in bestehende Strukturen und Abläufe? Welche Aufgaben und Aufwand fallen an?

### Lernziele

Sie kennen die Ziele und Aufgaben integrierter Kommunikation. Sie erfahren, wie Sie integrierte Kommunikation wirkungsvoll einsetzen und können mit Problemen und Barrieren umgehen. Sie kennen die Entwicklungen und Trends und erhalten konkrete Tipps für die Praxis.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation, die einheitlich und aufeinander abgestimmt kommunizieren möchten.
- Kurs für Mitarbeiter aus PR und Marketing, die wissen wollen wie sie ihre Kommunikationsinstrumente sinnvoll planen und koordinieren.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 1. und 2. Juni 2016 in Hamburg  
7. und 8. September 2016 in Köln



### Referentin

**Dr. Amelie Duckwitz** berät Unternehmen und Agenturen in den Bereichen Digitale Strategie, Konzeption und Social Media. Seit 2010 ist sie Lehrbeauftragte für Medienkonzeption und Social Media an der Universität Trier und der Hochschule Darmstadt.

# INTERNE KOMMUNIKATION

## Instrumente und Methoden moderner Mitarbeiterkommunikation

Die Arbeitsweise in Unternehmen hat sich in den letzten Jahrzehnten radikal verändert und stellt die interne Kommunikation vor neue Herausforderungen: Innovationsdruck und Dynamik steigen, Mitarbeiter müssen zunehmend fachlich und regional übergreifend zusammenarbeiten. Gleichzeitig gilt es, Mitarbeitern permanent Veränderungen zu erklären, sie zu motivieren, ihre Arbeitsfähigkeit zu erhalten und sie idealerweise zum Fürsprecher ihres Unternehmens zu machen. Welche Rolle spielen heute dabei noch die klassischen internen Medien wie Mitarbeiterzeitung oder Schwarzes Brett? Welche Möglichkeiten bringen Social Media für die „Interne“ mit sich? Wie schafft die Kommunikation den Spagat zwischen Eigenverantwortung und Kontrolle, und welche wirtschaftliche Bedeutung kommt der internen Kommunikation zu? Dieser Media Workshop beleuchtet die Rolle der internen Kommunikation und zeigt Ihnen, wie eine gut organisierte Mitarbeiterkommunikation die Unternehmenskultur positiv beeinflussen kann.

### Themenschwerpunkte

- Status Quo und Prognose: interne Kommunikation im Wandel
- interne Kommunikation in Veränderungsprozessen
- Instrumente und Methoden der Internen Kommunikation
- Wirtschaftlichkeit und Controlling

- eine Frage der Kultur: Methoden zur Entwicklung organisationaler Kompetenzen
- Social Media: Welchen Erwartungen der Mitarbeiter sollte die interne Kommunikation 2.0 entsprechen?
- Enterprise 2.0: Definition, Einführung, strategische Einbindung

### Lernziele

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über die Chancen und Anforderungen der internen Kommunikation. Sie erfahren, wie eine gute Mitarbeiterkommunikation nicht nur die Unternehmenskultur positiv beeinflussen, sondern auch zu einer effizienten Arbeitsweise beitragen kann. Sie erhalten Ideen und Anregungen für die Umsetzung der digitalen Transformation und wie Sie eine interne Change-Strategie für Ihre Organisation entwickeln. Sie lernen verschiedene Lösungen kennen, um den Bedürfnissen Ihrer heutigen und künftigen Mitarbeiter gerecht zu werden.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die für die interne Kommunikation, Change Communication und Unternehmenskommunikation oder im Bereich Wissensmanagement tätig sind.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 3. und 4. Dezember 2015 in Hamburg  
7. und 8. April 2016 in Berlin  
1. und 2. September 2016 in Hamburg  
28. und 29. November 2016 in Köln



### Referentin

**Carina Waldhoff** ist freie Beraterin mit den thematischen Schwerpunkten Veränderungskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media Enablement.

# VERÄNDERUNGSKOMMUNIKATION

## Den Change gestalten, nicht erleiden

„Nichts ist so beständig wie der Wandel“ – diese Weisheit erleben viele Mitarbeiter in Unternehmen dauernd. Neue Geschäftsfelder, neue Strategien, neue Köpfe: Veränderungen können nur greifen, wenn die Mitarbeiter sie verstehen und mitziehen. Doch oft stehen Mitarbeiter Neuerungen und Veränderungsprozessen vorerst skeptisch gegenüber. Als Führungskraft oder Teamleiter gilt es nun, die konkrete Situation und die zukünftigen Anforderungen genau zu erfassen und rechtzeitig die individuell passende Strategie zu erarbeiten. Die interne Kommunikation spielt dabei eine zentrale Rolle. In diesem Media Workshop lernen Sie die Grundlagen professioneller Veränderungskommunikation kennen. Sie erfahren, wie man Fallstricke bei Veränderungsprozessen vermeidet und worauf man in der Kommunikation unbedingt achten sollte.

### Themenschwerpunkte

- gute und schlechte Kommunikation im Veränderungsprozess und die Folgen
- verschiedene Stadien des Veränderungsprozesses und die daraus resultierenden Anforderungen an die Kommunikation
- Protagonisten, Multiplikatoren und „Bremsen“ der Veränderungskommunikation

- Kommunikationsplanung und Konzeption für den Change
- Erfolgskontrolle: Woran zeigt sich, dass die Kommunikation den Veränderungsprozess stützt?

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Veränderungsprozesse kommunikativ unterstützen und alle Beteiligten glaubwürdig einbinden. Sie erfahren, welche Rolle der Kommunikation zukommt, wie Kommunikatoren sich gerade in Veränderungssituationen verstärkt etablieren können und wie wertvoll sie zum Beispiel in der Linie als auch für Projektteams sind. Sie sind in der Lage, authentische Botschaften und Ziele zu entwickeln und dazu passende Maßnahmen abzuleiten.

### Teilnehmer

- Weiterbildung für Kommunikationsverantwortliche, Führungskräfte und Projektleiter, die Veränderungsprozesse erfolgreich begleiten möchten.
- Dieser Kurs richtet sich an alle, die wissen möchten, wie man einen Kommunikationsplan erarbeitet.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	980 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termine:</b>	21. und 22. Januar 2016 in Frankfurt am Main 22. und 23. August 2016 in Hamburg



### Referentin

**Carina Waldhoff** ist freie Beraterin mit den thematischen Schwerpunkten Veränderungskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media Enablement.

# MEDIENTRENDS FÜR PR UND MARKETING

## Die Zukunft der Kommunikation

Auch ohne Glaskugel kann man schon heute sicher sagen, welche Medieninnovationen uns die nächsten Jahre beschäftigen werden. Es gibt bereits I-Gadgets, die selbst die sogenannten „Firstmovers“ noch nicht kennen. Sicher ist bereits jetzt, dass sich unsere Gesellschaft grundlegend im Zusammenleben ändern wird und die Medien dabei der Schlüsselfaktor sein werden. Ungeahnte Märkte werden sich eröffnen und diese Innovationen werden uns sehr schnell als selbstverständlich erscheinen. Wir werden unser Denken komplett ändern müssen. Wer dachte, die Medienrevolution begann mit der Erfindung des Telefons oder dem Internet, wird in diesem Media Workshop feststellen, dass uns die eigentliche Medienrevolution noch vor der Tür steht.

### Themenschwerpunkte

- Was können wir von den Innovationen der letzten Jahre lernen?
- Was ist heute in den Medien schon möglich?
- Was kommt innerhalb der nächsten fünf bis zehn Jahre auf uns zu?
- Wo sind potentielle Geschäftsfelder?
- praktischer Ansatz: Welche Konsequenzen haben diese Innovationen für PR und Marketing?

### Lernziele

Sie erfahren, welche Medientrends sich abzeichnen und wie sich diese auf die Gesellschaft und die Medien auswirken. Sie können die Relevanz der zukünftigen Mediennutzung Ihrer Zielgruppen einschätzen. Damit wissen Sie, welche Auswirkungen diese Veränderungen für Ihre Kommunikation haben.

### Teilnehmergruppe

- Dieses Seminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte in PR und Marketing, die ihre Online-Kommunikation anhand neuer Entwicklungen optimieren wollen.
- Kurs für Agenturen und PR-Berater, die sich mit dem Einsatz von digitalen Medien und mobiler PR beschäftigen.
- Weiterbildung für alle, die sich mit neuen Trends in der Kommunikation vertraut machen wollen.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	20. Januar 2016 in Frankfurt am Main 21. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Michael Schwertel** ist Dozent, Produzent, Kreativer und hält Workshops und Vorträge. Seit 2011 hat er eine Professur für Medienmanagement an der Cologne Business School.

# CONTENT MARKETING

## Strategie und Umsetzung

Neu!

Content Marketing ist Marketing mit erzählerischen Mitteln. Erfolgreiches Content Marketing setzt auf konsequente Kundenorientierung. Es positioniert das Unternehmen als vertrauenswürdigen Berater, als kundigen Experten oder als amüsanten Unterhalter. Es generiert mehr Reichweite und mehr Sichtbarkeit durch mehr Relevanz. Entscheidend für den Erfolg ist eine strategiegeleitete Umsetzung. In diesem Media Workshop wird vermittelt, was Content Marketing bringen kann, wie eine realistische Strategie entwickelt wird, und wie die Strategie in der Praxis Schritt für Schritt systematisch umgesetzt wird.

### Themenschwerpunkte

- Content Marketing: Nur ein Hype? Oder doch mehr?
- Impulse: erfolgreiche Beispiele in der Analyse
- Hintergrund: warum Google gutes Content Marketing liebt
- Management-Tools und Content-Strategie: damit die Richtung stimmt
- Medienmix: geeignete Ausspielkanäle identifizieren und konzentrieren
- Content-Cockpit: so heben Sie Ihren „Inhalte-Schatz“
- Wahrnehmungspsychologie: spannend erzählen – darauf kommt's an

- Content-Seeding: Sichtbarkeit steigern in Google und im Social Web
- Erfolgskontrolle: nur die guten Geschichten kommen ins Töpfchen

### Lernziele

Sie verstehen, was Content Marketing ist, worin es sich von klassischer PR unterscheidet und worauf es ankommt, um damit erfolgreich zu sein. Sie üben im Seminar, eine kundenzentrierte Content Marketing Strategie zu formulieren und geeignete Geschichten zu identifizieren. Sie erfahren außerdem, wie Sie diese Geschichten für unterschiedlichste Kundenkontaktpunkte optimal aufbereiten.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Verantwortliche in Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen, die wissen wollen, wie ihnen erfolgreiches Content Marketing gelingt.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die prüfen wollen, ob Content Marketing für ihr Unternehmen nützlich sein kann.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 3. März 2016 in Hamburg

7. Oktober 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Stefan Hejnk** lehrt Print- und Online-Journalismus an der Hochschule Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Branche und als Seminarleiter.

# IN 10 SCHRITTEN ZUM MARKETING-ERFOLG

## Wie man auch mit kleinem Budget eine große Wirkung erzielt

Unser Tipp:  
Vertiefen Sie Ihr Wissen  
in „Effektive Marketing-Strategien“.

Viele Unternehmen investieren viel Zeit und Geld in Werbemittel und sind dennoch unzufrieden mit ihren Verkaufsergebnissen. Doch woran genau liegt das? Wer potenzielle Käufer zu zahlenden Kunden machen will, braucht ein gewinnbringendes Marketing-Konzept. Werbemittel alleine genügen nicht. Dieser Media Workshop beleuchtet, wie man in wenigen Schritten ein erfolgreiches Konzept entwickelt, das nicht nur langfristig, sondern auch nachhaltig Erfolg erzielt. Fallbeispiele, kurze Lernvideos und konkrete Strategien, die auch mit kleinem Budget eine große Wirkung haben, runden das Seminar ab.

### Themenschwerpunkte

- in fünf Schritten zum tragenden Marketing-Konzept
- in fünf weiteren Schritten zur erfolgreichen Marketing-Strategie, auch mit kleinem Budget
- erste Schritte zur Entwicklung eines Marketingplans und eines Budgetplans
- Einblicke in „Emotionales Marketing“ als Umsatzgarant
- Einblicke in „Werte-Marketing“, das Marketing der Zukunft
- Austausch, praktische Übungen, konkrete Empfehlungen für die Praxis

### Lernziele

In diesem Kurs erfahren Sie, wie Sie Ihren Kunden die Kaufentscheidung leichter machen und warum Kundenbedürfnisse und Nutzenargumente der Schlüssel zum Erfolg Ihrer Werbemittel sind. Sie lernen, wie Sie eine durchdachte Vermarktung aufbauen und planen, und wie Sie Ihre Marketing-Strategie kostengünstig umsetzen. Sie können Ihr Unternehmen und Ihr Produkt klar positionieren und so Ihre Wunschzielgruppe erreichen.

### Teilnehmergruppe

- Die Weiterbildung richtet sich an Einsteiger in das Thema Marketing, sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Kommunikation und Vertrieb, die sich grundlegendes Wissen rund um das Thema Vermarktung wünschen.
- Kurs für Marketingmanager und Produktmanager, die für die Vermarktung eines Unternehmens oder eines Produkts verantwortlich sind und ihre Marketingstrategien optimieren wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 4. März 2016 in Hamburg

14. September 2016 in München



### Referent

**Marcel Leeb** ist Dozent für Marketing und Verkauf sowie zertifizierter Business Coach für die Bereiche Managementskills, Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation.

# EFFEKTIVE MARKETING-STRATEGIEN

## Von Planung über Konzeption bis hin zu Influencer Marketing



Wer spielend leicht verkaufen will, braucht ein gewinnbringendes Marketing-Konzept. Doch was bedeutet Marketing heute und worauf kommt es bei der Planung einer neuen Kampagne oder der Einführung eines Produktes an? Wie Sie Ihre Vermarktung mit Erfolg konzipieren und umsetzen und dabei aktuelle, relevante Themen abdecken, zeigt Ihnen dieser Media Workshop. In kleinen Gruppen erarbeiten Sie Lösungen, die auf Ihre individuelle Situation zugeschnitten sind. Der Referent zeigt Ihnen, wie Sie erfolgreiche Marketingkampagnen entwickeln und führt Sie durch die einzelnen Schritte.

### Themenschwerpunkte

- Entwicklung eines individuellen Vermarktungskonzepts
- Zielgruppenanalyse und Definition von Kundenbedürfnissen und Kundennutzen
- Entwicklung einer Marketing- und Verkaufsstrategie mittels fundiertem Marketingplan und Marketingbudgetplan
- Eintauchen in das Trendthema „Werte-Marketing“
- Errichtung einer tragenden Wertekonstruktion für eine klare Positionierung und Ausrichtung
- Definition von Mission, Zielen und Vision
- Eintauchen in Neuromarketing und Emotionales Marketing

- Einstieg in das Thema „Storytelling“ und Entwicklung einer emotionalen Verkaufssprache
- Beleuchtung von Online-Marketingmöglichkeiten und Social Media Trends wie Influencer Marketing etc.
- Übungen für eine effektive Realisierung anstehender Projekte

### Lernziele

Sie überprüfen Ihr Marketingkonzept auf Tragfähigkeit und betrachten Ihre Vermarktung aus Sicht Ihrer Kunden. Sie straffen Ihren Marketing- und Budgetplan. Sie ergänzen Ihr Marketing um effektive Strategien und einen individuellen Media-Mix. Sie erlernen emotionale Verkaufstechniken, die Sie für Ihre werbliche Kommunikation nutzen und setzen sich mit Ihren Unternehmenswerten als Umsatzturbo auseinander. Sie erfahren, wie Sie Social Media Marketing, Suchmaschinenmarketing und Influencer Marketing effektiv einsetzen.

### Teilnehmergruppe

- Dieses Seminar richtet sich an Marketing- und Produktmanager, die für die Vermarktung eines Unternehmens oder eines Produkts verantwortlich sind.
- Kurs für alle, die neue Werbemittel entwickeln möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr  
**Termine:** 16. und 17. Juni 2016 in Hamburg  
27. und 28. Oktober 2016 in München



### Referent

**Marcel Leeb** ist Dozent für Marketing und Verkauf sowie zertifizierter Business Coach für die Bereiche Managementskills, Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation.

# INNOVATIONSMANAGEMENT

## Mit der Szenario-Technik für ein zukunftsfähiges Unternehmen



Unternehmen, die sich zukunftsfähig aufstellen wollen, stehen unter ständigem Erneuerungsdruck. Auf der einen Seite durch die weltweit verschärften Wettbewerbsbedingungen, auf der anderen Seite durch die gesellschaftlichen und politischen Anforderungen an Wirtschaftsteilnehmer. Nachhaltige Unternehmensführung verlangt ständiges Innovieren. Mit Hilfe der Szenario-Technik bekommen Kommunikations- und Innovationsverantwortliche ein leistungsfähiges Instrument an die Hand, um Optionen von morgen schon heute durchzuspielen. Dabei gelten Szenarien als Königsweg der Strategieentwicklung. Denn Szenarien sind plausible und in sich konsistente Zukunftsbilder. Sie reduzieren Komplexität und fördern die Entscheidungsfähigkeit. Sie basieren auf einer empirisch fundierten Methodik, verzichten auf Glaskugelleserei und sind gut kommunizierbar. Sie möchten eine nachhaltige Unternehmensstrategie entwickeln? Lernen Sie in diesem Media Workshop, wie Sie Innovationen zielgenau und vor allem pragmatisch entwickeln und kommunizieren.

### Themenschwerpunkte

- Einführung Corporate Foresight und Szenario-Technik
- Research: Ansätze und Methoden zur Identifikation von Einflussfaktoren

- Analyse: Festlegung von Schlüsselfaktoren
- Übung 1: die Teilnehmer identifizieren und definieren eigene Schlüsselfaktoren
- Projektion: Entwicklung von plausiblen Zukunftsausprägungen
- Szenario-Konstruktion: Bildung von Szenarien
- Implikation und Kommunikation: Ableitung von strategischen Optionen und Einsatz von Szenarien
- Übung 2: die Teilnehmer bilden Szenarien und entwickeln innovative Kommunikationsmaßnahmen

### Lernziele

Sie lernen, wie die Szenario-Technik strategische Entscheidungsprozesse verbessert und zur Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens beitragen kann. Sie erfahren, wie Sie sinnvolle und realistische Szenarien erstellen. Sie können abschätzen, in welcher Form Szenarien für Ihr Unternehmen einsetzbar sind und was bei der Umsetzung zu beachten ist.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter aus Kommunikation, Marketing und Innovationsmanagement, die sich mit der Zukunft auseinandersetzen und eine längerfristige Strategie entwickeln möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr  
**Termin:** 20. und 21. Juni 2016 in Hamburg



### Referent

**Frederik Bernard** ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf.



### Referent

**Tim Volkmann** ist Gründer von 40° und spezialisiert auf szenarienbasierte Innovationsentwicklung.



# PUBLIC AFFAIRS

## Unternehmensinteressen strategisch steuern

Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen sind mehr denn je abhängig von der Einstellung und Akzeptanz seitens ihrer Stakeholder. Gleichzeitig nimmt die Regulierungsdichte zu, mit der sie konfrontiert werden. Und je komplexer diese wird, desto schwieriger wird das Tagesgeschäft. Gesetzgeber, Kunden und Zivilgesellschaft formulieren Erwartungshaltungen, die von hoher Bedeutung für das Erreichen der eigenen Unternehmensziele sein können. Wie aber sind die relevanten Stakeholder auszumachen, einzuordnen und bestenfalls als Fürsprecher zu gewinnen? Wie findet man Themen, setzt, beobachtet und analysiert diese? Und wie können Organisationen ihre Interessen in den Gesetzgebungsprozess einbringen? Der Media Workshop gibt Antworten auf diese Fragen.

### Themenschwerpunkte

- Public Affairs (PA): Verständnis, Zweck und Ziele
- der Gesetzgebungsprozess in Berlin und Brüssel und die Möglichkeiten, eigene Interessen zu platzieren
- Prozess der PA: Themen identifizieren und priorisieren
- Ansprechpartner und Anspruchsgruppen vermessen und priorisieren
- die Werkzeugkiste: Instrumente und ihre Anwendung

- Planung und Steuerung von Public Affairs Kampagnen
- praktische Übungen zu PA Planung

### Lernziele

Sie erfahren, wie strategische Public Affairs den Organisationserfolg unterstützen kann. Sie durchlaufen den Planungsprozess anhand eines modellhaften Beispiels und können die Herausforderungen Ihrer Interessenvertretung einschätzen und individuell anpassen. Das Seminar legt dabei gleichermaßen einen Schwerpunkt auf die politische Interessenvertretung wie den Dialog mit Stakeholdern. Am Ende der zwei Seminartage verfügen Sie über einen anwendbaren Instrumentenkasten und das Wissen, wie und wann Sie diese Instrumente wirkungsvoll einsetzen können.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Verantwortliche aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen und Non-Profit Organisationen, die den Anteil der Public Affairs am Organisationserfolg erhöhen wollen.
- Kurs für Geschäftsführer von Unternehmen, Verbänden und Vereinen, die gezielt mit Interessensvertretern in den Austausch treten wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 7. und 8. Dezember 2015 in Hamburg  
30. und 31. August 2016 in Berlin



### Referent

**Markus Gaier** ist Director Public Affairs und Standortleiter Berlin der komm.passion GmbH. Seit rund 25 Jahren ist er in der politischen Kommunikation tätig.

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

## CSR-Projekte erfolgreich umsetzen

Aktuell gibt es allein in Deutschland deutlich mehr als eine halbe Million Webseiten zum Thema soziale Verantwortung von Unternehmen (CSR). Sehr nah daneben findet sich die Begrifflichkeit Corporate Citizenship (CC), was das Bemühen beschreibt, ein Unternehmen quasi als guten Mitbürger zu positionieren. Immer öfter werden dabei CSR-Projekte als Marketingtools verstanden, um sich in den Köpfen der Zielgruppen positiv abzugrenzen. Doch viele der Ansätze scheitern, weil die eigentliche authentische Basis im Unternehmen selbst fehlt. In diesem Media Workshop lernen Sie, CSR gesamtheitlich zu verstehen, im Unternehmen zu implementieren oder weiterzuentwickeln und entsprechend erfolgreich zu kommunizieren.

### Themenschwerpunkte

- zentrale Anforderungen von CSR an Unternehmen
- Modifizieren, Regulieren und Zertifizieren: Überblick der wichtigsten Bewertungssysteme
- Welchen Regeln folgen Nachhaltigkeitsberichte, was leisten sie?
- systematische CSR-Planung und Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Partnerschaften
- das Sahnehäubchen: CSR-Projekte, die zu Ihren Zielen passen
- gesellschaftliches Engagement und Corporate Volunteering

- was hat's gebracht: über die Messbarkeit von CSR
- rechtliche und steuerliche Aspekte bei CSR-Maßnahmen

### Lernziele

Sie können zwischen CSR als Philosophie, als System im Unternehmen und als Marketing-Instrument unterscheiden. Sie erfahren, was Corporate Social Responsibility für Ihre Organisation grundsätzlich und in der Kommunikation leisten kann. Sie können einschätzen, was notwendig ist, um glaubwürdig und authentisch für CSR-Themen zu stehen. Sie lernen die wesentlichen Dinge über internationale Regelwerke und Kontrollmechanismen. Sie erfahren, welche Art von CSR-Projekten zu Ihrem Unternehmen oder Ihrer Idee passen. Sie wissen, wie sich die Wirkung von CSR messen lässt und welche Vermarktungsansätze besonders wirkungsvoll sind.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter in Kommunikations- und Marketingabteilungen sowie Projektentwickler und Vermarktungsspezialisten, die an der strategischen Planung von CSR-Projekten beteiligt sind.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die sich mit dem Thema Unternehmerische Sozialverantwortung beschäftigen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termin:** 30. Juni und 1. Juli 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Dr. Alexander Güttler** ist Gründer und CEO der komm.passion GmbH. Der promovierte Diplom-Journalist und Fachkaufmann für Marketing war bis April 2013 Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA e.V.).

# ONLINE-KOMMUNIKATION UND ONLINE-MARKETING



Twittern von unterwegs, Facebook-Einträge rund um die Uhr, bloggen mal schnell zwischendurch: Für viele Menschen ist es mittlerweile selbstverständlich, sich überall mobil zu informieren. Soziale Netzwerke wie Facebook, LinkedIn und Xing haben extrem hohe Reichweiten und sehr viele aktive Mitglieder. Videos und Fotostrecken sind so selbstverständlich wie Foren und Online-Marktplätze. Suchmaschinen werden oft als erste Informationsquellen im Internet aufgesucht. Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Inhalte aufbereiten müssen, um im World Wide Web von Ihren Zielgruppen gefunden zu werden und wie Sie soziale Netzwerke effektiv für Ihre Öffentlichkeitsarbeit einsetzen? Sie möchten lernen, wie Sie Ihre Daten und E-Mails sicher verschlüsseln? In unseren Media Workshops erfahren Sie alles über die neuesten Trends der Online-Kommunikation und des Online-Marketings.

## GRUNDLAGEN UND TRENDS DER ONLINE-PR

### Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Netz

Grundlagen-  
seminar

Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist nicht mehr ohne professionelle Online-Kommunikation vorstellbar. Denn das Internet ist meist die erste Anlaufstation, um sich über Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen zu informieren. Sie möchten Ihre Internetpräsenz optimal gestalten? Sie wollen digitales Pressematerial bereitstellen oder Internet-Newsletter an Ihre Zielgruppen verschicken? Sie überlegen, Social Media und Mobile PR in Ihre Unternehmenskommunikation zu integrieren und wollen auf Krisen vorbereitet sein? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen die notwendigen Grundlagen und zeigt Ihnen, mit welchen Instrumenten Sie eine erfolgreiche Online-PR auf- und ausbauen.

#### Themenschwerpunkte

- Methoden und Instrumente erfolgreicher Online-PR
- Pressemitteilungen per E-Mail und Einsatz von E-Newslettern
- professioneller Aufbau von Corporate Websites
- optimale Pressearbeit im Internet
- Grundlagen von Web 2.0, Social Media und Mobiler PR: Einstieg in Twitter, Facebook, Social Communities, Social Networks, Video-Podcast und iPad & Co.
- Vorbereitung auf den Krisenfall: Darksite
- hilfreiche Kriterien für eine effektive Online-Strategie

#### Lernziele

Sie lernen die Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Online-PR kennen und können die wichtigsten Instrumente optimal für Ihre PR-Strategie einsetzen. Sie optimieren Ihre Webseite und betreiben Ihre Pressearbeit professionell über das Internet. Sie können Botschaften und Inhalte online für die verschiedenen Zielgruppen aufbereiten und zur Verfügung stellen. Sie lernen die Grundlagen des Web 2.0 kennen und erhalten einen Einblick in die Chancen und Risiken des Einsatzes von sozialen Netzwerken in der PR.

#### Teilnehmergruppe

- Kurs für Volontäre, PR-Mitarbeiter und Pressesprecher, die sich die Grundlagen der Online PR aneignen möchten.
- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb, die sich mit Online-PR befassen.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 12. und 13. Oktober 2015 in Hamburg  
17. und 18. Februar 2016 in München  
19. und 20. September 2016 in Hamburg



#### Referent

**Kai Heddergott** ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent zu den Themen Online-Kommunikation und Multimedia tätig.

# ONLINE-MARKETINGRECHT

## Rechtliche Grundlagen für Internet, Mobile und Social Media

Online-Marketing ist aus der täglichen Arbeit der meisten Unternehmen kaum mehr wegzudenken. An Stelle von klassischen Werbekampagnen treten heute Social Media und Suchmaschinenmarketing. Die aktuelle Rechtslage zu kennen ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im professionellen Online-Marketing. Sie sind nicht sicher, was Sie posten, liken oder sharen dürfen? Sie wollen wissen, wie Sie Social Media als Vertriebskanal nutzen? Sie möchten die rechtlichen Grundlagen des Urheberrechts im Internet kennen? Dieser Media Workshop stellt die wichtigsten Rechtsgrundlagen von Social Media vor. Er veranschaulicht rechtliche Fallstricke bei der Nutzung von Social Media, insbesondere zu Marketingzwecken.

### Themenschwerpunkte

- wettbewerbsrechtliche Grundlagen des Social Media Marketings: Definition kommerzielle Kommunikation, Erkennbarkeitsgebot, richtige Kennzeichnung von Bannern und anderen Werbeformen, Formen der Schleichwerbung und Social Sharing von Werbebotschaften, Gewinnspiele, Werbung per elektronischer Post
- Grundlagen E-Commerce-Recht: Verbraucherrechtlinie, Informationspflicht, Widerruf, Anbieterkennzeichnung
- urheberrechtliche Grundlagen von Social Media: Share-Funktionen, Embedded Content, Framing, Retweets, „Liken“ von frem-

den Inhalten, Haftungsfragen, Copyright-Klauseln in Plattform-Nutzungsbedingungen

- datenschutzrechtliche Grundlagen: Rechtsgrundlagen, Informationspflicht, Anforderung an Einwilligungen, Cookies, Beispiele u. a. zu Social CRM Monitoring und Marketing, Like-Button, Login-Lösungen über soziale Netzwerke, Facebook Custom Audiences

### Lernziele

Sie lernen die rechtlichen Stolperfallen von Social Media für die Marketing-Arbeit kennen. Sie wissen, welche grundlegenden Bestimmungen Sie in den Bereichen Wettbewerbs-, Urheber- und Internetrecht sowie Datenschutz beachten müssen. Sie erfahren, welche Anforderungen die aktuelle Rechtsprechung an die unterschiedlichen Formen der Online-Werbung stellt. Sie sind sensibilisiert für Rechtsverletzungen, die bei der Nutzung von Social Media zu Marketingzwecken auftreten können.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter aus PR und Marketing sowie Betreiber oder Verantwortliche von Webseiten, Shops oder Internet-Angeboten, die sich einen Überblick über die Rechtsgrundlagen im Online-Marketing verschaffen möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 27. November 2015 in Hamburg

24. Mai 2016 in Hamburg

30. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Dr. Stefan Engels** ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und seit Oktober 2011 Partner am Hamburger Standort von Bird & Bird.

## REPUTATION 2.0

### Krisenprävention und Imagepflege im Social Web

Das Social Web bietet vielfältige und vielversprechende Möglichkeiten. Corporate Blogs, soziale Netzwerke und viele andere Instrumente eröffnen neue Möglichkeiten für Kundengewinnung und Kundenservice, stellen aber auch neue Herausforderungen an professionelle Kommunikatoren: Wie schaffe ich es, dass die Reputation meines Unternehmens von der neuen Dynamik im Internet profitiert? Wie Sorge ich dafür, dass Mitarbeiter als Fürsprecher agieren, welche Regeln und Maßnahmen helfen, Risiken zu minimieren? Wie kann ich mich auf Krisen vorbereiten und woran erkenne ich, dass mein Unternehmen sich auf einen Shitstorm zubewegt? Und was, wenn das Kind bereits in den Brunnen gefallen ist? In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie ein positives Unternehmensimage aufbauen und nachhaltig pflegen.

### Themenschwerpunkte

- Online Reputation Management als Bestandteil der strategischen Unternehmenskommunikation
- Online Reputation Management in der Praxis
- Social Media Monitoring: den passenden Ansatz und ggf. Dienstleister finden
- Krisen-Prävention: inhaltliche Vorbereitung und effiziente Prozesse

- Social Media Richtlinien: Potential, Grenzen, Einführung
- rechtliche Grundlagen: die größten Stolperfallen umgehen

### Lernziele

Sie lernen, wie Unternehmen online ihre Reputation aufbauen bzw. in bestehende Kommunikationskonzepte integrieren. Sie lernen, Krisenherde frühzeitig zu identifizieren, über ein Monitoring im Blick zu behalten und im Ernstfall frühzeitig und deeskalierend einzugreifen. Sie kommen zu einer realistischen Einschätzung interner und externer Risiken für die Reputation Ihres Unternehmens und erhalten einen Überblick über Ansätze und Maßnahmen, die diese Risiken überschaubar halten, gleichzeitig aber Ihre Chancen in der Social Media-Kommunikation ausnutzen.

### Teilnehmergruppe

- Dieses Seminar richtet sich an Mitarbeiter und Führungskräfte aus Marketing- und Kommunikationsabteilungen, die sich mit der Einführung und regelmäßigen Betreuung der Social Media Kommunikation intern wie extern beschäftigen.
- Weiterbildung für alle, die bereits über Basiswissen zu Social Media Angeboten in der Unternehmenskommunikation verfügen. Grundkenntnisse von Social Media werden vorausgesetzt.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 17. Dezember 2015 in Hamburg

10. März 2016 in Leipzig

4. Oktober 2016 in Hamburg



### Referentin

**Carina Waldhoff** ist freie Beraterin mit den thematischen Schwerpunkten Veränderungskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media Enablement.

# NEWSLETTER IN DER KOMMUNIKATION

## Kundenbindung durch erfolgreiches E-Mail-Marketing

Newsletters gehören zu den effizientesten Werbeformen des E-Mail-Marketings. Sie bieten die Möglichkeit, gezielt auf die Bedürfnisse von Kunden einzugehen und sind ein wichtiges Instrument, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Sie wollen mit Ihrem E-Newsletter zusätzlichen Umsatz generieren? Sie wollen ein Newsletter-Konzept entwerfen, mit dem Sie sich von Ihren Wettbewerbern abgrenzen? Sie schreiben bereits einen Kunden-Newsletter und möchten wissen, ob dessen Gestaltung den aktuellen Standards im Newsletter-Publishing entspricht? Dieser Media Workshop bietet Ihnen eine praxisorientierte Herangehensweise für Ihren Internet-Newsletter.

### Themenschwerpunkte

- Überblick zur Gestaltung, Aufbau und Textform von Newslettern
- juristische Grundlagen und technische Voraussetzungen
- effektive Newsletter-Konzeption: redaktionell vs. werblich
- Newsletter-Texte schreiben
- Website und E-Newsletter vernetzen: Kundeninformationen und Kundendialoge
- Versandverfahren und Erfolgskontrolle
- Analyse von Best-Practice-Beispielen und Teilnehmer-Newslettern

### Lernziele

Sie erhalten einen Überblick über die Gestaltung, den Aufbau und die Textform sowie über die juristischen Grundlagen eines Newsletters. Sie wissen, welche speziellen Anforderungen an Textaufbau und Inhalt ein Internet-Newsletter erfüllen sollte, wie Sie gut lesbare Texte aufbereiten und stilistische Elemente anwenden. Dabei üben Sie, Teaser zu verfassen, die Ihre Leser binden und unterhalten. Sie lernen, wie Sie Newsletter und Website vernetzen und Dialogmöglichkeiten einsetzen, um personalisierte Informationen Ihrer bestehenden und potenziellen Kunden zu generieren. Sie kennen die Dos and Don'ts, die Sie bei der Erstellung und dem Versand Ihres Newsletters beachten müssen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter aus PR und Marketing, die an der Konzeption oder Redaktion von Internet-Newslettern mitwirken.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die für einen Internet-Newsletter verantwortlich sind.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 - 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	20. Januar 2016 in Hamburg 23. Mai 2016 in Berlin 14. September 2016 in Hamburg



### Referent

**Claus Hesseling** ist freier Journalist und Seminarleiter zu Themen rund um den Online-Journalismus.

# TEXTEN FÜR WEBSITES

## Gute Texte für Leser und Suchmaschinen

Online-Texte sollten knackig formuliert sein und brauchen eine angemessene Länge. Denn das Lesen auf einem Monitor, egal ob Desktop, Laptop, iPad oder Smartphone, unterliegt anderen Gesetzen als das Lesen auf Papier. Doch wie müssen Sie Texte für Corporate Websites aufbereiten, damit Ihre Themen und Inhalte beim Internet-Leser ankommen? Was zeichnet gute Teaser und spannende Überschriften aus? Was müssen Sie tun, damit Ihre Inhalte von den Usern bei Suchmaschinen wie Google & Co. gefunden werden? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Attraktivität Ihrer Webseite durch nutzergerechte Texte erhöhen, die Klickrate auf Ihre Inhalte steigern und in Suchmaschinen besser gefunden werden.

### Themenschwerpunkte

- Grundlagen: die Unterschiede zwischen Print und Web
- Blatt vs. Bildschirm: Wahrnehmung von Texten
- Inhalte und Aufbau von Webtexten
- Teaser-Typen und ihre Einsatzfelder
- attraktive Teaser verfassen
- Suchmaschinenoptimierung (OnPage SEO)
- richtig verlinken (Linkökonomie, Linksetzmuster, Hyperlinking)
- Printmaterial für das Web adaptieren

### Lernziele

Sie lernen die speziellen Anforderungen an Aufbau und Inhalt von Online-Texten kennen. Sie üben, wie Sie gut lesbare Texte für das Internet aufbereiten und stilistische Elemente anwenden. Sie erfahren, wie Sie mit Keywords und Verlinkungen die Attraktivität Ihrer Corporate Website für Suchmaschinen erhöhen. Sie optimieren Ihre Online-Kommunikation und steigern den Traffic auf Ihre Webseite.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter in PR oder Marketing, die am textlichen Inhalt einer Corporate Website mitwirken.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die Texte für das Internet bzw. Intranet erstellen, aufbereiten und redigieren.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 - 12 Personen
<b>Preis:</b>	690 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	09:00 bis 17:00 Uhr
<b>Termine:</b>	15. Januar 2016 in Hamburg 23. September 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Stefan Heijnk** lehrt Print- und Online-Journalismus an der Hochschule Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Branche und als Seminarleiter.

# FACHTEXTE FÜRS WEB

## Mit Langtexten zum Top-Ranking

Lesenswerte, ausführliche Texte sind Googles neuer Liebling: Seit den letzten Algorithmus-Updates belohnt der Suchmaschinen-gigant inhaltlich hochwertige und vor allem längere Artikel mit Top-Rankings. Viele Unternehmen, NGOs, Bildungs- und Forschungseinrichtungen sowie Verbände können davon massiv profitieren, indem sie ihre Fachtexte gezielt fürs Internet adaptieren. Doch wissen sie oft nicht, wie sie das Material strukturiert und professionell ins Web stellen sollen. Dabei sind lange Texte ein Wettbewerbsfaktor und gehören unbedingt auf die Website. Voraussetzung ist, sie überzeugen inhaltlich, sind also thematisch spannend, gut geschrieben und webgerecht aufbereitet. Doch welche Regeln gelten fürs Langtext-Schreiben? Welche Fachtexte gehören auf die Website – und welche nicht? Was sind die Geheimnisse der SEO für Langtexte? Und wie sieht das optimale Artikel-Layout aus? In diesem kompakten Media Workshop gibt es die Antworten.

### Themenschwerpunkte

- Einblick und Update: so funktionieren Googles neue Ranking-faktoren
- Content-Audit: wie Sie die geeigneten Themen identifizieren
- Redigieren: die Formel für den besseren Text
- Adaptieren: das optimale Seitenlayout – darauf kommt's an

- Strategie: den Content auf Linie bringen – fünf Regeln, die bleiben werden
- Onpage-SEO: das müssen Sie wissen

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie aus einem ‚trockenen‘, wissenschaftlichen Text einen gut lesbaren Webtext machen. Sie erkennen, welche Ihrer Fachtexte optimal zu Googles neuen Ranking-Regeln passen. Sie erfahren, worauf es beim Schreiben ankommt und wie das optimale Seitenlayout aussieht. Sie bringen Ihre Fachtexte in die optimale Form – für die Leser und für Google. Sie üben, wie Sie Fachtexte professionell und zeitsparend für Ihre Website aufpeppen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter in PR oder Marketing, die am textlichen Inhalt einer Corporate Website mitwirken.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die Fachtexte für das Internet bzw. Intranet erstellen, aufbereiten und redigieren.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:**  
1. Oktober 2015 in Hamburg  
3. Juni 2016 in Hamburg  
9. Dezember 2016 in Hamburg



### Referent

**Prof. Stefan Hejnk** lehrt Print- und Online-Journalismus an der Hochschule Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Branche und als Seminarleiter.

# MULTICHANNEL-MARKETING UND E-COMMERCE

Neu!

„Manche meiner Kunden kaufen im Laden, andere lieber über das Internet.“ Von dieser vereinfachten Denkweise sollte man sich als Unternehmer besser verabschieden. Denn Kunden recherchieren heute online, morgen offline, vertiefen ihr Wissen offline oder online und kaufen dann – wo auch immer. Verwirrend? Ja. Dem Kunden ist es nämlich egal, wo er seinen Einkauf tätigt, solange das Einkaufserlebnis zu seinen aktuellen Bedürfnissen passt. Er möchte als Kunde perfekt bedient werden, egal ob er per Smartphone, am PC oder im Geschäft einkauft. Entscheidend ist, dass die verschiedenen Kanäle eine einheitliche Sprache sprechen und dem Kunden eine auf seine Situation und seine Bedürfnisse optimierte Usability bieten. Das ist Multichannel. Und die technischen und inhaltlichen Herausforderungen sind massiv. In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie Reibungsverluste zwischen Ihren Vertriebskanälen und Ihren Vermarktungsmaßnahmen vermeiden und diese in Synergien umwandeln. Sie erfahren, welche Anforderungen Kunden heute an Online-Shops, Online-Marktplätze, mobiles Internet oder etwa Social Shopping Plattformen haben.

### Themenschwerpunkte

- Multichannel heute und morgen: Devices, Technologien und Trends

- Kunden beobachten und verstehen: Wie sieht die typische Customer Journey meiner Kunden aus?
- Wie kann ich Kunden immer und überall perfekt bedienen?
- Wie stimme ich die Kanäle perfekt aufeinander ab?
- Wie funktioniert Stammkundenbindung über verschiedene Kanäle?

### Lernziele

Sie erfahren, wie Sie Ihre Zielgruppen über verschiedenste Vertriebskanäle gleichermaßen mit Ihrem Produktsortiment erreichen. Sie lernen, wie Sie diese Vertriebskanäle sinnvoll vernetzen, damit Ihre Kunden diese Angebote nicht mehr als getrennte Verkaufsplattformen wahrnehmen. Sie wissen, wie Sie mit einheitlichen Produktinformationen und einem konsequenten Erscheinungsbild nahtlose Übergänge zwischen den Medien schaffen und somit die Erfolgchancen für den Verkauf wesentlich steigern.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb, die zeitgemäß und zukunftstauglich ihre Reichweiten und damit ihre Umsätze steigern wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt. / CHF 930

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:**  
29. April 2016 in Hamburg  
22. Juni 2016 in Zürich  
14. Dezember 2016 in Frankfurt am Main



### Referent

**Prof. Dr. Axel Jockwer** ist freiberuflicher Berater, Speaker, Autor und Professor an der EBC-Hochschule Stuttgart.

# SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)

## Grundlagen effektiver Optimierung von Webseiten

SEO gehört zu den wichtigsten Instrumenten des Online-Marketings und ist ein Muss für jedes Unternehmen, das die Sichtbarkeit der eigenen Website bei Suchmaschinen positiv beeinflussen will. Viele wissen jedoch nicht, dass man mit dem richtigen Einsatz von Content Marketing die Reichweite der Webseite ebenfalls steigern kann. So tragen nicht nur mit Keywords optimierte Seiten und Profile zu einer besseren Platzierung in den Trefferlisten bei, sondern auch hochwertige Inhalte, die den Besuchern einen echten Nutzen bringen. Verbreitet man diese Inhalte zusätzlich in sozialen Netzwerken, können die Effekte der Suchmaschinenoptimierung noch verstärkt werden. Sie wollen wissen, wie Sie mit Hilfe von Keywords und Linkbuilding-Maßnahmen die Zugriffszahlen auf Ihre Webseite erhöhen? Sie möchten klassische SEO sinnvoll mit sozialen Signalen verbinden? Erfahren Sie in diesem Media Workshop, wie Sie Ihr Ranking in Suchmaschinen verbessern und den erzielten Erfolg messen.

### Themenschwerpunkte

- Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung
- richtige Positionierung der Webseite im Internet
- Ermittlung von Keywords

- On-Site Optimierung von Webseiten: Seitentitel, Überschriften und Meta-Description
- interessante Inhalte erstellen: „Content is King“
- Linkbuilding-Maßnahmen (Verlinkung, Linkpopularität)
- soziale Signale als Rankingfaktor

### Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Instrumente in der Suchmaschinenoptimierung kennen. Sie lernen, wie Sie Ihre Inhalte und Ihre Webseite optimal im Internet positionieren. Sie erfahren, wie Sie mit externen Signalen die Rankingposition Ihrer Webseite verbessern. Sie lernen, Content Marketing für sich zu nutzen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Führungskräfte, Contentmanager und Mitarbeiter aus Marketing, PR und Unternehmenskommunikation.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle Personen mit Verantwortung für Corporate Websites und digitale Kommunikation.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 25. November 2015 in Hamburg  
15. April 2016 in Hamburg  
15. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Frank Oetke** ist Diplom-Ingenieur und selbständiger Berater für klassische Suchmaschinenoptimierung sowie Social SEO.

## EINSATZ VON GOOGLE ADWORDS IM ONLINE-MARKETING

Wer Produkte und Dienstleistungen über das Internet anbietet oder hier Informationen für seine Kunden bereitstellt, möchte von diesen auch gefunden werden. Dabei ist es entscheidend, bei der Google-Suche mit seinen Inhalten auf den ersten beiden Trefferseiten zu landen, denn weiter wird selten geklickt. Um dies zu erreichen, greifen immer mehr Unternehmen auf Google AdWords zurück, das derzeit als effektivstes Marketingtool gilt. Neben den klassischen Anzeigen kann man mit Hilfe von Google AdWords auch Kunden erreichen, die ursprünglich nach anderen Angeboten oder Anbietern gesucht haben. Legt man die Kampagne richtig an, kann man dadurch nicht nur die Besucherzahlen erhöhen, sondern gleichzeitig die Werbekosten senken und den Gewinn maximieren. Sie möchten Ihre Werbemaßnahmen im Netz optimieren? Sie möchten lernen, wie man Keywords recherchiert und eine Kampagne einrichtet? In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie mit Google AdWords erfolgreich werben und neue Kunden gewinnen. Sie lernen, wie Sie eine eigene Werbekampagne in Google AdWords anlegen, verwalten und optimieren.

### Themenschwerpunkte

- wichtige Fragen vor dem Start und erste Schritte
- Einrichten eines AdWords-Kontos

- Kampagnen und Anzeigen erstellen
- zielgruppengerechte Anzeigentexte
- die richtigen Keywords anlegen
- Budget und Kosten
- Reporting, Optimierung und Kontrolle
- praktische Übungen

### Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Funktionen von Google AdWords kennen und verstehen dessen Einsatzmöglichkeiten. Sie üben im Seminar, einfache Kampagnen und Anzeigen zielgruppengerecht zu erstellen. Sie wissen, wie Sie Kampagnen kontrollieren und verbessern.

### Teilnehmergruppe

- Das Seminar richtet sich an Einsteiger und Interessenten, die bisher noch nicht oder erst seit kurzer Zeit mit Google AdWords arbeiten.
- Kurs für Mitarbeiter in Agenturen und Kommunikationsabteilungen, die sich grundlegende Kenntnisse zu Google AdWords aneignen möchten, um anschließend selbst Kampagnen aufzusetzen.

**Unser Tipp:**  
Buchen Sie AdWords  
und Analytics im Paket für  
1.090 Euro zzgl. MwSt.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 6. Juni 2016 in Hamburg  
24. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Dominic Lindstädt** ist seit 2008 im Online-Marketing tätig. Sein Fokus liegt vor allem auf der bezahlten Web-Suche und dem Zusammenspiel mit allen Online-Kanälen.

# GOOGLE ANALYTICS ALS BASIS FÜR ERFOLGREICHES ONLINE-MARKETING

**Unser Tipp:**  
Buchen Sie AdWords und Analytics im Paket für 1.090 Euro zzgl. MwSt.

Für viele Menschen ist Google die erste Anlaufstelle bei der Suche nach Informationen. Bei den Ergebnissen sind meist die ersten beiden Trefferseiten entscheidend, viel weiter wird kaum geklickt. Für Unternehmen, die Ihre Zielgruppen über das Internet erreichen wollen, ist daher ein suchmaschinenoptimierter Online-Auftritt von immenser Bedeutung. Doch um seine Web-Inhalte zu optimieren muss man wissen, wie die eigene Zielgruppe ‚tickt‘: Wo kommen die Besucher her? Wie verhalten sie sich auf der Seite? Werden meine Produkte gekauft? Wo liegen Optimierungspotenziale? In diesem Media Workshop erhalten Sie eine Einführung in das kostenlose Google-Instrument Google Analytics, das Ihnen eine umfassende Analyse der eigenen Website ermöglicht. Sie lernen, wie Sie das Webanalyse Tool zur Steuerung von bestehenden oder geplanten Google AdWords Kampagnen einsetzen und anhand der gewonnenen Daten die Nutzereffizienz steigern.

## Themenschwerpunkte

- Überblick über die Möglichkeiten und Funktionsweisen von Google Analytics
- Einrichten und Verwalten eines Analytics Kontos
- Kennzahlen auswerten und interpretieren (wie Seitenaufrufe, Absprungraten und Sitzungsdauer)

- demographische Daten analysieren
- rechtliche Aspekte: Google Analytics datenschutzkonform integrieren
- Berichte mit Mehrwert: Akquisition, Verhalten und Conversions
- Ziele einrichten
- Verknüpfung mit Google AdWords

## Lernziele

Sie lernen die Basisfunktionen von Google Analytics kennen und verstehen, welche Daten für Ihr Unternehmen wichtig sind und wie Sie diese Kennzahlen interpretieren. Sie erfahren, wie Sie Google Analytics effektiv einsetzen und mit Hilfe der ausgewerteten Daten Ihr Online-Marketing optimieren. Sie erkennen die Stärken und Schwächen Ihres Webauftritts und können Ihre Inhalte dementsprechend gezielter einbinden.

## Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Einsteiger oder Interessierte mit ersten Erfahrungen zum Thema Google Analytics, die wissen wollen, wie man Webseiten systematisch analysiert.
- Kurs für alle, die das Nutzerverhalten ihrer Besucher analysieren und die Nutzereffizienz steigern wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 7. Juni 2016 in Hamburg  
25. November 2016 in Hamburg



## Referent

**Adrian Berger** ist seit 2011 im Online-Marketing tätig. Seit 2012 ist er beim Immobilienportal Immonet GmbH für den Bereich der Web Analyse zuständig.

# BLOGS IN PR UND MARKETING

## Strategie, Konzeption, Praxis

Immer mehr Unternehmen haben ein eigenes Blog aufgesetzt. Direkter Kontakt zu den Kunden, persönliche Einblicke hinter die Kulissen, schnelle Reaktion auf aktuelle Entwicklungen – Blogs bieten vielschichtige Möglichkeiten für Unternehmen. Entweder sind die ersten Erfolge schnell sichtbar oder viele entdecken, dass ihre Inhalte gar nicht wahrgenommen werden. Wer ein Corporate Blog plant, sollte dabei immer auch die Content-Strategie und das Blog Marketing mitbedenken. Doch vor dem Start sind einige Vorbereitungen nötig: Was und wen können Unternehmen mit ihrem Corporate Blog erreichen? Wie spricht man am besten seine Leser an? Was sind die ungeschriebenen Gesetze der „Blogosphäre“? Und was ist überhaupt ein Trackback? Der Media Workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Attraktivität Ihres Unternehmens-Blogs für Leser und Suchmaschinen erhöhen und ein Corporate Blog so betreiben, dass Ihre Inhalte den Weg zu Ihren Stakeholdern finden.

## Themenschwerpunkte

- Grundlagen: welche Bedeutung hat ein Blog im Rahmen der Social Media Strategie
- welche Inhalte in einem Blog veröffentlicht werden sollten
- wie man Themen für das Agenda Setting nutzt
- nicht zu steif, nicht zu flapsig: Texten fürs Blog

- Formalia und Gepflogenheiten in der „Blogosphäre“
- Fotos, Audios und Videos einbinden
- Umgang mit Kommentaren und Kritik
- Feedback und Erfolgs-Monitoring
- Arbeiten mit einem Blog-Content-Management-System
- Blog Marketing: Blogger Relations aufbauen, Inhalte vermarkten

## Lernziele

Sie lernen die speziellen Anforderungen an Textaufbau und Sprache für das Bloggen kennen. Sie üben an Praxisbeispielen den Umgang mit einem Blog-System und lernen die wichtigsten Begriffe und Techniken rund ums Bloggen kennen. Sie erfahren, wie Sie Blogaktivitäten planen und einordnen. Es werden die strategischen Ansätze als Grundlage für die weitere Planung vermittelt, um den Start oder die Optimierung des eigenen erfolgreichen Corporate Blogs zu ermöglichen.

## Teilnehmergruppe

- Seminar für Unternehmens- und Pressesprecher, Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben sowie Social Media Verantwortliche, die Blog-Einträge erstellen, aufbereiten und redigieren.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 26. und 27. Oktober 2015 in München  
18. und 19. Januar 2016 in Hamburg  
21. und 22. September 2016 in Hamburg



## Referent

**Kai Heddergott** ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent zu den Themen Online-Kommunikation und Multimedia tätig.

# BLOGGER RELATIONS

## Ansätze für die Erweiterung von Public Relations & Marketing



In Zeiten der Bedeutungszunahme sozialer Netzwerke für Journalismus und PR erlangen Blogger immer mehr Relevanz. Als sogenannte Influencer für bestimmte Themenfelder und Zielgruppen empfehlen sie sich als Wortführer und Multiplikatoren in bestimmte Publikums- und Themenbereiche hinein. Zeitgemäße PR-Konzepte sollten Blogger neben dem klassischen Journalismus als Distributoren eigener Botschaften vorsehen. Doch wie sollten Blogger angesprochen werden? Welche Eigenheiten gilt es zu beachten? Wie und mit welchen Darstellungsformen lassen sich Blogger für die eigene PR gewinnen und einbinden? Und welche rechtlichen Rahmenbedingungen gilt es hier zu beachten? Dieser Media Workshop unterstützt Sie bei der Beziehungspflege zu digitalen Meinungsführern.

### Themenschwerpunkte

- Daten, Fakten und Trends zu Blogs
- Nutzen von Blogger Relations für Unternehmen
- erfolgreiche Einführung von Blogger Relations
- interessante Blogs zu Ihren Themen finden
- Blogger richtig ansprechen
- was Blogger wollen

- Konzeption von Blogger Relations
- Dos and Don'ts und Best Practices

### Lernziele

Sie erfahren, wie Sie richtig in Blogger Relations einsteigen und kennen die Möglichkeiten, interessante Blogger anzusprechen und zu begeistern. Sie wissen, wie Sie Blogger zu starken digitalen Multiplikatoren Ihrer Themen machen können.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Kommunikations- und Marketingverantwortliche, die ihre Kompetenzen in Sachen Blogs ausbauen und Blogger als digitale Influencer gewinnen möchten.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die Blogger Relations in ihre Kommunikationsstrategie einbinden möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 22. April 2016 in Hamburg  
22. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Kai Heddergott** ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent zu den Themen Online-Kommunikation und Multimedia tätig.

# SOCIAL MEDIA FÜR EINSTEIGER

## Chancen und Risiken für Marketing und PR

Social Media bietet viele Chancen für die Unternehmenskommunikation: Sie erreichen direkt Ihre Zielgruppen wie Kunden, Interessenten, Partner, Redaktionen und weitere Multiplikatoren. Doch wie gelingt der Einstieg ins Social Web und wie kann Ihr Unternehmen davon profitieren? Sind Sie noch Anfänger im Web 2.0 und möchten wissen, welche Instrumente sich für bestimmte Ziele eignen? In diesem Media Workshop entdecken Sie die Grundlagen des Social Web, erstellen Ihren eigenen Facebook- und Twitter-Auftritt und lernen weitere Social Media Dienste kennen. Sie erfahren, wie Sie Social Media unternehmerisch nutzen können und wo die Stolperfallen lauern.

### Themenschwerpunkte

- die Grundlagen des Social Web
- Zahlen, Fakten, Studien
- Überblick zu den wichtigsten Social Media Anwendungen
- Wahrnehmungssteigerung durch Social Media
- von der Idee zur Umsetzung: eigene Konten eröffnen und einrichten
- Zusammenspiel der Kanäle
- Content-Ideen
- Erfolge messen

- Einblicke in Social Media Strategien
- Social Media Guidelines: so werden Mitarbeiter zu Unternehmensbotschaftern

### Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Social Media Kanäle kennen und können sich auf den wichtigsten Plattformen Benutzerkonten einrichten. Sie erfahren, welche Chancen und Risiken das Web 2.0 für Ihre Unternehmenskommunikation birgt. Sie lernen, wie Sie eigene Ideen für Einsatzmöglichkeiten entwickeln und umsetzen.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter von Presse- und Kommunikationsabteilungen, die wenig Erfahrung im Social Web haben und sich grundlegende Kenntnisse zu Social Media aneignen möchten.
- Kurs für alle, die lernen möchten, wie der Einsatz von Social Media Anwendungen zum Erfolg führt.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 10:00 bis 17:00 Uhr und 10:00 bis 16:00 Uhr  
**Termine:** 24. und 25. September 2015 in Köln  
1. und 2. März 2016 in Hamburg  
5. und 6. September 2016 in Frankfurt a. Main



### Referent

**Steffen Büffel** ist Inhaber der Agentur Media Ocean und entwickelt für Unternehmen und Verlage Social Media Konzepte und Crossmedia-Strategien für gelungene Online-Auftritte.



# SCHREIBEN FÜR SOCIAL MEDIA

## Online-Schreibwerkstatt für Facebook, Blogs, Twitter & Co.

Facebook, Xing, YouTube und Co. sind für Unternehmen wichtige Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit geworden. Doch wer nur auf eine One-Way-Kommunikation setzt, geht in der Social Media Welt schnell unter. Der richtige Kontakt zu Kunden will gepflegt werden – in guten wie auch in stürmischen Zeiten. Und jedes soziale Netzwerk funktioniert nach eigenen Regeln. Was macht eine gute Facebook-Überschrift aus? Wie müssen Kurznachrichten auf Twitter formuliert sein? Wie unterscheidet sich die Sprache der Texte im Unternehmens-Blog von denen auf der Webseite? In diesem Media Workshop trainieren Sie, nutzergerechte Texte für Ihre Online-Kommunikation zu schreiben und erfahren, wie ein Unternehmen umdenken muss, um im sozialen Netz erfolgreich zu sein.

### Themenschwerpunkte

- Überblick: Facebook, Twitter, Xing, YouTube & Co.
- Web versus Print: Textregeln, Inhalt und Aufbau abgrenzen
- Twittern für Profis: Texte und Tools
- Facebook für Profis: Texte und Tools
- Bloggen für Profis: Texte und Tools
- Achtung „Shitstorm“ - auf Nutzerbeschwerden reagieren
- Umdenken im Unternehmen: Transparenz und Vertrauen statt Top-Down

- Schreibwerkstatt mit vielfältigen Übungen zu den Textformaten

### Lernziele

Sie kennen die Textregeln für Social Media und schreiben professionell für Facebook, Blogs, Twitter und andere Online-Formate. Sie optimieren Ihren Schreibstil, um Ihre Zielgruppen in sozialen Netzwerken noch besser zu erreichen. Sie erfahren, wie Sie mit Nutzerbeschwerden konstruktiv umgehen und reagieren souverän auf „Shitstorms“. Sie wissen, wie Sie den Dialog zu Ihren Kunden und Mitarbeitern in Social Networks eröffnen und dauerhaft halten können.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für alle, die in der Unternehmenskommunikation Texte für Social Media und Blogbeiträge schreiben oder solche Texte zuliefern.
- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus PR und Marketing, Texter und Volontäre von PR-Agenturen.

**Hinweis:** Das Seminar wird in Hamburg von Claus Hesseling und in München und Köln von Melanie Schwarz gehalten.

**Teilnehmerzahl:** 6 -12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 3. und 4. Dezember 2015 in Berlin

17. und 18. März 2016 in München

25. und 26. August 2016 in Köln

17. und 18. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Claus Hesseling** ist freier Journalist und Seminarleiter zu Themen rund um den Online-Journalismus.



### Referentin

**Melanie Schwarz** ist Online-Beraterin bei der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf.

# STRATEGIE FÜR SOCIAL MEDIA

## Mit Konzept ins Social Web

Twitter, Facebook, Instagram, YouTube – das Social Web bietet zahlreiche spannende Möglichkeiten der Kommunikation. Aber es führt auch in Versuchung, sich mit übereifrigem Aktionismus auf die virtuellen Plattformen zu stürzen. Um einen Auftritt im Social Web effektiv und effizient zu gestalten, ist es sinnvoll ein durchdachtes Konzept zu entwickeln. Denn auch im Social Web dürfen Unternehmensstrategie und Kommunikationsziele nicht aus dem Blick geraten. Sie nutzen bereits einige Social Media-Kanäle und wollen Social Media in Ihre Kommunikationsstrategie integrieren? Sie möchten Ihre Zielgruppen professionell und interaktiv einbinden? In diesem Media Workshop erhalten Sie strategische Lösungsansätze für den Einsatz von Social Media, mit denen Sie nachhaltige und messbare Erfolge schaffen.

### Themenschwerpunkte

- Analyse der Ausgangssituation
- Kommunikationsziele festlegen und Zielgruppen definieren
- die richtigen Kanäle auswählen und Themen planen
- Einbindung in Kommunikations- und Marketingstrategie
- Schritte zur erfolgreichen Implementierung
- Monitoring und Erfolgsmessung
- Beispiele aus der Praxis

### Lernziele

Sie erfahren, wie Sie Social Media in Ihre Kommunikationsstrategie integrieren. Sie wissen, wie Sie mit Online-Zielgruppen ins Gespräch kommen und wie Sie Fans, Unterstützer und Empfehler gewinnen. Sie erkennen, wie soziale Netzwerke eine Kommunikationsstrategie bereichern und zur Wertschöpfung beitragen.

### Teilnehmergruppe

- Dies ist ein Fortgeschrittenen-Seminar für Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die Social Media für ihr Marketing und ihre Kommunikation nutzen und mit den gängigen Social Media Angeboten vertraut sind.
- Kurs für Mitarbeiter in Agenturen und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, die eine Social Media-Strategie entwerfen wollen und diese in ihre gesamte Unternehmenskommunikation integrieren möchten.

Seminar für Fortgeschrittene

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 1. Februar 2016 in Hamburg

24. August 2016 in Köln



### Referent

**Tim Krischak** arbeitet als selbstständiger Berater und Trainer für Digitale Kommunikation. Er berät Kunden aus verschiedenen Branchen bei der Planung, Umsetzung und Einführung von Digitaler Kommunikation.

# DIGITALES STORYTELLING

## Themen und Geschichten für das Social Web

„Content is king“ – das gilt besonders für den Auftritt im Social Web. Der Kontakt mit den Kunden über Plattformen wie Facebook, Twitter oder Pinterest ist viel direkter und persönlicher als über andere Medien. Denn die User können durch Weiterempfehlungen, Kommentare oder Like-Buttons schnell und öffentlich sichtbar reagieren. Und immer mehr Mitglieder sozialer Netzwerke verlassen sich auf die Meinung ihrer Online-Freunde über Produkte, Services und Dienstleistungen von Unternehmen. Dabei erwarten die Leser keine platten Werbebotschaften, sondern suchen nach sinnvollen Inhalten, die sich gut verbreiten lassen. Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Themen für verschiedene Zielgruppen langfristig interessant gestalten? Sie nutzen bereits einige Social Media Kanäle, suchen aber nach geeignetem Content und wollen nicht einfach die üblichen Presseinformationen kopieren? In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie durch Digital Storytelling aus vorhandenen Inhalten spannende neue Geschichten entwickeln, um die anvisierten Zielgruppen zu erreichen.

### Themenschwerpunkte

- professionelle Konzeption und Themenplanung für Inhalte in Sozialen Netzwerken
- Kreativitätstechniken für die Themenfindung

- Darstellungsformen für verschiedene Endgeräte (Smartphones, Tablet, PC, unterschiedliche OS)
- Aufbereitung von Inhalten für verschiedene Internetplattformen und Checklisten für die Umsetzung
- Indikatoren und Tools für Evaluation und Erfolgsmessung von Social Media Inhalten

### Lernziele

Sie können eine Strategie für ansprechenden Social Media Content entwickeln und relevante Themen inhaltlich und zeitlich setzen. Sie wissen, wie Sie Ihre Marke oder Dienstleistung im Social Web mit Digital Stories präsentieren. Sie lernen, mit welchen Geschichten Sie die verschiedenen Zielgruppen erreichen, wie sie zu begeistern sind und wann sie in Ihrem Sinne aktiv werden. Sie können Ihre PR effektiv ausbauen und Synergieeffekte zu bestehenden Maßnahmen nutzen.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für PR-Fachkräfte und Contentmanager, die soziale Netzwerke effektiv in ihrer Gesamtkommunikation nutzen wollen.
- Seminar für alle, die für ihre Online-Kommunikation strategisch und thematisch relevante Inhalte entwickeln möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 2. Dezember 2015 in Leipzig  
19. Februar 2016 in München  
5. Oktober 2016 in Hamburg



### Referent

**Kai Heddergott** ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent zu den Themen Online-Kommunikation und Multimedia tätig.

# FACEBOOK IN PR UND MARKETING

## Grundlagen und Trends

Im Alltagsleben vieler Menschen hat sich Facebook mittlerweile einen festen Platz erobert. Doch auch in der Öffentlichkeitsarbeit ist das aktuell größte soziale Netzwerk vielerorts nicht mehr wegzudenken. Immer mehr Unternehmen, Agenturen oder Verbände wollen das Potenzial von Facebook für ihre B2C- oder B2B-Kommunikation nutzen. Sie möchten lernen, wie Sie eine eigene Page für Ihr Unternehmen mit wenigen Klicks erstellen? Oder haben Sie bereits eine eigene Unternehmensseite und wollen erfahren, wie Sie über Facebook Ihre Marke oder Dienstleistung positionieren und in den Dialog mit Kunden treten? In diesem kompakten Media Workshop lernen Sie, wie Sie Facebook mit seinen Bausteinen für die Unternehmenskommunikation richtig nutzen. Sie erhalten außerdem das inhaltliche Rüstzeug, um Ihren Facebook-Auftritt professionell mit anderen Kanälen wie Twitter oder Foursquare zu verknüpfen.

### Themenschwerpunkte

- Insight Facebook: Fakten, Hintergründe und Funktionsweisen
- wichtige Bausteine: Fanpage, Applikationen, Viralität, Micro-Payment u.v.m.
- Kommunikation auf Facebook: Aufmerksamkeit, Relevanz und Krisenmanagement
- Best Practice: Fallbeispiele aus unterschiedlichsten Industrien

- Umsetzung: Rechtliches, Budgets, Dienstleister und Tools
- Einbindung von Twitter, Foursquare und anderen Plattformen
- Ausblick: Nachhaltigkeit, Trends und Zukunftsszenarien

### Lernziele

Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen die Grundlagen, mit denen Sie das Thema Facebook kompetent in Ihrer Organisation anstoßen, begleiten und entscheiden können. Sie erlangen umfassendes und sehr praxisrelevantes Wissen über die Plattform Facebook. Sie wissen, welche anderen sozialen Netzwerke, wie Twitter und Foursquare, sich für Ihre Unternehmenskommunikation eignen, um sie in Ihren Facebook-Auftritt einzubinden.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus Kommunikations- und Marketingabteilungen sowie aus Agenturen, die ihre Unternehmenskommunikation oder die ihrer Kunden beim Thema Facebook-Auftritt kompetent unterstützen wollen.

**Unser Tipp:**  
Vertiefen Sie Ihr Wissen im „Aufbauseminar Facebook“.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 12. Januar 2016 in Hamburg  
29. August 2016 in Berlin



### Referent

**Torsten Panzer** ist freier Kommunikationsberater, Beirat der Social Media Week und Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg e.V.

# AUFBAUSEMINAR FACEBOOK

## Strategischer Einsatz in der Unternehmenskommunikation

Neu!

Die Facebook-Seite ist eingerichtet – und jetzt? In diesem kompakten Media Workshop erfahren Sie, wie Sie mit Ihrer Zielgruppe in den Dialog treten, eine Community aufbauen und engagieren. Sie lernen die Verhaltensregeln für einen erfolgreichen Austausch mit bestehenden und potenziellen Kontakten kennen. Sie erhalten Tipps, wie Sie Kampagnen entwickeln und kontinuierlich die Community in Ihren Unternehmensdialog einbinden, bereichernde Inhalte aufspüren und nutzbar machen. Sie lernen, was im fortgeschrittenen Gebrauch der Facebook-Plattform möglich ist und wie Sie sich aus der Masse von Werbeaktivitäten positiv hervorheben.

### Themenschwerpunkte

- strategische Verwendung von Facebook
- Verhaltensregeln
- Nutzung von klassischen PR-Inhalten auf Facebook
- Erstellung eines Redaktionsplanes (über Storytelling und Themenfindung)
- Kampagnen-Kommunikation
- Facebook-Dialog im Kommunikationsmix und für Marketing-Zwecke
- Grundlagen des Facebook Advertisings
- Best Practice: Fall- und Übungsbeispiele

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Facebook für PR, Marketing, Vertrieb oder Kundendienst strategisch nutzen können. Der Media Workshop vermittelt Ihnen praktisches Wissen, die Nutzungsbedingungen, die Möglichkeiten und Grenzen der Plattform. Sie sind in der Lage, eine Strategie für Ihr Unternehmen zu entwickeln und umzusetzen.

### Teilnehmer

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus Kommunikations- und Marketingabteilungen sowie aus Agenturen, die Facebook in der Unternehmenskommunikation professionell einsetzen wollen.

**Hinweis:** Dies ist ein Fortgeschrittenen-Seminar. Grundlegende Facebook-Kenntnisse aus dem privaten oder beruflichen Umfeld werden vorausgesetzt.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 26. Februar 2016 in Hamburg  
23. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Torsten Panzer** ist freier Kommunikationsberater, Beirat der Social Media Week und Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg e.V.

# SOCIAL MEDIA IM B2B-GESCHÄFT

## Chancen und Risiken in der B2B-Kommunikation

Studien aus den USA belegen, dass dort mehr als die Hälfte der B2B-Unternehmen Social Media Marketing betreiben. Und auch hierzulande integrieren immer mehr B2B-Unternehmen Social Media in ihre Kommunikationsstrategie. Doch der schnelle Wandel des Mediennutzungsverhaltens und die vielfältigen Social Media Kanäle stellen unterschiedliche Herausforderungen an die B2B-Kommunikation. Welchen Sinn macht Social Media im Bereich B2B überhaupt? Welche Strategie ist die richtige und was sind die relevanten Kanäle? Wie unterscheiden sich die Social Media Aktivitäten von B2B- und B2C-Unternehmen? Wie kann man messbaren Kommunikationserfolg generieren oder gar neue Kunden gewinnen? Sie wollen erfahren, wie Sie mit sozialen Plattformen wie Blogs, Facebook, Twitter, Google+ oder LinkedIn optimale Vertriebsunterstützung gewährleisten? Dieser Media Workshop zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Zielgruppe im Social Web erreichen.

### Themenschwerpunkte

- Unterschiede zwischen Social Media im B2C- und B2B-Geschäft
- Trends und Erfolgsfaktoren für Social Media Marketing im B2B-Bereich
- Chancen/Risiken zur Gewinnung und Bindung von B2B-Kunden
- Integration von Social Media in die B2B-Unternehmensstrategie

- soziale Plattformen wie Blogs, Facebook, Twitter, Google+ oder LinkedIn richtig nutzen
- relevante Best Practice Beispiele aus der B2B-Welt
- Tipps zu Rahmenbedingungen wie Urheberrecht, Impressum, Guidelines, Krisensituation, Erfolgsmessung

### Lernziele

Sie erfahren, wie erfolgreiche B2B-Unternehmen Social Media im Bereich Marketing, Kommunikation, Kundenservice, Qualitätssicherung oder Produktentwicklung einsetzen. Der Referent zeigt Ihnen, wie Sie mit gutem Content und Mehrwert für Ihre Zielgruppen in der B2B-Kommunikation punkten. Sie können mit strategischen Argumenten in den Dialog mit der Führungsebene treten und haben Handlungsansätze für ein eigenes Social Media Konzept.

### Teilnehmergruppe

- Dieser Kurs richtet sich an Kommunikationsverantwortliche in B2B-Unternehmen, die Social Media in ihrer Online-Kommunikation nutzen möchten.
- Weiterbildung für Führungskräfte aus PR, Marketing und Vertrieb sowie für Web- und Online-Marketing-Verantwortliche.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 13. November 2015 in Hamburg  
8. Juni 2016 in Hamburg



### Referent

**Torsten Panzer** ist freier Kommunikationsberater, Beirat der Social Media Week und Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg e.V.

# KUNDENSERVICE VIA SOCIAL MEDIA

## Möglichkeiten des Social Customer Support

Durch Social Media haben sich die Gespräche mit Kunden längst auf Twitter, Facebook und Co. verlagert. Probleme und Fragen werden unter Kunden online diskutiert und über zahllose Foren, Blogs und Social Media Kanäle verbreitet. Realtime und direkter Dialog sind dabei Fluch und Segen zugleich. Sie bieten Unternehmen die Chance, Kundenbedürfnisse besser zu verstehen sowie schnell und unbürokratisch weiterzuhelfen. Auf der anderen Seite drohen Shitstorm und #Hashtag-Bashing, wenn in einer Krisensituation nicht oder fehlerhaft reagiert wird. Sie wollen langfristig Kosten einsparen und Kunden-helfen-Kunden-Mechanismen aufbauen? Sie möchten wissen, wie Sie Social Media als Krisen-Frühwarnsystem und in der Produktentwicklung sinnvoll einsetzen können? In diesem Media Workshop lernen Sie, zufriedener Kunden zu gewinnen und mit diesen in einem zeitgemäßen Dialog zu stehen.

### Themenschwerpunkte

- Unterschiede zwischen klassischem Kundenservice und Social Customer Support
- Monitoringtools und Möglichkeiten der Krisenprävention
- neue Möglichkeiten, Kosten zu sparen durch Aufbau von Kunden-helfen-Kunden-Angeboten
- Einfluss von Social Support auf Marken- und Produktkommunikation

- Kundenbindung durch Word of Mouth auf digitalen Stereoiden
- Social CRM als Katalysator für Change Management und Digitale Transformation
- Dos and Don'ts sowie zahlreiche Best Cases von Top-Marken
- Handlungsansätze für ein eigenes Social Customer Konzept

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Social Customer Support als echten Dialog betreiben. Sie verstehen, wie Sie selbst unzufriedene Kunden zu Markenbotschaftern machen und wertvolle Insights gewinnen. Sie erhalten eine Roadmap, um Social CRM als „Brücke“ zwischen den Unternehmensabteilungen und Katalysator für Change Management einzusetzen. Sie wissen, wie Sie Meinungsführer im Social Web identifizieren und Social CRM als Differenzierungsfaktor und Chance für Ihre Marke nutzbar machen.

### Teilnehmer

- Kurs für Mitarbeiter aus Kommunikations- und Marketingabteilungen sowie Redaktionen, die ihren Kundenservice über Social Media Kanäle aufbauen oder optimieren wollen.
- Weiterbildung für Mitarbeiter aus Vertrieb und Service, die das nächste Level im Social Customer Support starten möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 9. Oktober 2015 in Hamburg  
8. April 2016 in Hamburg



### Referent

**Torsten Panzer** ist freier Kommunikationsberater, Beirat der Social Media Week und Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg e.V.

# DAS DIGITALE BÜRO

## Die wichtigsten Tools für eine smarte Arbeitsorganisation

Computer, Internet und Smartphone sind aus dem Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken. Doch wie kommen meine Kontakte und Termine auf mein Handy? Wie kann ich schneller und effektiver im Internet surfen? Welche kostenlosen Tools helfen mir bei meiner Arbeit? Wie kann ich in Zeiten von Cyber-Spionage Daten und E-Mails sicher verschlüsseln? Und wie hole ich das meiste aus der „Cloud“ heraus. Dieser Media Workshop richtet sich sowohl an digitale Neulinge als auch an solche, die ihr digitales Büro noch weiter optimieren möchten.

### Themenschwerpunkte

- Recherche: welche Tricks bieten Google und Co?
- Organisation: wie richtet man am effizientesten Kalender, Notizen, E-Mail ein?
- sicher kommunizieren: Wie funktioniert E-Mail-Verschlüsselung?
- Open Data: Bereitstellung von Daten via kostenfreier Software

### Lernziele

Sie lernen, welche Möglichkeiten es gibt, Kalender, Browser oder E-Mails effizient einzurichten und zu nutzen. Sie erfahren, welche Software Sie benötigen, was Sie investieren müssen und was es an gesetzlichen Regelungen zu beachten gibt, um Ihr digitales Büro zu optimieren. Sie erhalten umfangreiche Informationen über Datensicherheit und -sicherung für eine geschützte Kommunikation.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Mitarbeiter aus Behörden, Verbänden und Unternehmen, die wissen wollen, wie man Daten am sichersten bereitstellt, aufbereitet und darstellt.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die lernen wollen, wie man ein mobiles Büro einrichtet.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen  
**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr  
**Termine:** 9. und 10. November 2015 in Hamburg  
11. und 12. Mai 2016 in Hamburg



### Referent

**Claus Hesselning** ist freier Journalist und Seminarleiter zu Themen rund um den Online-Journalismus.

## VISUELLE PR UND CORPORATE MEDIA

Die Möglichkeiten, seiner Zielgruppe Informationen zu vermitteln, sind mittlerweile fast unbegrenzt. Egal ob Text, Audio, Video, Foto, Grafik oder Interaktion – die Spielwiese ist groß und vielfältig. Wenn man in der Kommunikation am Ball bleiben will, muss man laufend neue Methoden und Techniken in die Kommunikation integrieren. Doch welche Strategie funktioniert in welchem Kanal und worauf muss man bei den verschiedenen Online-Plattformen achten? Welche Formate lassen sich am besten mit welchen Kanälen kombinieren? Unsere Media Workshops geben einen umfassenden Überblick, mit welchen Formaten sich arbeiten lässt, was deren jeweilige Stärken sind und wie man dafür geeignete Strategien entwickelt. Do it yourself: In den stark praxisorientierten Seminaren lernen Interessierte außerdem, wie man Videos mit Spiegelreflexkameras oder dem iPhone selbst produziert, professionelle PR-Fotos mediengerecht aufbereitet oder eigene Infografiken erstellt.

## INSTAGRAM, PINTEREST & CO.

### Visuelle PR in die Online-Kommunikation integrieren

Ob mit oder ohne „Selfies“ – Foto-Communities haben in letzter Zeit an Attraktivität gewonnen. Auch Medien, Unternehmen und Organisationen entdecken Instagram, Pinterest und Co. als Spielwiese. Welche Strategie funktioniert im visuellen Netz und worauf muss man bei den Plattformen achten? Was muss an der eigenen Website optimiert werden? Wie sieht es mit den Rechten aus? Dieser Media Workshop nähert sich mit viel Praxis dem Thema, auch Einsteiger können profitieren.

#### Themenschwerpunkte

- visuelle PR: Begriffsdefinition
- Wirkung von Online-Fotos: gute und schlechte Beispiele
- ästhetische und technische Anforderungen
- Einsatzmöglichkeiten von visuellem PR-Material in Foto-Communities wie Instagram, Pinterest und Co.
- Abgrenzung zu Stockmaterial
- kreative Bild-Ideen finden
- rechtliche Hinweise zum Einsatz von PR-Fotos in verschiedenen Plattformen

#### Lernziele

Sie erfahren, wie Sie Ideen für die visuelle PR entwickeln und eine geeignete Bildsprache für Ihre Kommunikation finden. Sie lernen, welche technischen Voraussetzungen und kreativen Anforderungen Ihr Bildmaterial für Plattformen wie Instagram oder Pinterest haben muss.

#### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter in Pressestellen, Marketingabteilungen und PR-Agenturen, die digitales Fotomaterial auf Online-Plattformen wie Pinterest und Instagram integrieren wollen.
- Kurs für alle, die visuelles PR-Material in ihrer Online-Kommunikation einsetzen wollen.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie ein Smartphone oder Tablet mit (iOS, Android, Windows).

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 28. April 2016 in Hamburg  
1. September 2016 in Berlin



#### Referent

**Claus Hesseling** ist freier Journalist und Seminarleiter zu Themen rund um den Online-Journalismus.

# DIGITALFOTOGRAFIE FÜR EINSTEIGER

## Professionelle Bilder für Pressearbeit und Events

Professionelle PR-Fotos visualisieren die Botschaften von Presseinformationen. Dabei müssen Mitarbeiter von Kommunikationsabteilungen oft selbst zur Digitalkamera greifen. Doch nicht jeder „Schnappschuss“ eignet sich für die Unternehmenskommunikation oder genügt den Ansprüchen der Bild-Redakteure. Sie möchten wissen, welche ästhetischen und technischen Anforderungen an professionelle PR-Bilder gestellt werden? Sie wollen selbst fotografieren, die Bilder anschließend bearbeiten und zur Weitergabe an die Journalisten mediengerecht nach IPTC-Standard aufbereiten? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen das Handwerkszeug der Digitalfotografie und die Grundlagen der Bildbearbeitung für den erfolgreichen Einsatz von Pressebildern in der visuellen PR.

### Themenschwerpunkte

- optimale Kameraeinstellungen und Aufnahmemodi
- Aufnahmetechniken und Bildperspektiven für Porträts, Events und Gruppenbilder
- Umgang mit schlechten Lichtverhältnissen (ohne Blitz)
- Einsatz von internen und externen Blitzgeräten
- Spezialtechniken, wie Panorama- und HDR-Fotografie
- Einsatz des RAW-Workflows
- Bilder schnell und effektiv bearbeiten
- mediengerechte Aufbereitung von Bildmaterial

- Nutzung von Metadaten (IPTC, XMP, EXIF)
- Media-Asset-Management (Medienverwaltung)

### Lernziele

Sie lernen die wichtigsten technischen Funktionen Ihrer Digitalkamera kennen und erstellen gelungene Porträtfotos und Gruppenaufnahmen. Durch Fotoexkursionen erlangen Sie Sicherheit im Umgang mit der Kamera und üben sich in der Suche und Aufnahme interessanter Motive. Sie machen sich mit Bildbearbeitungs-Techniken in Adobe Photoshop, Adobe Elements und GIMP vertraut und erhalten Tipps für eine strukturierte Bildablage.

### Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen, die eigenes digitales Fotomaterial erstellen und bearbeiten.
- Kurs für alle, die mit einer Digitalkamera professionell umgehen wollen, um mediengerechte PR- und Eventfotos selbst zu erstellen und über wenige oder keine Vorkenntnisse verfügen.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie Ihr eigenes Laptop und Ihre eigene digitale Spiegelreflexkamera mit. Alternativ stellen wir Ihnen gerne einen Rechner mit CS4 zur Verfügung.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 – 12 Personen
<b>Preis:</b>	980 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termine:</b>	2. und 3. November 2015 in Hamburg 4. und 5. April 2016 in Köln 29. und 30. September 2016 in Berlin 1. und 2. Dezember 2016 in Hamburg



### Referent

**Bernd Beuermann** ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Medienberater.

# BILDBEARBEITUNG MIT PHOTOSHOP, GIMP UND CO.

## Bilder für Print- und Online-Medien optimieren

Ob klassische Pressemitteilung, Blog-Beitrag oder Texte auf der eigenen Website – ein gutes Foto erhöht die Aufmerksamkeit für Ihre Presseinformation und macht diese leichter verständlich. Doch was, wenn das Foto zu dunkel ist, das Format nicht stimmt, das einzig brauchbare Motiv durch Schatten gestört wird oder das Porträt glänzende Stellen hat? Meist lassen sich digitale Fotos ohne großen Aufwand durch moderne Bildbearbeitung retten. Sie machen die Fotos für Ihre Pressearbeit selbst oder sind für deren Aufbereitung verantwortlich? Dieser Media Workshop macht Sie mit den Grundlagen und wichtigsten Techniken der Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop sowie der kostenfreien Software GIMP vertraut. Sie lernen nicht nur, wie man Fotos optimiert, sondern auch, wie man die Dateien für Journalisten und Redakteure aufbereitet, um eine reibungslose Weiterverbreitung zu ermöglichen.

### Themenschwerpunkte

- grundlegende Funktionen und Werkzeuge von Adobe Photoshop, Photoshop Elements und GIMP
- Auflösung und Dateiformate für unterschiedlich Ausgabekanäle
- effektive Bildoptimierung mit der Tonwertkorrektur
- Auswahltechniken und selektive Bearbeitung
- Bilder richtig schärfen

- gelungene Fotomontagen mit der Ebenentechnik
- Bildfehler beseitigen und Retuschen durchführen

### Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Funktionen und Werkzeuge von Adobe Photoshop, Photoshop Elements und der Open Source Software GIMP kennen. Sie erhalten einen Überblick über Bildgrößen, Druckauflösungen und Dateiformate. Sie erfahren, wie Sie Ihre Fotos richtig bearbeiten und optimieren und für die Verwendung in Print- wie Online-Medien aufbereiten. Sie üben das Erlernte anhand Ihrer mitgebrachten Fotos.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die sich Grundkenntnisse der Bildbearbeitung aneignen möchten.
- Kurs für Mitarbeiter aus Pressestellen und Kommunikationsabteilungen, die Bilder für die Druckvorstufe von Flyern, Broschüren, Mitarbeiterzeitungen etc. aufbereiten.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie Ihr eigenes Laptop mit. Alternativ stellen wir Ihnen gerne einen Rechner mit CS4 zur Verfügung.

Sie erhalten eine CD mit lizenzfreier Software und Übungsmaterial.

<b>Teilnehmerzahl:</b>	6 - 12 Personen
<b>Preis:</b>	980 Euro zzgl. 19% MwSt.
<b>Uhrzeit:</b>	10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr
<b>Termin:</b>	9. und 10. Juni 2016 in Hamburg



### Referent

**Bernd Beuermann** ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Medienberater.

# VIDEOS IN DER PR EINSETZEN

## Konzeption und Strategie

Ob Imagefilm, virale Kampagne oder selbstproduziertes Interview – Online-Videos werden verstärkt in der Kommunikation genutzt und sind vielfältig einsetzbar. Denn Botschaften werden durch die Verwendung von Bild und Sprache sehr viel aussagekräftiger und nachhaltiger vermittelt als durch reinen Text. Sie wollen Ihre Themen mittels Bewegtbild bei Ihren Zielgruppen und in Redaktionen verankern? Sie wollen direkt mit Kunden oder Stakeholdern kommunizieren? Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Kommunikationsziele in PR-Videos umsetzen und welche Einsatzgebiete es gibt? In diesem Media Workshop lernen Sie, Online-Videos strategisch in Ihre Pressearbeit und PR zu integrieren.

### Themenschwerpunkte

- Bewegtbild, wovon reden wir eigentlich?
- Zielgruppen oder besser: Wer ist die Öffentlichkeit in der Öffentlichkeitsarbeit?
- Darstellungsformen von bewegten Bildern
- Was kann Bewegtbild leisten und was nicht?
- Plattformen und Funktionsweisen
- Erfolgskriterien und Benchmarking
- Kosten und Nutzen
- die Dos and Don'ts bei der inhaltlichen Planung

- Kommunikationsziele und Themenfindung
- Einsatzgebiete von Videos
- Mehrwerte durch Verteilung über unterschiedliche Kanäle und Plattformen (z. B. Verbreitung via Social Media)

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Themen für Online-Videos finden und wie Sie Ihre Botschaften mittels Bewegtbild kommunizieren. Sie kennen die Einsatzmöglichkeiten und Darstellungsformen und wissen, welche Kanäle, sozialen Netzwerke und Plattformen sich für Videos eignen. Sie erfahren, wie Sie Bewegtbild strategisch in Ihr Kommunikationskonzept integrieren.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter von Presse- und Kommunikationsabteilungen, die Online-Videos in der PR strategisch einsetzen wollen.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die lernen wollen, welche Themen sich für die Kommunikation mit Bewegtbild eignen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen  
**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr  
**Termine:** 15. März 2016 in Berlin  
6. Juli 2016 in Hamburg



### Referent

**Thomas Wagensonner** ist selbstständiger Berater, Konzeptentwickler und Projektmanager für Bewegtbildkommunikation in Hamburg.

# VIDEOS MIT DER SPIEGELREFLEXKAMERA PRODUZIEREN

## Bewegtbild für Websites und soziale Netzwerke

Ob auf der Website, in sozialen Netzwerken oder ergänzend zu Pressemitteilungen: Dank digitaler Spiegelreflexkameras mit HD-Movie-Funktion ist es möglich, Videomaterial in bestechender Qualität zu produzieren. Sie sind ideal für die Aufzeichnung ansprechender Interviews, Erklärvideos oder Produktdarstellungen. Wenn Sie eine Videoproduktion in Auftrag geben oder ein Video selbst drehen, sollten Sie jedoch wichtige technische und konzeptionelle Kriterien beachten. Was sind die Qualitätsmerkmale webtauglicher Videos? Worauf kommt es bei der Gestaltung und Bearbeitung von Bewegtbildern an? Wie muss das Rohmaterial für Redakteure aufbereitet werden? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, was Sie bei der Produktion von PR-Videos beachten sollten und zeigt Ihnen, wie Sie SLR-Kameras mit Videofunktion einsetzen, um Ihren Filmen eine professionelle Optik zu verleihen. Sie drehen und schneiden Ihr eigenes kurzes Video.

### Themenschwerpunkte

- Einführung in die Bewegtbildsprache und Bildgestaltung
- Einführung in die Technik und Überblick über Zubehör
- Interviews mit minimalen Mitteln ausleuchten und aufzeichnen
- gezieltes Drehen für den Schnitt: Auflösen von Handlungen

- Postproduktion: Materialwandlung und -bearbeitung, Schnittlogischer Sequenzen, Voice-Over und Tonmischung, Export und Dateikodierung für das Web
- praktische Übungen mit eigener Kamera

### Lernziele

Sie lernen die Grundlagen zum sicheren Umgang mit Ihrer eigenen HD/SLR-Kamera und wissen, worauf Sie bei der Erstellung von Videos achten müssen. Dadurch können Sie interne und externe Produktionen besser beurteilen. Sie üben das Drehen, Schneiden und Aufbereiten von Videomaterial und erstellen webtaugliche Videos, die zur Veröffentlichung auf unterschiedlichen Kanälen wie der eigenen Website, YouTube oder Facebook geeignet sind.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter und Contentmanager in PR und Marketing, die Videoproduktionen in Auftrag geben oder wissen wollen, wie man PR-Videos mit Spiegelreflexkameras selbst erstellt.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie zum Seminar eine eigene Kamera mit HD-Videofunktion sowie mindestens ein Objektiv mit.

**Teilnehmerzahl:** 4 - 8 Personen  
**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.  
**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr  
**Termine:** 16. und 17. November 2015 in Berlin  
13. und 14. Juni 2016 in Hamburg



### Referent

**Roman Mischel** arbeitet seit 2002 als freiberuflicher Videojournalist für TV- und Online-Medien und schult seit 2007 vor allem Redakteure und Volontäre von Tageszeitungen im Video-Storytelling.

# VIDEOS MIT DEM IPHONE PRODUZIEREN

## Bewegtbild mit Apps drehen und schneiden

Heute reicht auch ein iPhone aus, um für die Pressearbeit ein Onlinevideo zu drehen. Mit geringem Aufwand lässt sich aktuelles Geschehen einfangen, zu einem kurzen Videobeitrag verarbeiten und schnell verbreiten. Doch sollten Sie auch beim Videodreh mit dem iPhone technische und konzeptionelle Kriterien beachten. Was sind die Qualitätsmerkmale webtauglicher Videos? Worauf kommt es bei der Gestaltung und Bearbeitung von Bewegtbildern an? Wie dreht man möglichst gezielt für den Schnitt? Und wie erstellt man einen kurzen Videobeitrag komplett auf dem iPhone? Dieser Media Workshop vermittelt Ihnen, was Sie bei der Produktion von Videos mit dem iPhone beachten sollten und wie Sie Ihren Filmen eine ansprechende Optik verleihen. Sie erfahren, welche Möglichkeiten und Grenzen die mobile Berichterstattung mit dem iPhone hat.

### Themenschwerpunkte

- Einführung in die Bewegtbildsprache und Bildgestaltung
- Einführung in die Technik: die richtigen Apps für Dreh, Schnitt und Vertonung sowie nützliche Zusatz-Hardware
- Interviews mit minimalen Mitteln aufzeichnen (Bildaufbau, Belichtung, Ton, Kamerahaltung)
- gezieltes Drehen für den Schnitt: Auflösen von Handlungen
- Drehen und Schneiden mit dem iPhone

- Postproduktion: Schnitt logischer Sequenzen, Voice-Over und Tonmischung, Veröffentlichung in sozialen Netzwerken und anderen Websites
- praktische Übungen: Dreh und Schnitt Ihres eigenen kurzen Videos

### Lernziele

Dieses Seminar vermittelt Ihnen, was Sie bei der Produktion von PR-Videos mit dem iPhone beachten müssen. Sie lernen, wie Sie Ihr iPhone einsetzen, um Ihren Filmen eine ansprechende Optik zu verleihen und wissen, worauf Sie bei der Erstellung von Videos achten müssen. Sie drehen und schneiden Ihr eigenes kurzes Video.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter und Contentmanager in PR und Marketing, die kleinere Videoproduktionen selbst durchführen oder größere in Auftrag geben.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die wissen wollen, wie man PR-Videos mit dem iPhone selbst erstellt.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie Ihr iPhone inkl. Datenkabel mit. Für das Drehen und Schneiden benötigen Sie die Apps „Filmic Pro“ und „iMovie“. Diese kosten insgesamt ca. 13 Euro.

**Teilnehmerzahl:** 4 - 8 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 15. und 16. Februar 2016 in Hamburg  
3. und 4. November 2016 in Berlin



### Referent

**Roman Mischel** arbeitet seit 2002 als freiberuflicher Videojournalist für TV- und Online-Medien und schult seit 2007 vor allem Redakteure und Volontäre von Tageszeitungen im Video-Storytelling.

# ERKLÄRVIDEOS SELBST ERSTELLEN

## Produkte und Dienstleistungen in Erklärfilmen visualisieren

Neu!

Die Schwelle für den Einsatz von bewegten Bildern sinkt. Apps und nutzerfreundliche Programme erlauben es, hochwertige Videos selbst zu produzieren. Vor allem im Bereich der Whiteboard-Animationen und Erklärvideos gibt es Lösungen, die die Produktion am eigenen Schreibtisch möglich machen. Prozesse, Produkte oder Dienstleistungen können dadurch schnell und ansprechend visualisiert werden. Doch was können diese Programme leisten und was nicht? Welche Themen lassen sich überhaupt umsetzen? Dieser Media Workshop zeigt Ihnen Tipps und Tricks, wie Sie komplexe Sachverhalte mit Hilfe von Erklärvideos verständlicher und greifbarer machen. Sie erstellen im Seminar Ihren eigenen kurzen Erklärfilm.

### Themenschwerpunkte

- Erklärvideos in der Kommunikation: Beispiele
- Grundfunktionen der Softwarelösungen Moovly und VideoScribe
- Bilder, Grafiken, Texte: Wie importiert man eigene Inhalte? Was eignet sich wofür?
- Bild und Ton: Welche Vertonung ist sinnvoll?
- Einsatz von Musik und Sprache
- Übungen: Erstellen eines eigenen Erklärvideos

### Lernziele

Anhand praktischer Beispiele erhalten Sie einen Überblick über klassische Erklärfilme. Sie lernen, wie Sie komplexe Themen, Produkte oder Dienstleistungen mit Hilfe von kurzen Erklärvideos vereinfacht darstellen können. Sie kennen die grundlegenden Funktionsweisen der Softwarelösungen VideoScribe und Moovly. Sie erstellen ein eigenes Erklärvideo sowie einen Sprecher-Text und vertonen es vor Ort selbst.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Mitarbeiter von Presse- und Kommunikationsabteilungen, die Erklärvideos in der Kommunikation einsetzen und selbst produzieren wollen.
- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die lernen wollen, wie man komplexe Inhalte mit Hilfe von Erklärfilmen verständlich darstellt.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termin:** 13. April 2016 in Hamburg



### Referent

**Thomas Wagenonner** ist selbstständiger Berater, Konzeptentwickler und Projektmanager für Bewegtbildkommunikation in Hamburg.



# INFOGRAFIK INTENSIVKURS

## Komplexe Daten und Informationen visualisieren

Sie setzen Torten-, Balken- und Säulengrafiken für Ihre visuelle Kommunikation ein. Auch Fieberkurven und einfache Ablaufdiagramme gehören zu Ihrem Repertoire. Jetzt möchten Sie den nächsten Schritt tun und komplexe Zahlenzusammenhänge, Hierarchiestrukturen, geografische Details und technische Abläufe mit Infografiken visualisieren? Wenn diese Herausforderungen auch noch unter sportlichen Zeitvorgaben realisiert werden sollen, geht das nicht ohne tiefere Kenntnisse. In diesem praxisorientierten Media Workshop wird Ihnen das Know-how durch viel Interaktion und praktisches Arbeiten vermittelt und Sie erhalten wertvolle Tipps von einem Experten der dpa-Infografik.

### Themenschwerpunkte

- Analyse des Datenbestandes
- eventuelle Schwachstellen (Lücken) in Infosätzen finden
- Recherche unter gegebenen Zeitvorgaben
- Ideenfindung
- Scribbles und Kommunikation mit Kunden und Auftraggebern
- Argumentations- und Präsentationshilfen
- Fallbeispiele, Eselsbrücken und praxisnahe Tipps

### Lernziele

Sie lernen, auch mit sperrigen Datensätzen umzugehen. Sie wissen, worauf Sie bei der Sichtung des Rohmaterials achten sollten und wie Sie Texte sinnvoll bebildern. Sie bekommen ein zuverlässiges Instrument an die Hand, um Ihr Zeitbudget bei der Erstellung von Grafiken im Auge zu behalten. Sie üben das Scribbeln von Bildideen. Sie erfahren in praktischen Übungen, wie sinnvoll und hilfreich die Delegation grafischer Bausteine sein kann.

### Teilnehmergruppe

- Kurs für Gestalter, Grafiker und Layouter, die sich an anspruchsvolle Infografiken wagen wollen sowie Quereinsteiger in die Infografik, die ihr Basiswissen ausbauen möchten.
- Diese Weiterbildung richtet sich an Berater und Entscheider aus Wirtschaft, Politik, Gesundheit u. a., die das Tool der Informationsgrafik effizient in der Kommunikation einsetzen wollen.

**Hinweis:** Teilnehmer sollten erste Erfahrungen in der visuellen Vermittlung von komplexen Informationen mitbringen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 5. und 6. November 2015 in Berlin  
24. und 25. Februar 2016 in Hamburg  
16. und 17. Juni 2016 in Leipzig  
24. und 25. November 2016 in Berlin



### Referent

**Dr. Raimar Heber** ist Art Direktor bei der dpa-infografik in Berlin und Referent für die Themen Visuelle Kommunikation, Kommunikationsdesign und Infografiken.

# DARSTELLUNGSFORMATE IN DER ONLINE-KOMMUNIKATION

## Von Live-Berichterstattung bis hin zu multimedialem Storytelling

Neu!

Das Web ist im Umbruch. Die Möglichkeiten, Nutzern Informationen zu vermitteln, sind schon heute fast unbegrenzt und ständig kommen neue hinzu: Über Multimedia Storytelling lassen sich Geschichten so aufbereiten, dass alle Sinne angesprochen werden – mit Text, Audio, Video, Foto, Grafiken und Interaktion. In der Live-Berichterstattung lassen sich Ticker, Streaming-Formate und User Generated Content ansprechend verweben. Dies ist möglich mit Data Storytelling, immersiven, personalisierten Formaten und, nicht zu vergessen, den etablierten Möglichkeiten der digitalen Kommunikation. Verschaffen Sie sich einen Überblick. Nutzen Sie die Stärken der jeweiligen Formate und Kanäle und kombinieren Sie diese, dass sie sich ergänzen. So werden Geschichten überzeugender und emotionaler, Informationen eindringlicher vermittelt. Dieser Media Workshop gibt einen umfassenden Eindruck, mit welchen Formaten sich arbeiten lässt, was deren jeweilige Stärken sind und was bei der Planung und Umsetzung zu beachten ist.

### Themenschwerpunkte

- digitale Darstellungsformen und Trends im multimedialen Storytelling und in der Informationsvermittlung
- Storytelling: wie man Geschichten erzählt
- Storyboard für ein Multimedia-Projekt entwerfen

- Einsatz von Text, Foto, Audio, Video, Bild, Grafik, Interaktion und User Generated Content planen und umsetzen
- Arbeitshilfen und Werkzeuge
- Best Practices

### Lernziele

In diesem Seminar erlernen Sie die Grundlagen des multimedialen Erzählens, kennen die aktuellen Trends und wissen, wie Sie ein Storyboard für ein Multimedia-Projekt erarbeiten. Sie erfahren, wie man sich auf Live-Berichterstattung vorbereitet und Themen internetgerecht aufbereitet.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die Geschichten multimedial erzählen wollen.
- Kurs für Mitarbeiter aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Live-Berichterstattung in ihre Kommunikation einbinden möchten.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termin:** 8. Juli 2016 in Hamburg



### Referent

**Jörg Hoewner** ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation und arbeitet als Berater für digitale Unternehmenskommunikation in Düsseldorf.

# KARRIERE

## PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG UND SELBSTMANAGEMENT

Individuelle Persönlichkeitsentwicklung, gezieltes Karrieremanagement und überzeugendes Auftreten sind wichtige Faktoren, um in einem Unternehmen oder einer Organisation langfristig erfolgreich zu sein. Sie werden Projekte leiten und möchten diese auf Zielkurs bringen? Sie wollen als Führungskraft Ihre Mitarbeiter gezielter motivieren und Konflikte rechtzeitig erkennen? Sie möchten bei Präsentationen und in Verhandlungen überzeugen? Sie brauchen frische Ideen und müssen auf Antrieb kreativ sein, wollen Ihre Probleme aber „mal anders“ angehen? In unseren Seminaren werden Ihre persönlichen Stärken gefördert und Ihre Managementkompetenz gestärkt. Außerdem lernen Sie, wie Sie eine gesunde Balance zwischen Berufs- und Privatleben schaffen. Unsere erfahrenen Coaches unterstützen Sie in Ihrer persönlichen Weiterentwicklung.

## KOMMUNIKATIONSTRAINING FÜR PR UND MARKETING

### Argumentieren, überzeugen und verhandeln

Erfahrene PR- und Marketing-Mitarbeiter sind verbale Profis, die mit allen Wassern gewaschen sind: sie gewinnen Pitches, besprechen beim Kunden das Briefing und holen ihr Team trotz enger Termine ins Boot. In Meetings präsentieren sie den Stand des Projekts und kontroverse Diskussion manövrieren sie souverän ins Ziel. Sie verhandeln mit ihren Lieferanten härtere Konditionen aus - und diese kooperieren weiterhin gern. Den Chef überzeugen sie erst vom nötigen Budget und dann von ihrer nächsten Beförderung. Sie möchten lernen, wie Sie Kunden, Geschäftspartner oder Kollegen für sich gewinnen? Dieser Media Workshop arbeitet flexibel mit den beruflichen Herausforderungen der Teilnehmer. Sie analysieren typische Kommunikations-Situationen, lernen dafür hilfreiche Techniken und setzen diese gleich um. Jeder bekommt konstruktives Feedback zu Wirkung und Strategie.

#### Themenschwerpunkte

- Kommunikationstypen: wie Menschen funktionieren
- Informieren: verständlich durch Struktur und Strategie
- Überzeugen: begeistertend durch Seitenwechsel und Storytelling
- Verhandeln: erfolgreich durch Kooperieren statt Kampf
- Feedback zur individuellen Kommunikationswirkung

#### Lernziele

Sie kommunizieren souveräner mit Ihren Kollegen, Kunden und Vorgesetzten und wissen, wie Sie Ihre Inhalte zielgruppengerecht vermitteln. Sie lernen Ihre Stärken und Schwächen kennen und verbessern Ihre Wirkung bei Kundengesprächen und Reklamationen. Sie optimieren Ihre Rhetorik und Körpersprache und wissen, wie Sie die Leute ins Boot holen und souverän mit ihnen verhandeln.

#### Teilnehmergruppe

- Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter aus PR und Marketing, die ihre Kommunikation mit Kunden, Kollegen und Vorgesetzten optimieren wollen.
- Kurs für alle, die erfolgreicher überzeugen, souveräner präsentieren und sicherer verhandeln möchten.

**Hinweis:** Bitte machen Sie sich im Vorfeld Gedanken zu typischen, möglichst konkreten Situationen, in denen Sie informieren, überzeugen oder verhandeln. Ihre Beispiele sind die Grundlage des Workshops.

**Teilnehmerzahl:** 5 - 9 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 27. und 28. Januar 2016 in Berlin

29. und 30. August 2016 in Hamburg



#### Referentin

**Christiane Wettig** ist zertifizierte Trainerin, spezialisiert auf Kommunikation, PR und Führung. Workshops und Coachings leitet sie seit mehr als zehn Jahren.

# PRÄSENTATIONSTRAINING MIT VIDEOFEEDBACK

## Authentisch und souverän auftreten

Eine gelungene Präsentation überzeugt durch eine klare Struktur, eine verständliche Botschaft und die Glaubwürdigkeit des Redners. Wer sein Publikum für ein Thema begeistern und mitreißen will, sollte also nicht nur einen Spannungsbogen aufbauen und ein klares Ziel definieren, sondern auch durch Mimik, Gestik und Körpersprache überzeugen. Denn die Ausstrahlung eines Sprechers hat einen entscheidenden Einfluss auf den Präsentationserfolg und erhöht die Chance, dass die Zuhörer dem Präsentierenden ihre volle Aufmerksamkeit schenken. Eine wichtige Präsentation oder ein Pitch steht an, und Sie möchten Ihren Auftritt bestmöglich vorbereiten? Sie wünschen sich als Präsentator mehr Souveränität vor Ihren Zuhörern und wollen wissen, wie Sie auf kritische Fragen kompetent und selbstbewusst reagieren? In diesem Media Workshop optimieren Sie Ihren individuellen Präsentationsstil und erhalten Rückmeldung zu Ihrer Wirkung und Strategie.

### Themenschwerpunkte

- inhaltliche und persönliche Vorbereitung
- der strategische Präsentationsaufbau
- Kernbotschaften deutlich transportieren
- Rhetorik, Mimik, Gestik, Körpersprache
- Stimmtraining und Entspannungsmethoden

- Zuhörer fesseln und überzeugen
- Umgang mit Zwischenfragen, Kritik und Störungen
- anschließende Diskussionen moderieren
- Simulationen mit Video-Feedback

### Lernziele

Sie treten souveräner vor Ihrem Publikum auf und wissen, wie Sie Ihre Inhalte zielgruppengerecht vermitteln. Sie lernen Ihre Stärken und Schwächen kennen und verbessern Ihre Wirkung bei Präsentationen. Sie erfahren, wie Sie Präsentationen strategisch strukturieren und Ihre Kernbotschaften überzeugend und verständlich transportieren. Sie optimieren Ihre Rhetorik und Körpersprache und wissen, wie Sie mit Lampenfieber umgehen.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die sich für ihren nächsten Präsentationsauftritt oder auf einen Pitch optimal vorbereiten wollen.
- Kurs für alle, die vor Publikum souverän präsentieren möchten.

**Hinweis:** Bitte bringen Sie eine eigene (Teil-)Präsentation von 5-10 Minuten Dauer mit!

**Teilnehmerzahl:** 5 - 9 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 15. und 16. Dezember 2015 in Hamburg

20. und 21. April 2016 in Hamburg

7. und 8. Dezember 2016 in Hamburg



### Referentin

**Christiane Wettig** ist zertifizierte Trainerin, spezialisiert auf Kommunikation, PR und Führung. Workshops und Coachings leitet sie seit mehr als zehn Jahren.

# PROJEKTMANAGEMENT

## Von der Projektidee bis zum erfolgreichen Projektabschluss

Ob für das eigene Unternehmen oder für Kunden – der Erfolg eines Projektes ist abhängig von dessen professioneller Durchführung. Doch in jedem Projekt können ungeplante Situationen auftreten. Eine klare Zieldefinierung, differenzierte Projektplanung und effiziente Kontrolle sind deshalb die Grundsteine für ein erfolgreiches Projektmanagement. Sie haben die Verantwortung übernommen, mit einem Team von unterschiedlichen Fachleuten Projektziele termingerecht zu koordinieren? Sie wollen mit einem gelungenen Kick-off Ihr Team auf Erfolgskurs bringen? Dabei wollen Sie wissen, wie Sie als Projektleiter Ihre Teammitglieder führen und sich bei Blockaden und Widerständen durchsetzen? Dieser Media Workshop stellt Ihnen konkrete Instrumente und Faktoren erfolgreicher Projektführung vor und zeigt Ihnen, wie Sie Kollegen und Mitarbeiter motivieren.

### Themenschwerpunkte

- Grundlagen des Projektmanagements
- konkrete Ziele definieren und Projekte planen
- Phasen im Projektablauf
- Erfolgsfaktoren eines Projektes
- Aufgaben und Führungsrolle des Projektleiters: Kompetenz für das Leiten von Teams

- Teambildung und Mitarbeitermotivation
- Übungen zum Umgang mit Chancen und Risiken
- die Techniken der Teamsteuerung

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Projekte akquirieren und diese auf Zielkurs bringen, halten und erfolgreich abschließen. Sie wissen, wie Sie Meilensteine erreichen, den Kostenrahmen einhalten und wie die nötigen Ressourcen dabei verfügbar bleiben. Sie beherrschen Methoden der Zielvereinbarung und der Kosten-Nutzen-Analyse von Planung, Review und Monitoring. Sie lernen, Entscheidungskompetenzen zu klären, können Aufgaben delegieren und wissen, mit Widerständen und Konflikten konstruktiv umzugehen.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Teamleiter und Führungskräfte, die Projekte verantworten.
- Kurs für Projektleiter und Projektverantwortliche, die kurzfristig ein Team führen müssen, ohne direkt weisungsbefugt zu sein.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 15. und 16. Oktober 2015 in Hamburg

2. und 3. März 2016 in Frankfurt am Main

15. und 16. September 2016 in Hamburg



### Referentin

**Hedwig Kellner** ist freie Unternehmensberaterin, Management-Trainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

# KREATIVITÄT UND IDEENFINDUNG

## Ideen entwickeln mit Methode

Neu!

Ein Kunde möchte sofort neue Ideen präsentiert bekommen und der Chef braucht bis morgen einen Vorschlag für die Umsetzung eines neuen Projektes. Zeit zum Überlegen und Grübeln bleibt Ihnen nur selten – Ihr Job verlangt von Ihnen Kreativität auf Knopfdruck. Stress! Einfallsreichtum allein genügt nicht, wenn neue und hochwertige Ideen gebraucht werden. Was tun Sie, wenn Sie auf Anhieb kreativ sein sollen, wenn Sie Probleme „mal anders“ angehen wollen? Gehören Sie zu den Glücklichen, denen unter der Dusche oder im Schlaf regelmäßig gute Ideen kommen? Wenn nicht, trainieren Sie in diesem Media Workshop Methoden, mit denen Sie künftig kreative Ideen generieren. Auf unkonventionelle Art und Weise erfahren und lernen Sie, Sachverhalte spontan und überraschend in Beziehung zu setzen.

### Themenschwerpunkte

- Ideenfindung – die eigene Kreativität steigern
- Ideenbewertung – das eigene Kreativitätspotential erkennen
- Methoden zur Ideenfindung und Kreativitätssteigerung
- kreative Atmosphäre schaffen
- Kreativitätstechniken anwenden
- praktische Übungen
- Diskussion und Bewertung

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie in kurzer Zeit viele Ideen entwickeln und den Sprung aus den typischen Denkmustern schaffen. Sie erfahren, wie Sie aus vielen Ansätzen den richtigen erkennen und diesen auch umsetzen können.

### Teilnehmergruppe

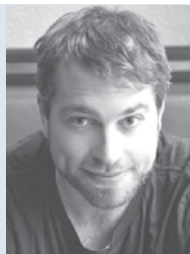
- Dieses Seminar richtet sich an alle, die bereit sind, neue Perspektiven einzunehmen und mit Spaß mehr Kreativität in ihren Berufsalltag bringen möchten.
- Kurs für Fach- und Führungskräfte aller Branchen, die neue Ideen entdecken und umsetzen wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 30. und 31. Mai 2016 in Hamburg  
10. und 11. November 2016 in Hamburg



### Referent

**Tobias Schülert** ist Cartoonist und Humor-Redakteur beim „Stern“. Seine Cartoons und Karikaturen veröffentlicht er auf stern.de und auch im Magazin „Titanic“.

# ZEITMANAGEMENT UND SELBSTMANAGEMENT

## Arbeitsplatzorganisation für weniger Zeitdruck und Dauerstress

Durch richtiges Zeitmanagement fällt es leichter, die gesetzten beruflichen Ziele und damit mehr Zufriedenheit zu erreichen. Professionelle Strategien helfen, den Arbeitstag zu planen und mit Zeitfressern, Störungen und Unterbrechungen umzugehen. Sie wollen wissen, wie Sie Ihren beruflichen Alltag aktiv steuern können und Prioritäten setzen? Sie möchten lernen, wie Sie Ihre Energie optimal nutzen und wann Sie mentale Pausen einlegen sollten? Dieser Media Workshop unterstützt Sie dabei, Zeitdiebe zu erkennen, zu analysieren und zu reduzieren, um Ihre Ressourcen effektiver einzusetzen und Potenziale besser auszuschöpfen.

### Themenschwerpunkte

- Überblick zu den Grundlagen und Methoden effektiven Zeitmanagements
- pro-aktiv statt reaktiv handeln (MASTER-Schritte)
- effektiv sein durch hirngerechte Zielformulierung, Prioritäten erkennen, Wochen- und Tagesplanung (ALPEN-Methode)
- ressourcenorientiert arbeiten und die eigenen Ressourcen stärken (mentale Abgrenzung, Biorhythmus)
- Übungen und Gruppenarbeiten zur Anwendung von Zeitmanagementmethoden

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Ihren Arbeitsalltag klar strukturieren und besser organisieren. Sie erfahren, wie Sie durch konkrete Planung Ihre Projekte aktiv gestalten. Sie wissen, wie Sie sich individuelle Ziele setzen und diese in Ihrem Umfeld vertreten. Sie trainieren, zu agieren statt zu reagieren und so Ihre Arbeits- und Leistungserfolge zu steigern. Sie profitieren, weil Sie selbstbestimmt und zufriedener mit der verfügbaren Zeit umgehen können.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle, die trotz Zeitdruck und Dauerstress die gesetzten Ziele und damit mehr Zufriedenheit mit den Arbeitsergebnissen erreichen möchten.
- Kurs für Teilnehmer, die ihren Berufsalltag effizienter und strukturierter gestalten wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 - 12 Personen

**Preis:** 690 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 09:00 bis 17:00 Uhr

**Termine:** 14. Oktober 2015 in Hamburg  
14. März 2016 in Berlin  
11. November 2016 in Hamburg



### Referentin

**Anik Roerdink-Veldboom** arbeitet als Trainerin, Beraterin und Coach mit den Schwerpunkten Führung, Stress- und Selbstmanagement, Konfliktmanagement und Teamentwicklung.

# VOM KOLLEGEN ZUM VORGESETZTEN

## In der Rolle als Führungskraft überzeugen

Ein Aufstieg auf der Karriereleiter bedeutet Erfolg. Doch zu der Freude über die neuen Führungsaufgaben kommt oft der Druck, möglichen Teamkonflikten und den hohen Erwartungen von Kollegen und dem eigenen Chef nicht gerecht zu werden. Sie möchten die Chance nutzen, sich von Anfang an souverän als neue Führungskraft zu positionieren? Sie wollen professionell Ihre gesetzten Meilensteine erreichen, Ihre eigenen Ressourcen optimal nutzen und Ihr Team erfolgreich leiten? Dieser Media Workshop bereitet Sie auf den Wechsel aus dem Kollegenstatus hin zur neuen Führungsrolle vor.

### Themenschwerpunkte

- die eigene Haltung und Position als Führungskraft finden
- Führen durch Fragen und aktives Zuhören
- die sechs Rollen einer Führungskraft
- Umgang mit Krisen
- Techniken zur Problemlösung
- Mitarbeiter- und Kritikgespräche führen
- mehr Effizienz mit dem Pareto-Prinzip

### Lernziele

Sie lernen, wie Sie Ihre Mitarbeiter besser einschätzen und diese individuell motivieren. Sie wissen, wie Sie Mitarbeitergespräche führen und Ihrer Vorgesetztenfunktion gerecht werden. Ihnen werden Instrumente gezeigt, mit denen Sie die neuen Herausforderungen und Aufgaben Ihrer Führungsposition meistern werden. Sie gewinnen Anerkennung und Akzeptanz und wissen, wie Sie Aufgaben auch gegen Widerstände durchsetzen. Die Referenten vermitteln Ihnen, wie Sie in Konfliktsituationen reagieren und mit diesen konstruktiv umgehen können. Durch den Bezug zu eigenen Beispielen lässt sich das Geübte in die Praxis übertragen.

### Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle Führungskräfte, die neu in ihrer Rolle sind und Sicherheit im Umgang mit Mitarbeitern gewinnen möchten.
- Kurs für Teamleiter und Projektleiter mit Weisungsbefugnis, die den neuen Herausforderungen durch Führungsaufgaben souverän begegnen wollen.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 1.090 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und  
09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 9. und 10. November 2015 in Frankfurt  
4. und 5. Juli 2016 in Frankfurt



### Referentin

**Iris Schwarz** ist Diplom-Sozialpädagogin und Supervisorin und bildet seit Jahren Führungskräfte aus.



### Referent

**Manfred Schwarz** ist Coach im Bereich Unternehmenskommunikation und Ghostwriter für Präsentationen und Reden.

# FÜHREN OHNE VORGESETZTENFUNKTION

## Führungsrolle und Kollegenstatus souverän meistern

Für jeden Projektleiter oder Teamleiter ist es eine anspruchsvolle Aufgabe, Kollegen und Mitarbeiter ohne direkte Weisungsbefugnis zu führen. In dieser Rolle ist es eine besondere Herausforderung, sich als Verantwortlicher Anerkennung, Vertrauen und Respekt im eigenen Team und bei Vorgesetzten zu sichern. Doch wie schafft man es, ohne hierarchische Macht, die Teammitglieder zu motivieren und sich bei Blockaden und Widerständen durchzusetzen? Wie können Sie die verschiedenen Mitglieder innerhalb des Teams optimal einsetzen und ihre jeweiligen Fähigkeiten fördern? Dieser Media Workshop stellt Ihnen konkrete Instrumente der Führung vor und zeigt Ihnen, wie Sie Ihr Team erfolgreich zum Ziel führen und die Gratwanderung zwischen Führungsposition und Kollegenstatus souverän meistern.

### Themenschwerpunkte

- Kompetenz für das Leiten von Teams
- Teamarten und Führungsanforderungen
- die Psychologie der Teambildung
- effektive Problemlösung im Team
- die Techniken der Teamsteuerung
- 5-Sterne-Motivation

- Team- und Kritikgespräche kollegial führen
- Teamförderung und Mitarbeitermotivation

### Lernziele

Sie lernen, wie man ohne entsprechende Sanktionsmacht andere motivierend führen und für Aufgaben begeistern kann. Sie erhalten ein Leitbild für kreatives Teamwork und erkennen, wie Sie Informationen, Aktivitäten und Ressourcen effektiv steuern. Sie erweitern Ihre natürliche Autorität und sichern sich Anerkennung und Akzeptanz. Sie können Aufgaben delegieren und mit Widerständen und Konflikten konstruktiv umgehen. Wertvolle Tipps zu typischen Gesprächssituationen mit Teammitgliedern und Führungskräften stärken Sie in Ihrer Rolle.

### Teilnehmergruppe

- Seminar für Teamleiter sowie für Angestellte mit Teamverantwortung, die Mitarbeiter und Kollegen koordinieren müssen, ohne direkt weisungsbefugt zu sein.
- Dieser Kurs richtet sich an Projektleiter und -verantwortliche, die kurzfristig ein Team führen müssen, ohne disziplinarischer Vorgesetzter zu sein.

**Teilnehmerzahl:** 6 – 12 Personen

**Preis:** 980 Euro zzgl. 19% MwSt.

**Uhrzeit:** 10:00 bis 18:00 Uhr und 09:00 bis 16:00 Uhr

**Termine:** 13. und 14. April 2016 in Hamburg  
9. und 10. November 2016 in Köln



### Referentin

**Hedwig Kellner** ist freie Unternehmensberaterin, Management-Trainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

## DIE REFERENTEN DER MEDIA WORKSHOPS



### Joachim Barmwoldt

ist freiberuflicher Journalist und Trainer für Pressearbeit und kreatives Schreiben. Seine Berichte und Reportagen erscheinen in Tageszeitungen und Fachblättern. Barmwoldt besuchte die Journalistenschule Axel Springer in Hamburg und arbeitete als Reporter bei BILD-Berlin sowie als stellvertretender Ressortleiter der Reisedredaktion bei der WELT und dem Berliner Kurier. Seit 2000 hat er sein eigenes Redaktionsbüro.



### Kathrin Behrens

leitet eine Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung in der PR-Branche. Sie unterstützt Unternehmen und Agenturen bei der strategischen Planung und Umsetzung ihrer Kommunikation. Zuvor leitete sie die Unternehmenskommunikation der Verlagsgruppe Handelsblatt und war bei ECC Kohles Klewes (heute Ketchum Pleon) u. a. als Group-Head für den Bereich Presse- und Medienarbeit zuständig.



### Adrian Berger

ist seit 2011 im Online-Marketing tätig, vor allem in den Bereichen SEO, Analyse und Social Media. Er arbeitete bei der Unternehmensberatung TRG – The Reach Group, bevor er 2012 zum größten Immobilienportal Deutschlands, der Immonet GmbH, wechselte. Hier ist Berger für den Bereich der Web Analyse zuständig und unterstützt neben dem Online-Marketing auch andere Abteilungen wie Produkt oder Vertrieb.



### Frederik Bernard

ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf. Zusätzlich ist er geschäftsführender Gesellschafter bei 40 Grad GmbH – Labor für Innovation. Er beschäftigt sich mit der Entwicklung von Innovationsstrategien insbesondere vor dem Hintergrund von Veränderungsprozessen und Markenstrategien. Sein methodischer Schwerpunkt liegt auf der Modellierung von Geschäftsprozessen.



### Bernd Beuermann

ist seit 2006 als Medienberater, Fachautor, Journalist und Fotograf selbstständig tätig. Der erfahrene Seminarleiter für Fotografie und Journalismus führt seit vielen Jahren Fortbildungen im In- und Ausland durch. Er war Lehrbeauftragter an der Universität Göttingen im Bereich Medienwissenschaften und arbeitete über 25 Jahre als Redakteur und Pressefotograf beim Göttinger Tageblatt.



### Steffen Büffel

ist Inhaber der Agentur Media Ocean und entwickelt für Unternehmen und Verlagshäuser redaktionelle Konzepte sowie Crossmedia- und Social Media Strategien. Der erfahrene Dozent und systemische Coach studierte Medienwissenschaft an der Universität Trier. Nach mehreren Stationen als Social Media Berater, Community Manager und Dozent gründete er 2007 seine eigene Medien- und Verlagsberatung.



### Dr. Amelie Duckwitz

berät Unternehmen und Agenturen in den Bereichen Digitale Strategie, Konzeption und Social Media. Seit 2010 ist sie Lehrbeauftragte für Medienkonzeption und Social Media an der Universität Trier und der Hochschule Darmstadt. Für verschiedene Agenturen in und um Stuttgart war sie als Creative Director Concept für die Konzeption globaler Online- und Social Media Kommunikation verantwortlich.



### Dr. Stefan Engels

ist Partner im Hamburger Büro von Bird & Bird und spezialisiert auf den Gewerblichen Rechtsschutz, Presse- und Äußerungsrecht, Rundfunk- und Onlinerecht sowie Datenschutz. Schwerpunktmäßig berät der Medien- und Wettbewerbsrechtler nationale und internationale Unternehmen der Medien- und Kommunikationsbranche bei Veröffentlichungen, Vertragsgestaltung, Vertrieb, Marketing, Werbung, Titel- und Produkteinführungen.



### Jörg Forthmann

ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet erfolgreich Seminare zur Pressearbeit und Krisenkommunikation. Durch seine Tätigkeit als Referent in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Nestlé Deutschland AG und als PR-Berater in Hamburg besitzt er viel Erfahrung in der Gestaltung und Optimierung der Unternehmenskommunikation.



### Markus Gaier

ist Director Public Affairs und Standortleiter Berlin der komm.passion GmbH. Seit rund 25 Jahren ist er in der politischen Kommunikation tätig. Nach mehreren Jahren Tätigkeit für NGOs und als Pressesprecher einer Organisation der verfassten Wirtschaft wechselte er vor 15 Jahren auf Agenturseite. Gaier hat Kampagnen für öffentliche Einrichtungen, darunter Generaldirektionen der Europäischen Kommission, Bundesministerien und Ministerien der Länder entwickelt und realisiert.



### Dr. Ulrike Grübler

ist seit 2011 Rechtsanwältin im Hamburger Büro von Bird & Bird. Sie berät Mandanten im Urheber-, Marken-, Titel- und Domain- sowie im Wettbewerbsrecht. Zu ihren Schwerpunkten gehört die Prozessvertretung (IP-Litigation), insbesondere in einstweiligen Verfügungsverfahren sowie die Vertragsberatung. Sie betreut einige Markenportfolios und ist national als auch international in Anmelde-, Widerspruchs- und sonstigen Amtsverfahren tätig.



### Prof. Dr. Alexander Güttler

ist promovierter Diplom-Journalist und Fachkaufmann für Marketing. Im Jahr 2000 gründete er die komm.passion GmbH und ist dort geschäftsführender Gesellschafter und CEO. Er arbeitete als strategischer Berater bei nationalen und internationalen Kampagnen, bei Change-Projekten und als Interimsmanager bei Krisensituationen. Güttler ist an verschiedenen Hochschulen tätig. Von 2009 bis 2013 war er Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA e.V.).

## DIE REFERENTEN DER MEDIA WORKSHOPS



### Verena Haisch

ist Counsel und seit 2011 im Hamburger Büro von Bird & Bird tätig. Ihr Schwerpunkt liegt auf dem Gebiet des Medienrechts, insbesondere des Presse-, Äußerungs- und Verlagsrechts. Außerdem berät sie Unternehmen bei der Krisenkommunikation und Litigation PR. Während ihres Studiums in Hannover und im weiteren Verlauf ihrer Ausbildung in Berlin, Hannover und Hamburg lag der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit im Presserecht.



### Alice Häuser

ist Geschäftsführerin der AH-TV Film- und Fernsehproduktion. Seit 1992 arbeitet sie als Redakteurin und Reporterin für alle Nachrichten- und Magazinformaten bei RTL. Seit 1998 ist sie freie TV-Produzentin für alle privaten und öffentlich rechtlichen TV-Sender. Sie entwickelt und realisiert TV-Beiträge, Footage-Material, Image- und Werbefilme sowie TV-Sendekonzepte für Industriekunden und Agenturen.



### Dr. Raimar Heber

ist Art Direktor bei der dpa-infografik in Berlin und Country Coordinator Germany der SND/DACH. Er studierte Produkt-Design und kam über diverse Stationen in der Industrie und Werbung zur Infografik. Neben seiner langjährigen Tätigkeit für die Nachrichtenagentur hält Heber Vorträge und ist Referent und Gastdozent für die Themen Visuelle Kommunikation, Kommunikationsdesign und Infografiken.



### Kai Heddergott

ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 Autor und Dozent zu den Themen Online-Kommunikation und Multimedia. Er berät seine Kunden bei der Konzeption und der Realisierung von internen und externen Kommunikationsmaßnahmen sowie beim Einsatz zeitgemäßer Off- und Online-Medien. Heddergott war viele Jahre als Mitglied in der Jury und Nominierungskommission des Grimme Online Award tätig.



### Prof. Stefan Hejnk

lehrt Print- und Online-Journalismus an der Hochschule Hannover. In der Forschung beschäftigt er sich mit der Optimierung von Print- und Onlinemedien. Er berät Medienunternehmen, Verbände und Verwaltungen, ist erfahrener Seminarleiter und gefragter Vortragsredner. Vor dem Ruf an die Hochschule war Hejnk viele Jahre in leitenden Positionen als Projektmanager, Chefredakteur und Vorstand tätig und schrieb u. a. für spiegel.de und stern.de.



### Claus Hesselung

arbeitet als freier Journalist für verschiedene öffentlich-rechtliche Sender, vor allem für den WDR und NDR. Seit 2004 entwickelt und leitet er Seminare und Trainings zu journalistischen Themen mit dem Schwerpunkt Onlinejournalismus für Universitäten, Journalistenschulen und internationale Bildungsträger.



### Jörg Hoewner

ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Integration von Kommunikation und der Auswirkung von Kommunikationstechnologien auf die Unternehmenskommunikation. Hoewner war einer der ersten Berater in Deutschland, der sich mit Online Relations bzw. Online-PR befasste.



### Prof. Dr. Axel Jockwer

ist freiberuflicher Berater, Speaker, Autor und Professor an der EBC-Hochschule Stuttgart. Er führt Studierende an aktuellste Marketingthemen heran und begeistert den Nachwuchs für die neuesten Trends. Mit seiner profunden Branchen- und Medienkenntnis berät Jockwer Startups, Unternehmen und Hotels. Von 2005 bis 2012 begleitete er als Marketing Director den Aufstieg von HolidayCheck.com.



### Dr. Gerd Kalkbrenner

berät Unternehmen zu Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und trainiert Führungskräfte im Umgang mit den Medien. Er ist ausgebildeter PR-Berater (DIPR) und war viele Jahre Lehrbeauftragter für Wissenschaftsjournalismus an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. Nach dem Studium der Geschichte war Kalkbrenner als Autor für Hörfunk- und Fernsehbeiträge tätig und schrieb für Nachrichtenagenturen, große Tageszeitungen und Magazine.



### Hedwig Kellner

ist freie Unternehmensberaterin, Managementtrainerin und Sachbuchautorin. Ihre Schwerpunkte liegen auf Projektmanagement, Führung, Rhetorik und Konfliktmanagement. Seit vielen Jahren leitet Kellner Seminare zur Persönlichkeitsentwicklung. Zuvor arbeitete sie als Trainerin und Projektleiterin bei der Software AG in Darmstadt und anschließend bei namhaften Unternehmensberatungen, wie Mumert + Partner und Kienbaum Management Consultants.



### Stefan Koslowski

ist selbstständiger Kommunikationsberater. Seine Auftraggeber finden sich in der Wirtschaft, Industrie, Politik und Kultur. Seit vielen Jahren ist er als Redenschreiber tätig und schreibt für Führungskräfte in großen und mittelständischen Unternehmen, für Verbände sowie Selbstständige und Freiberufler. Darüber hinaus gibt Koslowski bundesweit Seminare zum Thema „Reden schreiben“.



### Tim Krischak

arbeitet als selbstständiger Berater und Trainer für Digitale Kommunikation. Er berät Kunden bei der Planung, Umsetzung und Einführung von Digitaler Kommunikation. In seinen Seminaren vermittelt Krischak das nötige Wissen und Handwerkszeug, um souverän mit den neuen Kommunikationsinstrumenten umzugehen. Im Rahmen seiner Dozententätigkeit bildet er außerdem seit 2011 angehende Social Media Manager aus.

## DIE REFERENTEN DER MEDIA WORKSHOPS



### Matthias Kutzscher

ist Geschäftsführer der Agentur Sition Property Marketing GmbH und entwickelt für Unternehmen Kommunikationskonzepte und kreative Marketingmaßnahmen. 15 Jahre arbeitete er als Redakteur und Reporter für Nachrichtendienste, Online-Medien und Tages- und Fachzeitingen. Von 2001 bis 2013 leitete er die Agentur für Öffentlichkeitsarbeit MK-Kom. Kutzscher ist spezialisiert auf die Konzeption strategischer Kommunikation und Presse- und Medienarbeit.

leitete er die Agentur für Öffentlichkeitsarbeit MK-Kom. Kutzscher ist spezialisiert auf die Konzeption strategischer Kommunikation und Presse- und Medienarbeit.



### Marcel Leeb

ist als Dozent für Marketing und Verkauf sowie Managementskills an der Fachhochschule Furtwangen und an renommierten Institutionen bundesweit tätig. Der zertifizierte Business Coach begleitet Unternehmer und Mitarbeiter in den Bereichen Persönlichkeitsentwicklung, Kommunikation und Führung. Der Fokus seiner Arbeit liegt auf der Entwicklung von Marketingkonzepten, Verkaufsstrategien und der Umsetzung von Kampagnen und Werbemitteln.

lung von Marketingkonzepten, Verkaufsstrategien und der Umsetzung von Kampagnen und Werbemitteln.



### Peter Linden

lebt als Autor und freier Dozent in München. Er unterrichtet an Universitäten, Journalismusschulen, bei zahlreichen Verlagen und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Sprache, Sprachwirkung sowie journalistischen Darstellungsformen. Der ehemalige Redakteur der Süddeutschen Zeitung ist Autor mehrerer Fachbücher. Linden studierte Germanistik und Romanistik in München.

den studierte Germanistik und Romanistik in München.



### Dominic Lindstädt

ist seit 2008 im Online-Marketing tätig. Von E-Mail Marketing, Adressgenerierung und Display Advertising sowie Affiliate Marketing führte ihn der Weg schließlich zum Search Engine Advertising (SEA). Seit 2011 liegt sein Fokus vor allem auf der bezahlten Web-Suche und dem Zusammenspiel mit allen Online-Kanälen. Aktuell ist Dominic Lindstädt als Senior Projektmanager SEA bei der OTTO GmbH & Co. KG tätig.

Senior Projektmanager SEA bei der OTTO GmbH & Co. KG tätig.



### Peter Metzinger

ist Gründer und Inhaber von business campaigning Switzerland GmbH sowie Co-Gründer und Verwaltungsratspräsident von The Reputation Rescue Company AG in Zürich. Der Diplom-Physiker beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit Krisenkommunikation und war u. a. als Campaigns Director bei Greenpeace tätig. Metzinger ist Dozent an Fachhochschulen und Weiterbildungsinstituten sowie Autor mehrerer Bücher.

Fachhochschulen und Weiterbildungsinstituten sowie Autor mehrerer Bücher.



### Angela Michael

ist Medientrainerin, TV-Journalistin, Moderatorin, systemische Beraterin und Mental-Coach. Sie trainiert seit 15 Jahren Führungskräfte, Wissenschaftler, Politiker und Künstler für einen erfolgreichen Auftritt in den elektronischen Medien. Für die ard.zdf medienakademie ist Michael seit vielen Jahren Moderationstrainerin für TV-Journalisten.

ist Medientrainerin, TV-Journalistin, Moderatorin, systemische Beraterin und Mental-Coach. Sie trainiert seit 15 Jahren Führungskräfte, Wissenschaftler, Politiker und Künstler für einen erfolgreichen Auftritt in den elektronischen Medien. Für die ard.zdf medienakademie ist Michael seit vielen Jahren Moderationstrainerin für TV-Journalisten.



### Roman Mischel

arbeitet seit 2002 als freiberuflicher Videojournalist für TV- und Online-Medien und gibt seit 2007 Seminare zu Videojournalismus und multimedialem Arbeiten für das Internet. Er schult Redakteure und Volontäre von Tageszeitungen und Online-Medien im Umgang mit Videokamera und Schnittsoftware. Mischel ist Mitbegründer des Online-Magazins onlinejournalismus.de und schreibt ein Weblog zum Thema Videojournalismus.

Magazins onlinejournalismus.de und schreibt ein Weblog zum Thema Videojournalismus.



### Frank Oetke

ist selbständiger Berater für klassische Suchmaschinenoptimierung sowie für Social SEO und bietet dazu seit mehreren Jahren deutschlandweit Seminare an. Der Diplomingenieur entwickelt Online-Marketing Konzepte und hilft Unternehmen, ihre Webseite erfolgreicher zu machen. Oetke studierte Nachrichtentechnik an der Fachhochschule Hamburg und ist seit mehr als 10 Jahren im Internetbusiness tätig.

Hamburg und ist seit mehr als 10 Jahren im Internetbusiness tätig.



### Torsten Panzer

ist Kommunikationsberater und Dozent für PR, Marketing und Social Media. In 2013 war er als Director Social Media bei thnk und als freier Berater tätig. Seit 2009 führt er als Vorstandsvorsitzender den PR Club Hamburg und ist im Beirat der Social Media Week Hamburg. Bis 2011 war Panzer bei der Social Media Akademie Pressesprecher und Geschäftsführender Gesellschafter für die Bereiche PR, Marketing und Vertrieb.

Geschäftsführender Gesellschafter für die Bereiche PR, Marketing und Vertrieb.



### Oliver Plauschinat

ist Mitglied der Geschäftsleitung und verantwortlich bei pressrelations den Bereich Research und Kommunikationscontrolling. Davor war er u. a. bei KetchumPleon (vormals Kohtes Klewes) als Leiter des Bereichs Research & Evaluation tätig sowie bei Lautenbach Sass als Senior Consultant. Seit über 15 Jahren beschäftigt sich Plauschinat mit dem Thema „Messbarkeit des Wertschöpfungsbeitrages von Kommunikation“.

Thema „Messbarkeit des Wertschöpfungsbeitrages von Kommunikation“.



### Anik Roerdink-Veldboom

arbeitet als Trainerin, Beraterin und Coach mit den Schwerpunkten Kommunikation, Führung, Stress- und Selbstmanagement sowie Konfliktmanagement. Umfangreiche berufliche Erfahrungen hat sie als Personalentwicklerin gesammelt. Zu ihren Kunden zählen bundesweit agierende Weiterbildungsinstitute, große deutsche Kranken- und Gesundheitskassen, diverse Unternehmen und Unternehmensberatungen sowie Hochschulen und Unternehmen der Gesundheitsbranche.

sowie Hochschulen und Unternehmen der Gesundheitsbranche.



### Michael Schidler

ist seit 2011 im Hamburger Büro von Bird & Bird tätig und auf die Bereiche Marken- bzw. Kennzeichenrecht, Urheber- und Medienrecht sowie das Recht des unlauteren Wettbewerbs spezialisiert. In diesen Bereichen verfügt er über umfangreiche Expertise bei technologie- und internetbezogenen Sachverhalten sowie auf dem Gebiet der Neuen Medien. Zuvor arbeitete Schidler über vier Jahre lang bei der internationalen Kanzlei Hogan Lovells (vorher Lovells).

Medien. Zuvor arbeitete Schidler über vier Jahre lang bei der internationalen Kanzlei Hogan Lovells (vorher Lovells).



## DIE REFERENTEN DER MEDIA WORKSHOPS



### **Tobias Schülert**

ist Cartoonist und Humor-Redakteur beim „Stern“. Seine Cartoons und Karikaturen veröffentlicht er auf stern.de für die Humor-Seite „Ein Quantum Trost“ und auch im Magazin „Titanic“. Schülert hat visuelle Kommunikation in Bielefeld studiert und ein Praktikum beim Sternzeichner Til Mette in New York absolviert. Im Oktober 2006 wurde er mit dem Deutschen Cartoonpreis auf der Frankfurter Buchmesse ausgezeichnet.



### **Iris Schwarz**

ist Diplom-Sozialpädagogin, Supervisorin und besitzt langjährige Führungspraxis in der öffentlichen Verwaltung. Sie bildet Führungskräfte aus und begleitet Veränderungs- und Entwicklungsprozesse in Unternehmen. Ihre Schwerpunkte umfassen dabei das Arbeiten am persönlichen Entwicklungspotenzial sowie Team-Coachings und Konfliktmanagement. Iris Schwarz hat eine Ausbildung in systemischer Organisations- und Personalentwicklung absolviert.



### **Manfred Schwarz**

ist Coach im Bereich Unternehmenskommunikation und Ghostwriter für Präsentationen und Reden. Seit über zehn Jahren bietet er Seminare im Bereich Unternehmenskommunikation und Führungskräfteentwicklung an. Zu seinen Auftraggebern zählen die Daimler AG, SPIEGEL spezial, Süddeutsche Zeitung, Agfa, Philips, BMW, dpa und Microsoft Deutschland. Manfred Schwarz ist Autor und Herausgeber u. a. von Büchern zum Thema Führungswissen.



### **Melanie Schwarz**

ist Online-Beraterin und -Redakteurin bei der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf. Für ihre Kunden entwickelt sie Online- und Social Media Strategien, plant und konzeptioniert Maßnahmen und setzt diese operativ um. Ein Tätigkeitsschwerpunkt dabei ist die Planung und Redaktion von Texten für Websites, Blogs und Social Media Kanälen.



### **Prof. Michael Schwertel**

ist Dozent, Produzent, Kreativer und Medienunternehmer (blurmedia, Power-Toons). Seit 2011 hat er eine Professur für Medienmanagement an der Cologne Business School und leitet den Fachbereich mit Schwerpunkt Crossmedia. Er beschäftigt sich mit verschiedenen Medien wie Gestaltungen für das Kino, TV-Werbung, Kurzfilme, Realtime- oder interaktive Anwendungen im Internet. Schwertel

gilt als Pionier in den Mediengebieten Digitale Bildbearbeitung, HDTV, Stereoskopie und Augmented Reality.



### **Tim Volkmann**

ist Gründer von 40° und Spezialist für trend- und szenariobasierte Innovationsentwicklung. Sein Schwerpunkt liegt auf der konzeptionellen Verknüpfung von Foresight, Innovations- und Kreativ-Methoden. Dabei kommt ihm seine Erfahrung als Foresight Consultant bei einer Strategieberatung ebenso zugute wie sein Studium der Organisationssoziologie und Politikwissenschaft. Volkmann ist Lehrbeauftragter für Zukunftsforschung im Masterstudiengang Design an der Hochschule Niederrhein.



### **Thomas Wagensonner**

ist seit 2013 selbstständiger Berater, Konzeptentwickler und Projektmanager für Bewegtbildkommunikation. Zuvor arbeitete er viele Jahre als Produktmanager Multimedia für das Audio-, Video- und Infografikangebot der dpa-Tochter news aktuell und war für die Entwicklung der Radio-PR-Dienste sowie den Aufbau des Bereichs Bewegtbild zuständig. Wagensonner ist spezialisiert auf die Umsetzung von Bewegtbildprojekten, vom Nachrichtenclip bis zur Liveübertragung.

zung von Bewegtbildprojekten, vom Nachrichtenclip bis zur Liveübertragung.



### **Carina Waldhoff**

ist freie Beraterin mit den Schwerpunkten Veränderungskommunikation, Interne Kommunikation und Social Media Enablement. Die Kultur- und Medienmanagerin hat sowohl auf Unternehmensseite als auch auf Agenturseite gearbeitet, unter anderem sieben Jahre für die K12 Agentur für Kommunikation und Innovation in Düsseldorf.



### **Lisa Walgenbach**

ist seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung. In ihren Schulungen hat die studierte Sprachwissenschaftlerin über 40.000 Teilnehmer aus Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen, Bundes- und Landesbehörden, Fernseh- und Rundfunkanstalten sowie Unternehmen der Privatwirtschaft trainiert. Zu ihren Schwerpunkten gehören auch das Korrekturlesen für spezielle Branchen wie Finanzdienstleister und die Pharmaindustrie.

Branchen wie Finanzdienstleister und die Pharmaindustrie.



### **Christiane Wettig**

ist zertifizierte Trainerin und leitet seit mehr als zehn Jahren Kommunikations-Workshops und Führungskräfte-Coachings. Dabei hat sie sich auf die PR- und Marketingbranche spezialisiert. Ihre Kernkompetenz ist die Kommunikation: verbal, nonverbal und schriftlich. Die ehemalige Journalistin und Presse-Referentin war außerdem Lehrbeauftragte für Erwachsenenbildung an der Universität Hamburg.

# UNTERNEHMENSINTERNE SCHULUNGEN

## Unsere Referenten an Ihrer Seite

Sie suchen nach einer Schulung, die auf Ihren Bedarf und Ihr Unternehmen zugeschnitten ist? Alle Themen unseres offenen Seminarprogramms und viele weitere bieten wir Ihnen als firmeninterne Veranstaltung an. Nutzen Sie unsere langjährige Erfahrung in der Organisation und Umsetzung von Inhouse-Seminaren.

Gerne konzipieren wir für Sie Inhouse-Schulungen für ganze Teams, individuelle Coachings für Einzelpersonen oder Vorträge. Selbstverständlich beraten wir Sie dabei umfassend zu den Inhalten und Zielen und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot. Unsere Referenten sind renommierte Experten und entwickeln gemeinsam mit Ihnen den inhaltlichen Ablauf. Die Themenschwerpunkte richten sich nach den Vorkenntnissen der Teilnehmer.

Sie haben die Wahl: Unsere Referenten kommen am Seminartag zu Ihnen ins Haus oder wir suchen für Sie den passenden Veranstaltungsort. Sprechen Sie uns einfach an. Mit uns gelingt Ihre maßgeschneiderte Fortbildung!

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

### der MW Media Workshop GmbH, Hamburg (nachfolgend „Auftragnehmer“ genannt)

#### Geltungsbereich

Die folgenden AGB regeln das Vertragsverhältnis zwischen dem Seminararteilnehmer und dem Auftragnehmer. Abweichende AGB des Teilnehmers haben keine Gültigkeit.

#### Anmeldung/Anmeldebestätigung

Die Anmeldung erfolgt schriftlich, per Brief, Fax, E-Mail oder online unter [www.media-workshop.de](http://www.media-workshop.de). Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Die Anmeldung wird durch eine schriftliche Bestätigung des Auftragnehmers rechtsverbindlich.

#### Teilnahmegebühren und Zahlungsbedingungen

Es gelten die jeweils zum Zeitpunkt der Anmeldung veröffentlichten Preise. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der Betrag ist nach Erhalt der Rechnung sofort fällig.

In der Gebühr inbegriffen sind die Seminarunterlagen und die Verpflegung, wie Getränke und Mittagessen, während der Veranstaltung. In der Gebühr nicht inbegriffen sind etwaige Reise- und Hotelkosten des Teilnehmers sowie die Verpflegung außerhalb der Seminarzeiten.

#### Stornierung durch den Teilnehmer

Die Stornierung erfolgt nur schriftlich. Bei Stornierung einer Teilnahme werden folgende Gebühren erhoben:

- bis 28 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: keine Gebühr
- 27 bis 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: 50% der gesamten Gebühr
- weniger als 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: volle Seminargebühr
- Bei Nichterscheinen ist die volle Gebühr zu entrichten.

#### Umbuchung durch den Teilnehmer

Die Umbuchung erfolgt schriftlich nach Absprache mit dem Auftragnehmer und bei Verfügbarkeit freier Plätze zur gewünschten Veranstaltung. Bei Umbuchung einer Teilnahme werden folgende Gebühren erhoben:

- bis 28 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: keine Gebühr
- 27 bis 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: 30% der gesamten Gebühr
- weniger als 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: 50% der gesamten Gebühr
- Bei Nichterscheinen ist die volle Gebühr zu entrichten.

#### Benennung eines Ersatzteilnehmers

Sollte ein Teilnehmer verhindert sein, ist die Benennung eines Ersatzteilnehmers für den gebuchten Termin kostenlos möglich.

#### Durchführungsänderungen durch den Auftragnehmer

Der Auftragnehmer behält sich vor, bei Eintreten besonderer, nicht vorhersehbarer und vom Auftragnehmer nicht zu vertretender Umstände (wie z. B. Erkrankung oder sonstiger Ausfall eines Referenten) den

jeweiligen Media Workshop räumlich und / oder zeitlich zu verlegen, einen anderen Referenten einzusetzen oder die Veranstaltung abzusagen.

Bei Nichterreichen der Mindestteilnehmerzahl behält sich der Auftragnehmer vor, die jeweilige Veranstaltung zeitlich zu verlegen bzw. abzusagen. In diesem Fall bemüht sich der Auftragnehmer, die Teilnehmer spätestens 14 Kalendertage vor der geplanten Veranstaltung zu informieren.

Im Fall der zeitlichen Verlegung einer Veranstaltung können die Teilnehmer zwischen der Teilnahme an dem ersatzweise angebotenen Termin und der Rückerstattung bereits bezahlter Teilnahmegebühren wählen. Im Fall der ersatzlosen Absage einer Veranstaltung werden bereits überwiesene Teilnahmegebühren erstattet.

Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers, insbesondere Schadensersatzansprüche (z.B. Stornogebühren für Reise- oder Hotelkosten) bei Änderungen oder Absage eines Media Workshops, bestehen nicht.

#### Zertifikat

Die Teilnehmer erhalten ein Zertifikat als Teilnahmebestätigung.

#### Urheberrechte und Nutzung

Die Seminarunterlagen und Präsentationen sind urheberrechtlich geschützt. Jedwede Vervielfältigung, Weitergabe an Dritte oder sonstige Nutzung durch die Teilnehmer ist nur mit schriftlicher Zustimmung des Auftragnehmers gestattet.

#### Haftung

Der Auftragnehmer wählt für seine Seminare in den jeweiligen Fachbereichen qualifizierte Referenten aus. Für die Seminarinhalte und -unterlagen sowie die Erreichung des jeweils vom Teilnehmer angestrebten Lernziels übernimmt der Auftragnehmer jedoch keine Haftung.

#### Datenschutzbestimmungen / Bild- und Filmmaterial

Bei allen Vorgängen der Datenverarbeitung verfahren wir nach den gesetzlichen Vorschriften. Der Teilnehmer erklärt sich damit einverstanden, dass die von ihm getätigten Angaben vom Auftragnehmer gespeichert und die Daten für eigene Marketingzwecke genutzt werden dürfen. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Außerdem erklärt sich der Teilnehmer damit einverstanden, dass der Auftragnehmer grundsätzlich berechtigt ist, von Veranstaltungen Fotos und Filme zu fertigen, um diese als Referenzmaterial zu veröffentlichen (inklusive der eventuellen Abbildung seiner Person). Diesem Einverständnis kann jederzeit schriftlich widersprochen werden.

Es gilt deutsches Recht. Gerichtsstand ist Hamburg. Für Inhouse-Seminare gelten gesonderte AGB.

Stand: September 2015

## DAS MEDIA WORKSHOP-TEAM

Wünschen Sie eine persönliche Beratung oder haben Sie Fragen rund um das Seminarprogramm? Wir helfen Ihnen gerne weiter.



Berit Siewert  
Geschäftsführerin  
+49 40 2263 5995  
siewert@media-workshop.de



Nicole von Aspern  
Geschäftsführerin  
+49 40 2263 5999  
v.aspern@media-workshop.de



Stephanie Langeloh  
Geschäftsführerin  
+49 40 2263 5998  
langeloh@media-workshop.de



Janine Heilmann  
Veranstaltungsorganisation  
+49 40 2263 9659  
heilmann@media-workshop.de



Wir nehmen immer wieder neue Themen und Zusatztermine in unser laufendes Programm auf. Schauen Sie gern auf unserer Webseite vorbei. Hier informieren wir Sie regelmäßig über alle Neuigkeiten und Angebote.

MW Media Workshop GmbH // Hermannstr. 16 // 20095 Hamburg  
E-Mail: team@media-workshop.de // Fax: +49 40 2263 5980

**Veranstaltungsorte in Deutschland und der Schweiz:**  
Hamburg // Berlin // Frankfurt am Main // Köln // Leipzig // München // Zürich

Informationen und Buchung unter:  
**www.media-workshop.de**

Bildnachweis:  
Media Workshop, Fotolia, Bernd Beuermann



Informationen und Anmeldung unter: [www.media-workshop.de](http://www.media-workshop.de)

# **MEDIA WORKSHOP**

Seminare // Trainings // Coachings

MW Media Workshop GmbH // Hermannstr. 16 // 20095 Hamburg  
[team@media-workshop.de](mailto:team@media-workshop.de)