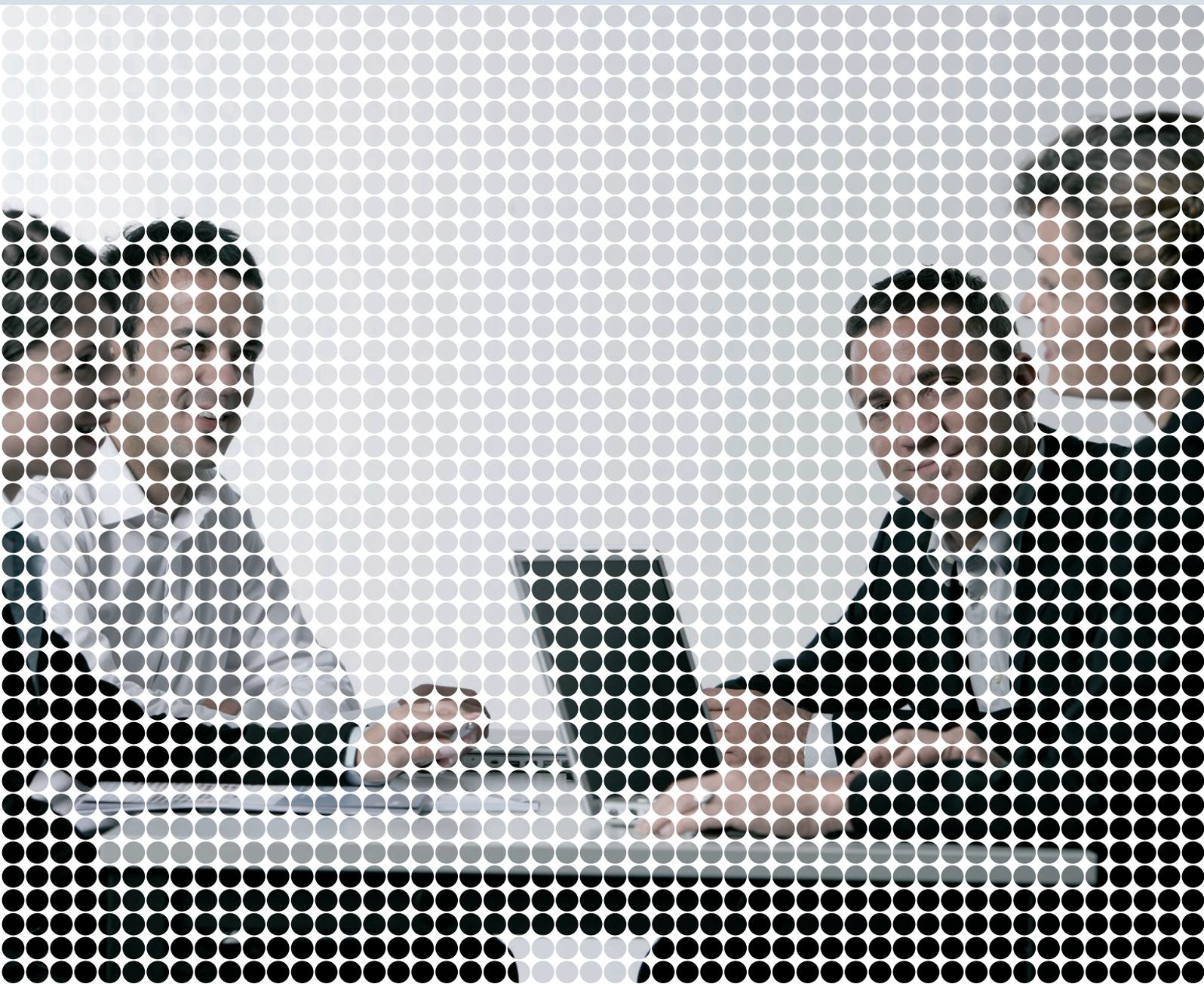


PROGRAMM 2009

Das Seminarangebot von news aktuell





„Die media workshops von news aktuell bieten spannende Themen und lockere Atmosphäre. Wir freuen uns auf Sie!“

Nicole Hirt, Assistentin media workshop bei news aktuell

www.newsaktuell.de



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Herausforderungen für Kommunikationsfachleute und Führungskräfte sind vielfältig. Sie wollen Ihre Themen als spannende, überzeugende Geschichten erzählen und den Medien dabei auf Augenhöhe begegnen. Ihre Konzepte sollen Hand und Fuß haben und im Trend liegen. Sie wollen Ihre Kollegen und Teams inspirieren, motivieren und sich selbst optimal präsentieren.

Lassen Sie uns gemeinsam an Ihren Themen arbeiten. In den media workshops beantworten unsere hochkarätigen Referenten Ihre Fragen, und Sie nehmen Ihr persönliches Handwerkzeug mit zurück an Ihren Schreibtisch. Nutzen Sie unser vielfältiges Programm zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zum persönlichen Erfolgsmanagement.

Unter 55 Themen finden Sie genau das, was Sie suchen – ob als Einsteiger, Profi oder Führungskraft. Die media workshops sind in Ihrer Nähe: in Hamburg, Berlin, Köln, Frankfurt, München und Zürich – und neu jetzt auch in Düsseldorf.

Lassen Sie uns zu Ihrem Erfolg beitragen!

Herzliche Grüße
Ihr media workshop-Team

Inhaltsverzeichnis – media workshops in Deutschland

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit und Interviewtechnik

Pressearbeit für Einsteiger	6
Pressearbeit für Fortgeschrittene	6
Journalisten-Knigge	7
Digitale Pressemappe	7
Storytelling	8
Medientraining – Coaching vor Kamera und Mikrofon	8
Die Kunst des Interviews	9
Erfolgreicher Umgang mit der Finanzpresse	9

Professionell schreiben

Die gute Pressemitteilung	10
Kreatives Texten	10
Neue deutsche Rechtschreibung und die Agenturbeschlüsse	11
Effizientes Korrekturlesen	11
Kompaktkurs: Neue deutsche Rechtschreibung	12
Erfolgreiche Briefe und E-Mails – Schreibstil-Update	12
Die professionelle Rede	13
Schreib- und Redigierwerkstatt	13
Praxistag: Schreib- und Redigierwerkstatt	14

Konzeption und Strategie

PR-Konzeption für Einsteiger	14
PR-Konzeption für Fortgeschrittene	15
Strategisches Themensetting	15
Campaigning – Wirkungsvolle Kampagnen-PR	16
Krisenkommunikation	16
PR-Erfolgskontrolle	17
Finanzkommunikation – Grundlagen und Trends	17
Erfolgreiche Geschäftsberichte entwickeln	18

Online-Kommunikation

Internet-Newsletter	18
Texten für das Internet	19
Website-Texte – Teaser und Gestaltung	19
Website-Design – Aufbau und Nutzerführung	20
Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen und Trends	20
Erfolgreiche Online-PR – Einsatz von Web 2.0	21
Das Prinzip „Wikipedia“ in der Unternehmenskommunikation	21
Effektiver Einsatz von „Google“ für die PR	22
Strategien für Web 2.0 in der Kommunikation	22

Radio-, TV- und Bild-PR

Audio und Video – Podcasts in der Kommunikation	23
Pressearbeit mit Fernsehsendern	23
Digitalfotografie für Pressestellen	24
Bildbearbeitung für Pressestellen (mit Photoshop)	24

Persönliches Erfolgsmanagement

Präsentieren und Moderieren

Die erfolgreiche Präsentation – Konzeption und Medieneinsatz	25
Überzeugend präsentieren – Intensivtraining	25
Präsentationstraining auf Englisch	26
Professionell moderieren	26

Führungs- und Managementkompetenz

Führen ohne Vorgesetztenfunktion	27
Vom Kollegen zum Vorgesetzten	27
Führungskompetenz – Mitarbeiterpotentiale erkennen und nutzen	28
Konfliktmanagement für Führungskräfte	28
Projektmanagement	29
Zeitmanagement	29
Rhetorisch sicher verhandeln	30

Inhaltsverzeichnis – media workshops in der Schweiz

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Medienarbeit und Interviewtechnik

Grundlagen der Medienarbeit	32
Medienarbeit für Fortgeschrittene	32
Digitale Pressemappe	33
Storytelling	33
Die Kunst des Interviews	34

Professionell schreiben

Die gute Medienmitteilung	34
Kreatives Texten	35
Effizientes Korrekturlesen	35
Briefe und E-Mails professionell schreiben	36
Die professionelle Rede	36
Schreib- und Redigierwerkstatt	37

Konzeption und Strategie

Erfolgreiche PR-Konzepte	37
Campaigning – PR-Kampagnen wirkungsvoll inszenieren	38

Online-Kommunikation

Internet-Newsletter	38
Texten für das Internet	39
Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen, Trends und Web 2.0	39
Das Prinzip „Wikipedia“ in der Unternehmenskommunikation	40

Bild-PR

Digitalfotografie und Bildbearbeitung für Medienstellen	40
---	----

Persönliches Erfolgsmanagement

Präsentieren und Moderieren

Überzeugend präsentieren	41
Präsentationstraining auf Englisch	41
Professionell moderieren	42

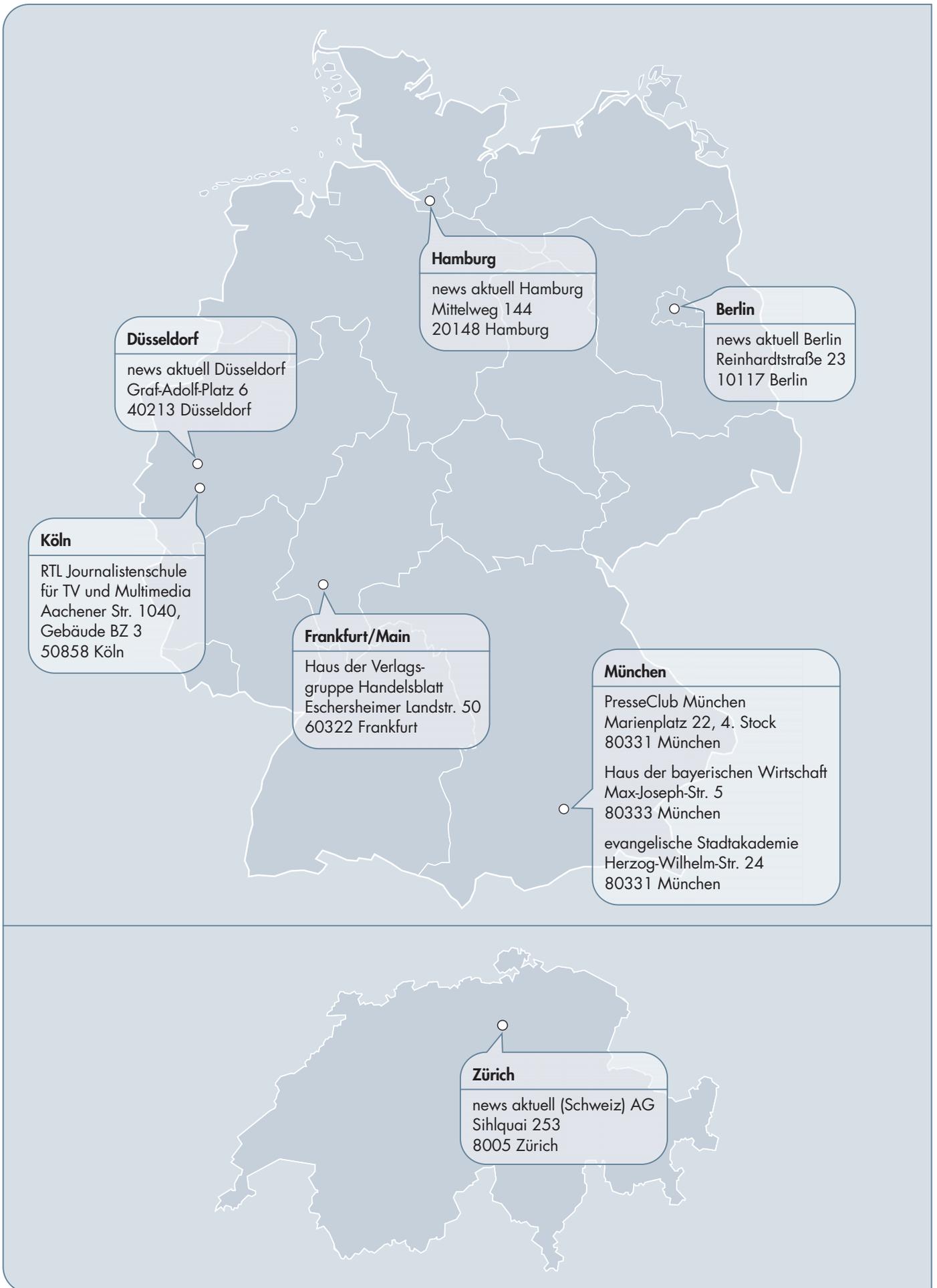
Führungs- und Managementkompetenz

Führungsverständnis und Auftrittsmangement	42
Projektmanagement	43
Zeitmanagement	43

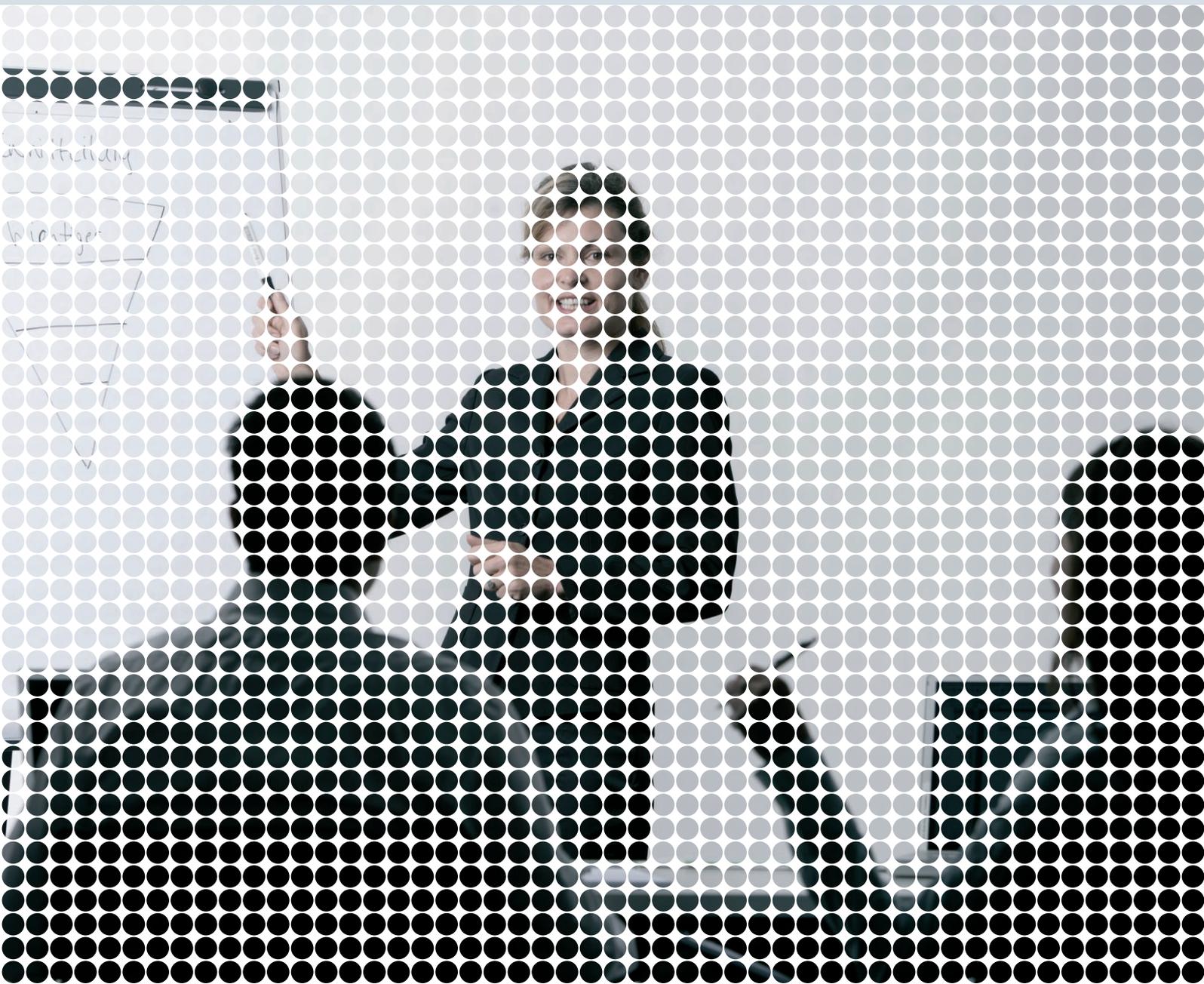
Informationen und Anmeldung unter www.media-workshop.ch

Seminarorte in Deutschland und der Schweiz	4
Auswahl der media workshop-Termine 2009 (Kalender)	44/45
Ihr media workshop-Team von news aktuell	46
Konditionen für Mehrfachbuchungen	47
Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	47
Unsere Referenten an Ihrer Seite	48

Seminarorte in Deutschland und der Schweiz



MEDIA WORKSHOPS IN DEUTSCHLAND



Pressearbeit für Einsteiger

[direkt online anmelden](#)

Regeln, Gewohnheiten und Profi-Tricks: Wer das Handwerkszeug guter Pressearbeit beherrscht, kann gezielt und effizient zum Erfolg der Unternehmenskommunikation beitragen. Welche formalen Standards gelten für eine Pressemitteilung und welche Themen haben Nachrichtenwert? Wie wird ein Medienverteiler aufgebaut oder eine Pressekonferenz inszeniert? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die Grundlagen der Pressearbeit und vertieft Ihr Basiswissen.

Lernziele

Sie lernen die formalen und inhaltlichen Standards von Pressemitteilungen, üben das Formulieren von Überschriften und das Anfeuern von Texten. Sie verstehen, wie Sie persönliche Kontakte zu Redaktionen knüpfen und einen Medienverteiler aufbauen und pflegen. Sie können die Gestaltung einer Pressekonferenz übernehmen.

Themenschwerpunkte

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



Joachim Barmwold (Jahrgang 1957) ist freiberuflicher Journalist und besitzt langjährige Erfahrung als Trainer für Pressearbeit und kreatives Schreiben.

Teilnehmergruppe

- Berufseinsteiger in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- alle, die grundlegendes Wissen über die Pressearbeit benötigen

Termine

- 29. und 30. Januar 2009 in Hamburg
- 3. und 4. Dezember 2009 in Frankfurt
- 30. und 31. März 2009 in Berlin
- 18. und 19. Juni 2009 in Düsseldorf

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 980 €

Pressearbeit für Fortgeschrittene

[direkt online anmelden](#)

Die Abläufe in der Pressearbeit sind eingespielt. Ihr Unternehmen findet man regelmäßig in den Medien. Sie beherrschen die grundlegenden Instrumente und haben guten Zugang zu Journalisten. Doch Sie geben sich damit nicht zufrieden und möchten frischen Wind in Ihre Pressearbeit bringen? Sie suchen nach Möglichkeiten, die Erfolge Ihrer Arbeit besser zu dokumentieren? Dieser media workshop unterstützt Sie, die Potenziale Ihrer Arbeit zu entdecken und auszuschöpfen.

Lernziele

Sie erkennen Verbesserungspotenziale in Ihrer bestehenden Pressearbeit und wie aus Einzelaktivitäten strategisch geplante Kampagnen werden. Sie lernen, wie Sie Themen zuspitzen, Ihre Botschaften journalistisch präsentieren und damit Journalisten und Leser gezielter erreichen. Sie werden die Effizienz und die vertriebsunterstützende Wirkung Ihrer Pressearbeit anhand von Instrumenten forcieren können.

Themenschwerpunkte

- eigene Presstexte optimieren
- die Kommunikationseffizienz steigern
- aufkommende und bestehende Krisenkommunikation managen
- Kampagnen konzipieren
- anschauliche PR-Auditierung
- mögliche Budget-Optimierung
- individuelles Einzel-Coaching mit dem Referenten



Jörg Forthmann (Jahrgang 1968) ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet Seminare zur Pressearbeit und Krisenkommunikation.

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte und Mitarbeiter aus der PR- und Öffentlichkeitsarbeit mit langjähriger Erfahrung, die neue Ideen und Anregungen suchen

Termine

- 2. und 3. April 2009 in Hamburg
- 29. und 30. Juni 2009 in Düsseldorf
- 2. und 3. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Journalisten-Knigge

[direkt online anmelden](#)

Wer die Verhaltensweisen und Interessen von Journalisten nicht nur kennt, sondern auch versteht, hat beste Chancen auf eine erfolgreiche Pressearbeit. Sie möchten wissen, was Sie bei der Zusammenarbeit mit Journalisten beachten sollten? Sie interessieren sich für die internen Abläufe in Redaktionen? Sie möchten sich fit machen, um erfolgreich ein Thema in Redaktionen unterzubringen? Dieser media workshop gibt Ihnen praxisnahe Orientierung für den erfolgreichen Umgang mit Journalisten.

Lernziele

Sie lernen die Eigenheiten und Bedürfnisse von Journalisten kennen und werden mit dem redaktionellen Alltag und dessen zeitlichen Abläufen vertraut. Sie erkennen, welche Pressekontakte sich lohnen und wie man sie aufbaut bzw. pflegt. Sie erfahren, wie Sie aus einer eher alltäglichen Pressemitteilung eine spannende Geschichte machen, die das Interesse der Medien weckt.

Themenschwerpunkte

- Unterscheidung der Wünsche von Presse und PR
- redaktioneller Tagesablauf
- Einführung in die Denk- und Arbeitsweise von Journalisten
- Aufbau und Pflege von Kontakten
- mediengerechter Themenblickwinkel
- mediengerechte Aufbereitung von Pressemitteilungen und ihr Timing
- Themen erfolgreich platzieren
- Freigabe-Rechte

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter von Unternehmen und PR-Agenturen, die telefonischen oder persönlichen Kontakt mit Redaktionen haben oder Pressemitteilungen schreiben



Christiane Wettig (Jahrgang 1964) arbeitet seit mehr als zehn Jahren als freie Journalistin. Die zertifizierte Trainerin leitet seit 2002 Seminare zu PR, Interview, Präsentation und Rhetorik.

Termine

- 18. März 2009 in Düsseldorf
- 25. Juni 2009 in Berlin
- 9. Oktober 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Digitale Pressemappe

[direkt online anmelden](#)

Journalisten erwarten heute optimal aufbereitetes digitales Bild- und Textmaterial von den Pressestellen. Eine CD-ROM oder ein USB-Stick gehören daher zur Ausstattung jeder guten Pressemappe oder ersetzen die gedruckte Version. Sie wollen mit einer digitalen Pressemappe bei den Redaktionen punkten und Ihre Informationen mediengerecht anbieten? Wie Sie Ihr Pressematerial aufbereiten und eine interaktive Pressemappe zusammenstellen, vermittelt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Sie erfahren, welche Auflösung von Fotos und welches Textformat für Redaktionen sinnvoll sind, unabhängig davon, ob es in einem Presseportal angeboten, auf einem Datenträger verteilt oder per E-Mail verschickt wird. Sie erstellen im Seminar eine digitale Pressemappe auf Basis von Adobe Acrobat und lernen, welche Möglichkeiten die interaktive Benutzerführung bietet. Sie können den Zeit- und Kostenaufwand für die Herstellung einer digitalen Pressemappe beurteilen.

Themenschwerpunkte

- Anforderungen an digitales Presse-material aus Sicht der Medien
- Dateiformate für Texte und Fotos
- Fotoeigenschaften wie Auflösung, Farbraum usw.
- schnelle Bildoptimierung von Pressefotos
- mediengerechte Betextung nach dem IPTC-Standard
- Benutzerführung mit Hilfe der Acrobat-Technologie

Teilnehmergruppe

- alle, die eine Presse-CD erstellen oder in Auftrag geben wollen
- Mitarbeiter von Pressestellen und Kommunikationsabteilungen, die sicher mit Text- und Bildmaterial umgehen möchten



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf beim Göttinger Tageblatt und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Berater.

Sie erhalten eine Übungs-CD mit der Software, zahlreichen Informationen und Zusatzmaterial.

Termine

- 27. Februar 2009 in Berlin
- 25. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

[zurück zur Übersicht](#)

„Und was ist die Story zu dem Thema?“ Das fragen häufig nicht nur Journalisten, sondern auch Kunden und Geschäftspartner. Mit guten Geschichten lassen sich Bilder im Kopf erwecken, die ihren Weg direkt in die Zeitung oder das Fernsehen finden. Doch wie lassen sich passende und interessante Geschichten für das Unternehmen, Produkte oder Kunden finden? Wie werden auch aus „trockenen“ Themen gute Storys? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Storytelling als professionelles Instrument der PR nutzen können.

Lernziele

Sie erfahren, wie Sie passende und interessante Geschichten für Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Kunden finden. Sie lernen, wie Sie Ihre verschiedenen Zielgruppen passgenau erreichen und üben, Geschichten spannend aufzubauen und zu gestalten. Sie erkennen die Möglichkeiten, auch aus „trockenen“ Themen fesselnde Storys zu machen. Sie verstehen, wie Sie mit diesen Geschichten die Effektivität Ihrer Pressearbeit, PR und Ihres Marketings steigern.

Themenschwerpunkte

- Storytelling in PR und Produktmarketing
- professionelle Themenfindung und -konzeption
- Dramaturgie, Aufbau und Bausteine interessanter Geschichten
- das narrative Prinzip als Voraussetzung für gutes Storytelling
- souveräner Umgang mit „trockenen“ Themen
- Kriterien des erfolgreichen Storytellings



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Teilnehmergruppe

- Fachkräfte und Verantwortliche in PR und Marketing und Pressesprecher

Termine

- 22. und 23. Januar 2009 in Hamburg
- 27. und 28. April 2009 in München
- 27. und 28. August 2009 in Frankfurt
- 16. und 17. November 2009 in Düsseldorf

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[direkt online anmelden](#)

Medientraining – Coaching vor Kamera und Mikrofon

Ein Interview vor laufender Kamera bietet Ihnen die Chance, sich und Ihr Unternehmen positiv darzustellen. Der Erfolg Ihres Auftritts ist abhängig von Ihrer persönlichen Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft. Sie bekommen Interview-Anfragen und wollen sich vor der Kamera sicherer fühlen? Sie müssen sich zu gegebenen Anlässen der Öffentlichkeit stellen und möchten auch in Krisensituationen authentisch und professionell wirken? Dieser media workshop macht Sie fit für Ihren Medienauftritt.

Lernziele

Sie trainieren unter echten Bedingungen mit Kameramann und Scheinwerferlicht und optimieren Ihre persönliche Präsenz vor der Kamera. Sie lernen, Ihre Stimme, Körpersprache, Mimik und Gestik professionell und authentisch einzusetzen. Gemeinsam mit der Referentin erarbeiten Sie Ihre persönlichen Argumentationstechniken für ein knackiges Statement und einen perfekten Auftritt. Sie erfahren, wie Sie in Krisensituationen professionell mit Journalisten umgehen.

Themenschwerpunkte

- professionelle Vorbereitung auf Interviews
- zielgerichtet argumentieren und überzeugen
- Sicherheit vor Mikrofon und Kamera
- kritische Fragen gewinnbringend nutzen
- Umgang mit Aufregung und Anspannung
- Steigerung der persönlichen Präsenz



Angela Michael (Jahrgang 1962) ist Medien- und Kommunikationstrainerin, TV-Journalistin, systemische Beraterin und coach Führungskräfte für einen erfolgreichen Auftritt in den elektronischen Medien.

Teilnehmergruppe

- Vorstände, Führungskräfte und Pressesprecher, die sich und ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit präsentieren

Termine

- 27. und 28. April 2009 in Hamburg
- 9. und 10. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
4–6 Personen

Gebühr 1.490 €

[zurück zur Übersicht](#)

Die Kunst des Interviews

[direkt online anmelden](#)

Das Interview ist das Kernstück jeder journalistischen Recherche. Egal, ob es um die Sammlung von Fakten, ein oder zwei so genannte O-Töne oder ein ganzes Wortlaut-Interview geht, immer sind Journalisten im Gespräch mit Politikern, Sportlern oder Pressesprechern von Unternehmen. Sie müssen Interviews schreiben oder geben? Sie möchten Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation positiv darstellen? Dieser media workshop bereitet Sie auf das perfekte Interview vor.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie sich auf Interviews vorbereiten, wie Sie mögliche Fallen erkennen und Ihre Anliegen vermitteln können. Sie optimieren Ihre persönliche Präsenz in Interview-Situationen. Sie setzen Ihre Stimme, Körpersprache, Mimik und Gestik professionell und authentisch ein.

Themenschwerpunkte

- Theorie des Interviews
- Studium von Praxisfällen aus diversen Printmedien
- Tipps zu Rhetorik und Körpersprache
- Interviews vor der Kamera
- Analyse mit Feedback



Peter Linden (Jahrgang 1959) unterrichtet an Universitäten, Journalistenschulen, bei Verlagen und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Sprache, Sprachwirkung sowie journalistischen Darstellungsformen.

Teilnehmergruppe

- PR-Leiter und Pressesprecher, die sich für Interviews mit Journalisten wappnen möchten.

Am zweiten Tag mit einem Chefredakteur oder Reporter als Co-Referenten.

Termine

- 29. und 30. Juni 2009 in Berlin

Teilnehmerzahl

6–8 Personen

Gebühr 1.390 €

Erfolgreicher Umgang mit der Finanzpresse

[direkt online anmelden](#)

Kurspflege, Publizitätspflichten oder neue Finanzdienstleistungen: erfolgreiche Finanzkommunikation ist heutzutage eine hochkomplexe Herausforderung. Dabei sollten Unternehmensziele und Geschäftspolitik zielgruppengerecht „übersetzt“ werden. Sie wollen die verschiedenen Finanz- und Wirtschaftsmedien richtig ansprechen? Sie müssen Finanzjournalisten in Interviews Rede und Antwort stehen? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Ihre Pressarbeit mit Finanzjournalisten professionell gestalten.

Lernziele

Sie lernen den redaktionellen Alltag von Finanzjournalisten kennen und erfahren, welche Themen, Anlässe und Informationen auf das Interesse der Finanzpresse stoßen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Finanzpressearbeit strategisch und effizient gestalten. Sie trainieren den konkreten Umgang mit Journalisten in Interviews und Schaltgesprächen.

Themenschwerpunkte

- Umgang mit der Presse: was Finanzjournalisten wollen
- Finanzpressearbeit planen und gestalten
- Finanzthemen richtig kommunizieren
- Medientraining: das finanzjournalistische Interview
- Besuch der n-tv Wirtschaftsredaktion



Raimund Brichta (Jahrgang 1959) moderiert seit 1992 die TELE-BÖRSE bei n-tv und ist als freier Wirtschaftsjournalist und Videoproduzent tätig.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter im Bereich der Unternehmenskommunikation (PR, IR, Corporate Communications)
- Mitarbeiter von PR-/IR-Agenturen

Termine

- 19. und 20. November 2009 in Köln

Teilnehmerzahl

6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Die gute Pressemitteilung

[direkt online anmelden](#)

Obwohl Pressemitteilungen das Hauptinstrument der Medienarbeit sind, landen neun von zehn im Redaktionspapierkorb oder werden gelöscht. Dabei sind Journalisten auf diese Informationen angewiesen. Welche Vorstellungen haben Redakteure bezüglich Inhalt, Aufbau und Timing einer Pressemitteilung? Wie gewinnt Ihre Pressemitteilung die Aufmerksamkeit und gelangt in Zeitung, Fachzeitschrift, Radio oder Fernsehen? Dieser kompakte media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Nachrichten systematisch aussuchen und in mediengerechte Pressemitteilungen umsetzen.

Lernziele

Sie lernen, aus Ihren Themen Informationen mit Nachrichtenwert für Journalisten zu machen. Sie üben die formalen Standards einer Pressemitteilung und lernen, gelungene Pressemitteilungen zu schreiben, wobei Sie eigene mitgebrachte Textentwürfe optimieren können. Sie erfahren, wie und wann Sie Redaktionen erreichen und welche Kanäle für die Verbreitung Ihrer Pressemitteilung relevant sind.

Themenschwerpunkte

- Erwartungen der Redaktionen an Pressemitteilungen
- relevante Nachrichtenfaktoren zur Bewertung von Informationen
- äußere Form der Pressemitteilung
- Gliedern und Schreiben von Presstexten
- guter Schreibstil
- Aufbau und Pflege des Medienvertailers

Teilnehmergruppe

- Berufseinsteiger, Volontäre und PR-Referenten, die sich Grundkenntnisse aneignen oder diese auffrischen möchten
- Mitarbeiter im Marketing und Vertrieb, die sich mit der Pressearbeit befassen



Dr. Gerd Kalkbrenner (Jahrgang 1964) berät Unternehmen in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und trainiert Führungskräfte im Umgang mit den Medien.

Termine

- 6. Februar 2009 in Hamburg
- 22. April 2009 in Frankfurt
- 17. Juni 2009 in Berlin
- 31. August 2009 in Hamburg
- 28. Oktober 2009 in Düsseldorf
- 9. Dezember 2009 in München

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Kreatives Texten

[direkt online anmelden](#)

Aufmerksamkeit erregen und originell formulieren: Wer Texte verfasst, möchte seine Leser damit auch unterhalten. Doch die Suche nach kreativen Aufhängern, spannenden Informationen oder interessanten Nachrichten fällt in der täglichen Arbeit oft schwer. Sie schreiben Pressemitteilungen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden? Sie entwickeln Porträts und Reportagen für eine Kunden- oder Mitgliederzeitschrift? Bringen Sie mehr Kreativität in Ihre Arbeit und lassen Sie sich durch diesen media workshop inspirieren.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie kreative Elemente in Ihre Texte einbauen und gewinnen einen Überblick über journalistisches Schreiben. Sie erhalten Sicherheit im Umgang mit den verschiedenen Textformen wie der Personenmeldung, dem Porträt und der Reportage. Sie haben die Möglichkeit, Ihre eigene Pressemitteilung mit dem Referenten zu analysieren und bekommen wertvolle Tipps, die Sie sofort in Ihrer täglichen Arbeit anwenden können.

Themenschwerpunkte

- kreative Methoden und Elemente des Textens
- Grundlagen des journalistischen Schreibens
- effektives Redigieren
- praktische Schreibübungen und Textanalysen
- Textformen: Porträt, Meldung, Bericht, Reportage und Feature

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation, die Presseinformationen so aufwerten möchten, dass diese den Redakteuren positiv auffallen
- PR-Fachleute, die Porträts und Reportagen für ihre Kunden entwickeln
- Redakteure, die für Mitarbeiterzeitungen schreiben



Joachim Barmwoldt (Jahrgang 1957) ist freiberuflicher Journalist und besitzt langjährige Erfahrung als Trainer für Pressearbeit und kreatives Schreiben.

Termine

- 2. und 3. Februar 2009 in Hamburg
- 15. und 16. Juni 2009 in Düsseldorf
- 15. und 16. Oktober 2009 in Berlin
- 7. und 8. Dezember 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Neue deutsche Rechtschreibung und die Agenturbeschlüsse

Die Regeln zur neuen deutschen Rechtschreibung erlauben mitunter viele Varianten und Schreibweisen. Daher haben sich die deutschsprachigen Nachrichtenagenturen auf eine einheitliche Regelung festgelegt. Sie möchten sich einen Überblick über das amtliche Regelwerk und die Beschlüsse der Nachrichtenagenturen verschaffen? Sie wollen sich die neuen Schreibweisen mit möglichst geringem Aufwand aneignen? Dieser vierstündige media workshop leistet einen praktischen Beitrag dazu.

Lernziele

Sie entwickeln ein Gefühl für die neuen Schreibungen und lernen, die zugrunde liegenden Regeln kennen. Sie üben, die vorgestellten Regeln und Verfahren an konkreten Texten anzuwenden. Sie erhalten ein umfangreiches Manuskript über die neuen deutschen Rechtschreibregeln und die Empfehlungen der Nachrichtenagenturen als Nachschlagewerk für den Berufsalltag.

Themenschwerpunkte

- Ziele, Umfang und Bedeutung der Rechtschreibreform
- Umsetzung bei den deutschsprachigen Nachrichtenagenturen
- richtige Worttrennung und Zeichensetzung
- Laut-Buchstaben-Zuordnung (einschließlich Fremdwortschreibung)
- Groß- und Kleinschreibung
- Verwendung des Bindestriches (u.a. bei Anglizismen)

Teilnehmergruppe

- alle, die Texte verfassen, lektorieren, korrigieren oder in textverarbeitenden Berufen tätig sind
- alle, die sich an der Schreibweise der Agenturen orientieren wollen oder müssen



Lisa Walgenbach (Jahrgang 1960) ist Sprachwissenschaftlerin und seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung, deutsche Grammatik und Techniken des Korrekturlesens.

Termine

- 27. Januar 2009 in Hamburg
- 24. Juni 2009 in Düsseldorf
- 14. Oktober 2009 in Berlin

Teilnehmerzahl
8–16 Personen

Gebühr 290 €

Effizientes Korrekturlesen

Das Schreiben von Pressemitteilungen, Broschürentexten, Werbeanzeigen oder Kundenkorrespondenz gehört zum täglichen Geschäft. Sie müssen immer wieder eigene oder Texte von Kollegen Korrektur lesen? Sie fühlen sich sicher, doch schleichen sich manchmal Fehler ein? Dieser vierstündige media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Texte systematisch und pragmatisch prüfen.

Lernziele

Sie werden in der Lage sein, Rechtschreib- 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.

Themenschwerpunkte

- die wichtigsten Instrumente des Korrekturlesens
- Zeichensetzungsregeln
- richtige Benennung und Schreibweisen
- standardisierte Formalia

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die Texte verfassen, lektorieren oder korrigieren
- alle, die in textverarbeitenden Berufen tätig sind



Lisa Walgenbach (Jahrgang 1960) ist Sprachwissenschaftlerin und seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung, deutsche Grammatik und Techniken des Korrekturlesens.

Termine

- 27. Januar 2009 in Hamburg
- 23. April 2009 in Frankfurt
- 24. Juni 2009 in Düsseldorf
- 1. September 2009 in Hamburg
- 14. Oktober 2009 in Berlin

Teilnehmerzahl
8–16 Personen

Gebühr 290 €

Kompaktkurs: Neue deutsche Rechtschreibung

direkt online anmelden

Die neue deutsche Rechtschreibung enthält viele Änderungen und mehrere mögliche Schreibweisen in ihrem Regelwerk. Es macht Sie unsicher, was Sie schreiben dürfen, können oder müssen? Sie möchten Umfang, Terminologie sowie Sinn und Reichweite der Veränderungen in anschaulicher Weise erläutert bekommen? Dieser vierstündige media workshop leistet einen praxisorientierten Beitrag, um die neuen Regeln sicher anzuwenden.

Lernziele

Sie verschaffen sich einen Überblick über das Reformwerk und entwickeln ein Gefühl für die neuen Schreibungen. Sie üben, die vorgestellten Regeln und Verfahren an konkreten Texten anzuwenden. Sie erhalten eine praktische Übersicht über die neuen deutschen Rechtschreibregeln, die Sie im Berufsalltag als Nachschlagewerk benutzen können.

Termine

- 1. Oktober 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- die richtige Worttrennung und Zeichensetzung
- Laut-Buchstaben-Zuordnung
- Getrennt- und Zusammenschreibung
- Verwendung des Bindestrichs
- Groß- und Kleinschreibung

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die Texte verfassen, lektorieren oder korrigieren
- alle, die in textverarbeitenden Berufen tätig sind und sich mehr Sicherheit über das Reformwerk verschaffen wollen



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist seit 1989 Kommunikationstrainer und Coach im Bereich schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Teilnehmerzahl
8–16 Personen

Gebühr 290 €

Erfolgreiche Briefe und E-Mails – Schreibstil-Update

direkt online anmelden

„Bezugnehmend auf“, „zur Verfügung stehen“ oder „als Anlage“: solche Floskeln, falsche und veraltete Formulierungen lassen auch ein gutes Angebot uninteressant und verstaubt wirken. Sie möchten kundenorientierte Briefe und E-Mails frei von einfallslosen Phrasen und Kanzleiausdrücken schreiben? In Ihrer Kommunikation wollen Sie ein positives und zeitgemäßes Unternehmensimage transportieren? Dieser media workshop bringt Sie auf den neuesten Stand der Möglichkeiten und aktuellen Normen.

Lernziele

Sie gewinnen Sicherheit in der Kundenkorrespondenz und schreiben bessere Briefe und E-Mails in kürzerer Zeit. Die Vorgaben der DIN 5008 werden Ihnen vermittelt und erläutert, so dass Sie diese für Ihre Korrespondenz umsetzen können. Am Ende des Seminars erhalten Sie Referenzkarten zu Struktur und Stil in Briefen und E-Mails, die im Berufsalltag als Nachschlagewerk benutzt werden können.

Termine

- 28. Januar 2009 in München
- 28. August 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- acht Grundprinzipien eines zeitgemäßen Schreibstils
- veraltete, falsche oder ungünstige Formulierungen ersetzen
- zielgerichtet, klar und präzise formulieren
- klare Struktur und Argumentation
- aktuelle Vorgaben und Normen im Schriftverkehr (DIN 5008)
- Optimierung von Briefen und E-Mails aus dem Teilnehmerkreis

Teilnehmergruppe

- alle, die zeitgemäße, professionelle und formal wie stilistisch korrekte Kundenbriefe verfassen möchten



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist seit 1989 Kommunikationstrainer und Coach im Bereich schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

zurück zur Übersicht

Die professionelle Rede

direkt online anmelden

Ob Festrede, Begrüßung, Sachvortrag, Ergebnispräsentation oder Debattenbeitrag: mit einem Redemanuskript klappt es besser. Wenn der Redner dann noch mit Dramaturgie und Ausdruckskraft überzeugt, bleibt die Rede im Gedächtnis. Sie möchten die Zuhörer mit Ihrer Rede begeistern und eine nachhaltige Wirkung erzielen? Sie schreiben Redemanuskripte und wollen die Darreichung und Vortragsweise für Ihre Auftraggeber harmonisieren? In diesem media workshop lernen Sie, eine wirkungsvolle Rede zu verfassen und zu halten.

Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Vorarbeiten einer Rede kennen, indem Sie die Ziele Ihrer Rede skizzieren. Sie machen sich mit den Regeln zur Gliederung und Dramaturgie von Reden vertraut und wenden den Dreiklang von Sprache, Technik und Didaktik an. Sie werden in der Lage sein, Emotionen und Erkenntnisse zu „programmieren“ und Eindrücke vorzuplanen. Am Ende des Seminars nehmen Sie Ihre individuelle Rede mit nach Hause.

Themenschwerpunkte

- Reden optimal konstruieren und gliedern
- Anschaulichkeit, Erzählelemente und Bildsprache in Reden
- sprachliche Kernaspekte einer Rede, z. B. Verben, Aktiva, Satzlängen
- Auftrittsmangement: die Wirkung einer Rede optimieren
- eine komplette Rede schreiben

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die für ihre Vorgesetzten oder Kunden Redemanuskripte entwerfen und schreiben
- alle, die Reden verfassen und selbst halten



Werner Lauff (Jahrgang 1957) gilt als „begrnadeter Redner“ (Handelsblatt) und ist ein erfahrener Moderator von Veranstaltungen und Diskussionen.

Professionell schreiben

Termine

- 2. und 3. Februar 2009 in München
- 5. und 6. November 2009 in Hamburg
- 7. und 8. Mai 2009 in Hamburg
- 10. und 11. September 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr 1.090 €

Schreib- und Redigierwerkstatt

direkt online anmelden

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? Aufschluss gibt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Sie erhalten einen Überblick über die neuesten Erkenntnisse der Leserforschung und einen Einblick in den Redaktionsalltag verschiedener Medien. Sie erfahren, mit welchen Darstellungsformen Sie Wirkung erzielen und schärfen Ihren Blick für Texte, die beim Leser wirklich ankommen. Durch die Analyse eigener und fremder Texte bekommen Sie ein Gefühl, wie Wortwahl, Satzstruktur und Aufbau des Textes den Inhalt beeinflussen.

Themenschwerpunkte

- neue Erkenntnisse der Sprachwirkungsforschung
- journalistische Sprache und Darstellungsformen
- leserorientiert schreiben
- effektiv redigieren
- eine Pressemitteilung schreiben und eigene Texte redigieren

Teilnehmergruppe

- PR-Fachleute, die Texte so verfassen möchten, dass sie positiv auffallen
- Leiter von Abteilungen „interner Kommunikation“
- Redakteure von Unternehmenspublikationen



Peter Linden (Jahrgang 1959) unterrichtet an Universitäten, Journalistenschulen, bei Verlagen und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Sprache, Sprachwirkung sowie journalistischen Darstellungsformen.

Professionell schreiben

Termine

- 17. und 18. Februar 2009 in Hamburg
- 7. und 8. Oktober 2009 in Frankfurt
- 18. und 19. Mai 2009 in München
- 1. und 2. Juli 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Praxistag: Schreib- und Redigierwerkstatt

direkt online anmelden

Sie haben unseren media workshop „Schreib- und Redigierwerkstatt“ besucht. Nun möchten Sie Ihren Pressemitteilungen, Reportagen oder Berichten den letzten Schliff geben? Arbeiten Sie in diesem intensiven Tageskurs an einem konkreten Projekt aus Ihrem Berufsalltag.

Themenschwerpunkte

- einen eigenen Text (z. B. aktuelle Pressemitteilung) verfassen
- ausführliche Analyse bzw. Redigieren in der Gruppe und durch den Referenten



Peter Linden (Jahrgang 1959) unterrichtet an Universitäten, Journalistenschulen, bei Verlagen und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Sprache, Sprachwirkung sowie journalistischen Darstellungsformen.

Lernziele

Sie präsentieren ein aktuelles Projekt und verfassen mit Unterstützung des Referenten einen publizierfähigen Text.

Teilnehmergruppe

- alle, die unseren media workshop „Schreib- und Redigierwerkstatt“ besucht haben

Termine

- 9. Oktober 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 490 €

PR-Konzeption für Einsteiger

direkt online anmelden

Ein stringentes Konzept bildet stets den Anfang erfolgreicher PR-Arbeit. Es folgt strategischen Prinzipien und sollte sowohl methodisch überzeugen als auch inhaltlich begeistern. Doch wie schaffen Sie eine analytische Ordnung, aus der schlüssige Strategien abgeleitet werden? Wie wird eine Zielgruppe definiert? Mit welchen Maßnahmen erreichen Sie Ihre Ziele? Dieser media workshop gibt Antworten und vermittelt Ihnen einen Leitfaden für eine schlüssige Konzeption.

Lernziele

Sie erwerben die grundlegenden Kenntnisse und erhalten einen Leitfaden zur Konzepterstellung. Sie lernen, wie Sie ein schlüssiges Konzept erstellen, das strategischen Handlungsprinzipien folgt. Ihre Sicherheit im Umgang mit Konzepten und die Fähigkeit, eigene Konzepte zu schreiben, wird ausgebaut.

Themenschwerpunkte

- Inhalt und Aufbau von Konzepten
- Leitfaden für die Konzepterstellung
- Do's and Don't's für überzeugende Konzepte
- Strategie als Kern eines Konzeptes
- Strukturierung von Maßnahmen
- Konzeptentwürfe trainieren



Kathrin Behrens (Jahrgang 1967) leitet eine Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung als Seminarleiterin.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in Agenturen, die bisher noch keine eigenen PR-Konzepte geschrieben haben
- alle, die für eine effizientere Zusammenarbeit mit Agenturen ihr Konzept-Know-how erweitern möchten
- alle, die eigene Konzepte schreiben wollen

Termine

- 2. und 3. April 2009 in Berlin
- 6. und 7. Juli 2009 in Hamburg
- 30. Sept. und 1. Okt. 2009 in Düsseldorf
- 30. Nov. und 1. Dez. 2009 in Berlin

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 980 €

zurück zur Übersicht

PR-Konzeption für Fortgeschrittene

[direkt online anmelden](#)

Individuelle PR-Konzepte sind der Schlüssel für eine professionelle Unternehmenskommunikation. Routine oder eingefahrene Strukturen können bei der Konzepterstellung viel kreatives Potenzial nehmen. Sie erstellen PR-Konzepte, haben aber das Gefühl, dass der letzte Schliff fehlt? Sie benötigen neue Ideen für die Strategie-Entwicklung, den strategischen Kräfteeinsatz oder für die Erarbeitung einer spannenden Dramaturgie? Lassen Sie sich von diesem media workshop inspirieren.

Lernziele

Sie lernen den sicheren Umgang mit Konzepten und werden für neue Fragestellungen sensibilisiert. Sie können komplexe Sachverhalte darstellen und überwinden Barrieren beim Erstellen von Konzepten. Sie verstehen, souveräner mit Wettbewerbssituationen umzugehen.

Themenschwerpunkte

- effektiver Umgang mit komplexen Konzeptinhalten
- kreative Wege zur Strategie-Entwicklung
- Bestimmung des strategischen Kräfteeinsatzes
- Einbindung kreativer Maßnahmen
- spannungsgeladene Dramaturgie
- Konzepte aufbereiten und gestalten

Teilnehmergruppe

- alle mit Basis-Erfahrungen in der Konzeption
- Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen oder Pressestellen mit erster Konzepterfahrung
- alle, die unseren media workshop „PR-Konzeption für Einsteiger“ besucht haben



Kathrin Behrens (Jahrgang 1967) leitet eine Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung als Seminarleiterin.

Termine

- 7. und 8. Mai 2009 in Berlin
- 3. und 4. September 2009 in Hamburg
- 14. und 15. Dezember 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

Strategisches Themensetting

[direkt online anmelden](#)

Pressearbeit ist dann erfolgreich, wenn die eigenen Themen zum richtigen Zeitpunkt auf die öffentliche Agenda gebracht werden. Dabei ist der Kampf um die Aufmerksamkeit der Journalisten hart und nur interessante Geschichten lassen sich in den Medien platzieren. Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Themen finden und deren Einsatz planen? Sie wollen spannende Storys entwickeln, um diese in der Zeitung oder im Fernsehen wiederzufinden? Dieser media workshop zeigt Ihnen, wie erfolgreich strategisches Themensetting ist.

Lernziele

Sie erfahren, worauf Journalisten bei der Auswahl von Themen besonderen Wert legen. Sie können Thementrends in den Medien systematisch beobachten und einen strategischen PR-Themenplan erstellen. Sie lernen, wie Sie mediengerechte Themen finden und spannend aufbereiten. Sie überprüfen Ihre bisherigen Storys, um neue Ideen für Themen und deren Platzierung abzuleiten.

Themenschwerpunkte

- Instrumente und Methoden effektiver Themenfindung und -platzierung
- Erwartungen von Journalisten an gute Themen und Storys
- Grundlagen und Bedeutung eines strategischen PR-Themenplans
- optimale Aufbereitung und richtiges Timing
- effektives Monitoring von Themen und Trends
- Einzel-Coaching mit der Referentin anhand eigener Beispiele

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte der Unternehmenskommunikation
- PR-Verantwortliche und PR-Berater



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Termine

- 19. und 20. Januar 2009 in Hamburg
- 22. und 23. Juni 2009 in Düsseldorf
- 17. und 18. September 2009 in Berlin
- 26. und 27. November 2009 in München

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Campaigning – Wirkungsvolle Kampagnen-PR

direkt online anmelden

Kampagnen sind Eingriffe in Kommunikationssysteme, Politik und Marktgeschehen, die ohne formelle Machtausübung und mit geringem Einsatz große Wirkung erzielen. Campaigning wird eingesetzt, wenn man eine Kommunikationsmaßnahme nicht bestellen, kaufen oder aushandeln kann. Wie aber wird eine Kampagne für die PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit konzipiert? Wie muss die Kampagne gestaltet sein, damit sie die Öffentlichkeit durchdringt? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Botschaft Ihrer Themen finden und diese strategisch inszenieren.

Lernziele

Sie lernen, Ihre Themen auf eine Botschaft zu fokussieren. Sie werden Ihre Inhalte an Grundwerten und Trends ausrichten und strategisch formulieren können. Sie erfahren, wie Sie Ihre Kampagne richtig positionieren und mit Aufschlag, Eskalationsstufen und definiertem Ende einsetzen. Sie lernen Werkzeuge kennen, mit denen Sie neue Spielräume und Möglichkeiten für Ihre Kampagnen entdecken.

Themenschwerpunkte

- Prinzipien und Methoden klassischer Kampagnenarbeit
- Themen finden und Botschaften formulieren
- Gestaltungsstrategien für Zielgruppen-Kampagnen
- Planung einer Kampagne
- Diskussion und Bearbeitung aktueller Projekte der Teilnehmer

Teilnehmergruppe

- PR-Berater und Verantwortliche für PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Verbänden, Unternehmen, Parteien und NGOs, die ihre Botschaften mit wirkungsvollen PR-Kampagnen kommunizieren wollen



Andreas Graf Bernstorff (Jahrgang 1945) ist einer der wenigen Trainer und ausgewiesener Pionier auf dem Gebiet der Kampagnen-PR. Er ist Journalist und Politikberater. Er war Landtagsabgeordneter und langjähriger Kampagnenmanager von Greenpeace.

Termine

- 2. und 3. März 2009 in Hamburg
- 24. und 25. Juni 2009 in Hamburg
- 14. und 15. September 2009 in Berlin
- 1. und 2. Dezember 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr 1.090 €

Krisenkommunikation

direkt online anmelden

Eine Krisensituation ist eine ernsthafte Bewährungsprobe für die Unternehmenskommunikation. Eine falsche oder unterbliebene Reaktion kann schwerwiegende Folgen nach sich ziehen. Sie möchten einer Krisensituation mit den richtigen Werkzeugen begegnen? Der organisatorische sowie strategische Krisenplan soll gut vorbereitet sein? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die notwendige Sicherheit.

Lernziele

Sie lernen die Faktoren des Krisenmanagements und die Instrumente der Krisenkommunikation kennen. Sie erfahren, wie Sie einen Krisenplan selbst erarbeiten und eine Krisensituation souverän managen. Durch praxisnahe Übungen proben Sie den Ernstfall und werden die passenden Botschaften für Ihre internen und externen Zielgruppen entwickeln.

Themenschwerpunkte

- operatives und kommunikatives Krisenmanagement
- mentale, strategische und organisatorische Maßnahmen zur Krisenprävention
- Lösung von Schnittstellenproblemen und Zielkonflikten
- zeitgemäße Kommunikationstechniken
- souveräner Umgang mit investigativen Journalisten

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte und Kommunikatoren von Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Behörden, die sich auf die Bewältigung von vorhersehbaren und unvorhersehbaren kritischen Ereignissen vorbereiten möchten oder müssen



Peter Höbel (Jahrgang 1955) beschäftigt sich seit etwa 30 Jahren kommunikativ mit Krisen (z. B. Tschernobyl, Concorde-Absturz) und gilt als einer der kompetentesten Krisenkommunikatoren in Deutschland.

Termine

- 30. und 31. März 2009 in München
- 8. und 9. Juni 2009 in Frankfurt
- 14. und 15. September 2009 in Hamburg
- 23. und 24. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

zurück zur Übersicht

PR-Erfolgskontrolle

[direkt online anmelden](#)

Ob Kunde oder eigene Geschäftsführung: für die PR-Arbeit ist es wichtig, ihre Wirksamkeit und Erfolge zu messen. Doch wie lassen sich die Kommunikationswirkung einzelner Maßnahmen oder ganzer Kampagnen kontrollieren? Was gibt es besonders bei der Dokumentation von Online-PR zu beachten? Dieser media workshop vermittelt Ihnen aktuelle Ansätze und Argumente für die PR-Evaluation.

Lernziele

Sie lernen die Instrumente der PR-Evaluation, sowohl für klassische PR-Maßnahmen als auch für Online-PR kennen. Sie verstehen, wie Sie den Prozess der Evaluation von der Datenerhebung bis zur Auswertung steuern. Sie werden aktuelle Ansätze einsetzen können, die über die „Klassiker“ Medienresonanzanalyse und Website-Statistik hinausgehen.

Themenschwerpunkte

- Einführung in die Messbarkeit von Kommunikation
- Argumente für PR-Evaluation
- der Prozess der Evaluation im Überblick
- Kommunikationswirkungen: Output, Outcome, Outgrowth, Outflow
- Datenerhebung: Ziele definieren und messbar machen
- Auswertung: quantitativ, qualitativ, Bewertung und Interpretation
- Evaluation von Online-PR

Teilnehmergruppe

- alle, die im Bereich Pressearbeit, PR, Öffentlichkeitsarbeit und Online Relations tätig sind
- Mitarbeiter von PR-Agenturen



Oliver Plauschinat (Jahrgang 1970) ist Senior Consultant bei LAUTENBACH SASS.



Jörg Hoewner (Jahrgang 1969) ist Geschäftsführer der Partner bei K12.

Termine

- 23. April 2009 in Hamburg
- 29. Oktober 2009 in Düsseldorf

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Finanzkommunikation – Grundlagen und Trends

[direkt online anmelden](#)

Die Änderungen zur Publizitätspflicht oder zu TUG-konformen Finanzinformationen stellen immer wieder Herausforderungen an die IR-Kommunikation dar. Die gesetzlichen Pflichten und Regelungen müssen beachtet und umgesetzt werden. Sie möchten wissen, welche Publizitätspflichten sich für Ihr Unternehmen in Abhängigkeit vom Börsensegment ergeben? Wann ist es nötig bzw. vorgeschrieben, eine Ad-hoc-Mitteilung zu verbreiten? Erfahren Sie in diesem media workshop, wie Ihr Unternehmen an die „Financial Community“ berichten sollte.

Lernziele

Sie gewinnen Einblicke in die Funktionsweise der Börse und die Anforderungen des Kapitalmarktes an börsennotierte Unternehmen. Sie lernen die vielfältigen IR-Instrumente sowie deren effektiven Einsatz für Ihre tägliche Praxis kennen. Sie können Ad-hoc-Mitteilungen verfassen und erfahren, was die wichtigsten Kennzahlen und Unternehmensbewertungen aussagen.

Themenschwerpunkte

- Grundlagen der Investor Relations und der Börse
- Instrumente der Finanzkommunikation
- wichtige Kennzahlen errechnen
- Unternehmensbewertungen durchführen
- Ad-hoc-Mitteilungen schreiben
- richtige Anwendung der jüngsten gesetzlichen Regelungen: Transparenzrichtlinie-Umsetzungsgesetz, Finanzmarktrichtlinie-Umsetzungsgesetz, Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter im Bereich der Unternehmenskommunikation (PR, IR, Corporate Communications)
- Mitarbeiter von IR-/PR-Agenturen



Henryk Deter (Jahrgang 1973) ist Partner bei der cometis AG und erfahrener Referent für die IR-Kommunikation.

Termine

- 5. und 6. Mai 2009 in Hamburg
- 3. und 4. November 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 980 €

[zurück zur Übersicht](#)

Erfolgreiche Geschäftsberichte entwickeln

direkt online anmelden

Geschäftsberichte sind mehr als Informationspublikationen. Sie sind die Visitenkarte eines Unternehmens und wichtigste Informationsquelle für Eigentümer, Financial Community, Mitarbeiter und Kunden. Neben den Themen Strategie, Ausrichtung und Erfolg lassen sich durch unverwechselbares Design die Marketinganforderungen des Unternehmens unterstützen. Doch was macht einen guten Geschäftsbericht aus? Und wie wird ein überzeugendes Berichtskonzept entwickelt und durchgesetzt? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die entscheidenden Qualitätsmerkmale für Ihren nächsten Geschäftsbericht.

Lernziele

Sie prüfen mit einem externen Blick die (Geschäftsberichts-) Publikationen Ihres Unternehmens und können anhand eines Analyserasters Inhalte, gesetzliche Vorschriften, Berichtsstruktur, Layout und Druckverarbeitung effektiv beurteilen. Sie entwickeln konkrete Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung Ihrer künftigen Publikationen. Sie können den Aufwand des Gesamtprojektes Geschäftsbericht beurteilen.

Themenschwerpunkte

- Ihr bester Geschäftsbericht: strukturierte Berichtsanalyse Ihres letzten Geschäftsberichts
- typischer Workflow für das Gesamtprojekt Geschäftsbericht
- praxistaugliches Raster zur Berichtsanalyse
- Empfehlungen für Ihren nächsten Geschäftsbericht, z. B. als Vorbereitung für einen Vorstands- oder Geschäftsführungstermin



Kerstin Kelling (Jahrgang 1965) ist Senior Consultant bei CAT Consultants.



Thilo M. Tern (Jahrgang 1977), Geschäftsführender Partner bei CAT Consultants.

Teilnehmergruppe

- alle, die an dem Projekt „Geschäftsbericht“ beteiligt sind
- Assistenz des Vorstandes/der Geschäftsführung in Unternehmen

Termine

- 16. September 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr 690 €

Internet-Newsletter

direkt online anmelden

Newsletter gehören zu den effizientesten Werbeformen des E-Mail-Marketings. Sie bieten die Möglichkeit, gezielt auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden einzugehen und sind ein wichtiges Instrument, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Sie möchten mit Ihrem eigenen Newsletter zusätzlichen Umsatz generieren und sich von Ihren Wettbewerbern abgrenzen? Dieser media workshop bietet Ihnen eine praxisorientierte Herangehensweise für Ihren Internet-Newsletter.

Lernziele

Sie erhalten einen Überblick über Gestaltung, Aufbau und Textform sowie über die juristischen Grundlagen eines Newsletters. Dabei üben Sie, nachrichtliche 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 Do's and Don't's, die Sie bei der Erstellung und dem Versand Ihres Newsletters beachten müssen.

Themenschwerpunkte

- Erfolgsfaktoren im Newsletter-Publishing
- juristische Grundlagen
- technische Grundlagen
- effektive Newsletter-Konzeption
- Website und Newsletter vernetzen
- personalisierte Kundeninformationen generieren



Prof. Stefan Hejnk (Jahrgang 1968) lehrt Print- und Online-Journalismus an der FH Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Kommunikation sowie als Seminarleiter.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die an der Konzeption oder Redaktion von Internet-Newsletters mitwirken
- alle, die für einen Internet-Newsletter verantwortlich sind

Termine

- 15. Januar 2009 in Hamburg
- 4. Mai 2009 in Hamburg
- 3. Juli 2009 in Köln
- 13. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

zurück zur Übersicht

Texten für das Internet

direkt online anmelden

Das Leseverhalten beim Surfen im Internet unterscheidet sich erheblich vom Lesen gedruckter Texte. Sie erhalten Printmaterial, das Sie für das Internet oder das Intranet Ihrer Firma aufbereiten müssen? Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Inhalte so formulieren, dass diese auch gelesen werden? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die psychologischen Grundlagen und das nötige praktische Basiswissen.

Lernziele

Sie gewinnen Erkenntnisse über die speziellen Anforderungen an Textaufbau und Inhalt im Internet. Dabei lernen Sie, Texte gut lesbar für das Internet aufzubereiten und üben sich in der Anwendung stilistischer Elemente. Am Ende erhalten Sie eine Referenzkarte zu Struktur und praktischen Formulierungen von Websites, die im Berufsalltag als Nachschlagewerk benutzt werden kann.

Themenschwerpunkte

- Gesetze der Wahrnehmung von Internetseiten
- Wahrnehmungstypen und wie Sie ihnen gerecht werden
- Seiten modular strukturieren und sinnvoll gewichten
- Stilistik für das Internet
- Wichtiges von Unwichtigem trennen
- Suchwerkzeuge – wie Ihre Seiten leichter gefunden werden

Teilnehmergruppe

- alle, die Texte für das Internet professionell erstellen, aufbereiten und redigieren möchten
- Mitarbeiter, die das Intranet ihres Unternehmens redaktionell betreuen



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist seit 1989 Kommunikationstrainer und Coach im Bereich schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Termine

- 29. April 2009 in München
- 10. Dezember 2009 in München

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Website-Texte – Teaser und Gestaltung

direkt online anmelden

Web-Leser wollen aktuelle Informationen und sind ungeduldig. Daher müssen Online-Texte anders verfasst werden als gedruckte Texte und sollten schnell von Suchmaschinen zu finden sein. Sie möchten wissen, welche Regeln für die Formulierung und Verlinkung von Texten gelten? Was ist beim Einsatz von Teasern und grafischen Darstellungen zu beachten? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Attraktivität Ihrer Website erhöhen.

Lernziele

Sie lernen, wie das Texten attraktiver Teaser funktioniert und welche unterschiedlichen Teaser-Typen es gibt. Für das wirksame Zusammenspiel von Wörtern, Wahrscheinlichkeiten und Zeit erhalten Sie Leitlinien und erfahren, wie Sie Ihre Website mit den großen Suchmaschinen vernetzen. Sie entwickeln neue Ideen und Anregungen für konkrete Verbesserungen, um die Attraktivität Ihrer Website zu erhöhen.

Themenschwerpunkte

- Grundlagen: die Unterschiede zwischen Print und Web
- zentrale Befunde zum Texten für das Internet
- Teaser-Typen und ihre Einsatzfelder
- attraktive Teaser verfassen
- Hyperlinking: nutzerorientiertes Setzen und Redigieren eines Tags
- Schlüsselwort-Strategien: Traffic saugen bei den Suchmaschinen
- Printmaterial für das Web adaptieren

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in PR, Marketing oder Vertrieb, die am textlichen Inhalt der Corporate-Website mitwirken
- Mitarbeiter in Redaktionen, die für die Corporate-Website zuständig sind



Prof. Stefan Heijnk (Jahrgang 1968) lehrt Print- und Online-Journalismus an der FH Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Kommunikation sowie als Seminarleiter.

Termine

- 27. März 2009 in Düsseldorf
- 12. Juni 2009 in Hamburg
- 7. September 2009 in Düsseldorf
- 12. November 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

zurück zur Übersicht

Website-Design – Aufbau und Nutzerführung

[direkt online anmelden](#)

Ob eine Website bei den Nutzern erfolgreich ist, hängt nicht allein von den Inhalten ab. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist die Benutzerfreundlichkeit des Angebotes – neudeutsch: Usability. Sie möchten die Nutzerführung Ihrer Website optimieren, um mehr Kontakte, Besuche und Seitenaufrufe zu generieren? Wie Sie Ihre Internetpräsenz optimal auf die Erwartungen und Wünsche Ihrer Nutzer abstimmen, vermittelt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie die Interessen der Nutzer zielgenau erforschen und bedienen. Sie erhalten Tipps zum Aufbau von Link-Architekturen und werden die Schwachpunkte Ihrer Website erkennen und Optimierungen entwickeln können. Im Laufe des Seminars erarbeiten Sie eine individuelle Dummy-Version für einen optimierten Internet-Auftritt Ihres Unternehmens. Das neue Wissen können Sie auch für die Planung eines Internet-Angebotes oder für die Konkurrenzanalyse nutzen.

Termine

- 26. Januar 2009 in Hamburg
- 23. Oktober 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- Grundlagen und Erfolgsfaktoren für eine Website
- optimales Screendesign der Startseite
- attraktive Gestaltung und Positionierung von Teasern
- durch Nutzerführung die Orientierung erleichtern
- Inhalte für Suchmaschinen optimieren
- User binden und unterhalten – Psychologie der Web-User

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die verantwortlich für eine Corporate-Website bzw. für einzelne Bereiche der Website sind und an der Website-Gestaltung mitwirken



Prof. Stefan Hejnk (Jahrgang 1968) lehrt Print- und Online-Journalismus an der FH Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Kommunikation sowie als Seminarleiter.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen und Trends

[direkt online anmelden](#)

Das Internet ist inzwischen die erste Anlaufstation, um Informationen zu sammeln. Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist daher nicht mehr ohne eine professionelle Online-PR vorstellbar. Sie möchten Ihre Internetpräsenz optimal gestalten? Sie wollen eine digitale Pressemappe oder einen E-Newsletter als PR-Instrument nutzen? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie eine erfolgreiche Online-PR auf- und ausbauen.

Lernziele

Sie lernen die Grundlagen, Voraussetzungen und Trends erfolgreicher Online-PR kennen und verstehen die wichtigsten Instrumente optimal einzusetzen. Sie wissen, wie Sie Ihre Internetpräsenz professionell aufbauen und Ihre Pressearbeit effektiv über das Internet betreiben. Sie können Botschaften und Inhalte online für die verschiedenen Zielgruppen aufbereiten und zur Verfügung stellen. In Krisensituationen können Sie das Internet als effektives PR-Instrument einsetzen.

Termine

- 29. und 30. Januar 2009 in Berlin
- 9. und 10. November 2009 in München
- 20. und 21. April 2009 in Hamburg
- 31. August und 1. Sept. 2009 in Düsseldorf

Themenschwerpunkte

- Instrumente und Methoden erfolgreicher Online-PR
- hilfreiche Kriterien für eine effektive Online-Strategie
- professioneller Aufbau von PR-Websites
- optimale Pressearbeit über das Internet
- wirkungsvoller Einsatz von E-Newslettern
- das Internet als effektives PR-Instrument in der Krise
- die wichtigsten Trends der Online-PR

Teilnehmergruppe

- Volontäre, PR-Referenten, Pressesprecher und Leiter von PR-Abteilungen
- Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb, die sich mit Online-PR befassen



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Dieses Seminar mit „Erfolgreiche Online-PR – Einsatz von Web 2.0“ für zusammen nur 1.500 € buchen!

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 980 €

[zurück zur Übersicht](#)

Erfolgreiche Online-PR – Einsatz von Web 2.0

[direkt online anmelden](#)

An den Veränderungen durch Web 2.0 kommt heute kaum eine Kommunikationsabteilung vorbei. Wer diese interaktiven Elemente optimal nutzt, kann sie gewinnbringend für das Unternehmen einsetzen. Doch welche Chancen und Risiken hat das Web 2.0 für Ihre Unternehmenskommunikation? Wie können Sie mit typischen Web 2.0-Elementen wie Podcasts, Blogs oder Wikis Ihre verschiedenen Zielgruppen effektiv erreichen und überzeugen? Dieser media workshop gibt Ihnen Entscheidungshilfen und praktische Anleitungen für den Einsatz von Web 2.0.

Lernziele

Sie lernen die Grundlagen und wichtigsten Trends des Web 2.0 kennen. Sie können die Chancen und Risiken von Web 2.0 für Ihre Unternehmenskommunikation abschätzen und erkennen, welche Elemente Ihre Unternehmenskommunikation sinnvoll ergänzen. Sie verstehen, wie Sie diese neuen interaktiven Kommunikationsinstrumente optimal konzipieren und umsetzen.

Themenschwerpunkte

- Grundlagen und Trends des Web 2.0
- Chancen und Risiken von Web 2.0-Elementen
- Podcasts, Blogs, Wikis: externe und interne Unternehmenskommunikation gestalten
- von der Idee zur Umsetzung: die professionelle Konzeption von Web 2.0-Elementen

Teilnehmergruppe

- PR-Berater, Leiter der PR-Abteilung und der Unternehmenskommunikation, Pressesprecher
- Mitarbeiter und Abteilungsleiter in Marketing und Vertrieb
- alle, die den media workshop „Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen und Trends“ besucht haben



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Dieses Seminar mit „Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen und Trends“ für zusammen nur 1.500 € buchen!

Termine

- 22. April 2009 in Hamburg
- 2. September 2009 in Düsseldorf
- 11. November 2009 in München

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

[direkt online anmelden](#)

Das Prinzip „Wikipedia“ in der Unternehmenskommunikation

Wer heute eine Begriffserklärung sucht, greift nicht mehr zum Universallexikon. Er sucht im Internet in Online-Nachschlagewerken wie Wikipedia. Deren Erfolg basiert unter anderem auf den „Wikis“, mit denen sich Websites leicht erstellen und von mehreren Nutzern editieren lassen. Sie möchten die Vorteile von Wikis nutzen und dieses neue Kommunikationsinstrument einsetzen? Sie denken über den Einsatz von Wikis nach und benötigen Entscheidungshilfe? Dieser media workshop zeigt Ihnen, welche Chancen und Möglichkeiten sich bieten.

Lernziele

Sie erlernen das Know-how für Aufbau, Pflege und Erstellung von Wikis sowie deren Einsatzmöglichkeiten für die interne und externe Kommunikation. Dabei wird das „Funktionsprinzip Wikipedia“ erläutert, um zu vermitteln, wie man die Vorteile eigener Wikis nutzen kann. Sie üben die Erstellung und Pflege eines Wikis mit der Software MediaWiki und können die Chancen für Ihre Unternehmenskommunikation bewerten.

Themenschwerpunkte

- Einsatzgebiete von Wikis in der Unternehmenskommunikation
- Aufbau und Pflege eines Wikis
- visuelle Gestaltung der Seiten mit Fotos
- Einsatz der Software MediaWiki
- praktische Übung: Erstellung eines Wikis

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen, die sich über den Einsatz dieses neuen Kommunikationsinstrumentes informieren möchten
- alle, die künftig ein Wiki erstellen und pflegen möchten



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf beim Göttinger Tageblatt und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Berater.

Sie erhalten eine Übungs-CD mit der Software, zahlreichen Informationen und Zusatzmaterial.

Termine

- 26. Februar 2009 in Berlin
- 7. Dezember 2009 in München
- 8. Juni 2009 in Hamburg
- 9. September 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

[zurück zur Übersicht](#)

Effektiver Einsatz von „Google“ für die PR

direkt online anmelden

Für viele Menschen ist „Google“ die erste Anlaufstelle im Internet, wenn sie etwas wissen wollen. Wer mit seinen Inhalten dann nicht auf den ersten beiden Trefferseiten ist, findet faktisch nicht statt und erreicht seine Zielgruppe nicht. Sie wollen in den Trefferlisten weit nach oben und diesen kostengünstigen und effizienten Effekt für die eigene PR nutzen? Wie setzt man aber eine Suchmaschine geschickt und strategisch ein, um seine Inhalte auffindbar zu machen? Dieser media workshop ist der Auftakt, um die eigenen Inhalte besser an die Suchmaschinen anzupassen.

Lernziele

Sie erkennen, dass „Google“ mehr als eine Suchmaschine ist und werden mit den verschiedenen Services arbeiten, um das Web zu analysieren. Sie erfahren, welche Auswirkungen Suchmaschinen auf das Wissen und die Informationen der Internetnutzer haben. Sie lernen, welche Instrumente Sie einsetzen können, um bei „Google“ auffindbar zu sein.

Termine

- 27. März 2009 in Hamburg
- 10. September 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- Wie nutzen Menschen „Google“?
- die „Google“-Tools
- Beispiele für die effiziente Nutzung von Suchgewohnheiten für die eigene Kommunikation
- Data Mining (Analyse der Nutzung der Webseiten)
- Optimierung der eigenen Suchstrategien
- Trends bei Suchmaschinen
- „Google“, die Datenkrake?
- Konsequenzen für die eigene Kommunikationsstrategie

Teilnehmergruppe

- Marketing- und Kommunikationsfachleute, die ihre Inhalte und Themen im Web gut und schnell auffindbar gestalten wollen



Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach (Jahrgang 1969) leitet als Head of Social Media Europe und Chief Blogging Officer das Team von Edelman Digital Europe in Hamburg. Er entwickelte Corporate Blogs und Onlinenetze und erstellt regelmäßig Trendreports.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Strategien für Web 2.0 in der Kommunikation

direkt online anmelden

Nach dem ersten Hype um Web 2.0 ist Normalität eingeleitet. Social Networks wie StudiVZ oder Xing haben extrem hohe Reichweiten und sehr viele aktive Mitglieder. Video und Chat sind für jüngere Generationen ebenso selbstverständlich wie Foren und Onlinemarktplätze. Wie kann die Kommunikation darauf reagieren und Web 2.0 zu einem normalen und integralen Bestandteil ihrer Strategie machen? In diesem media workshop finden Sie Antworten auf Chancen und Problemstellungen von Web 2.0.

Lernziele

Sie lernen, Gespräche zu finden, die online über Ihre Marken geführt werden und erfahren, wie sich die Kultur durch die neuen Feedbackmöglichkeiten verändert. Sie verstehen, wie Sie die Instrumente einsetzen, um online mit Ihren Kunden ins Gespräch zu kommen. Sie erkennen, wie Marken und Unternehmen das Web 2.0 in ihre Kommunikationsstrategie integriert haben und wie Web 2.0 als Kanal in eine Strategie passt. Sie erhalten Checklisten für eine Web 2.0-Strategie.

Termine

- 19. Juni 2009 in Hamburg
- 30. November 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- aktueller Stand im Web 2.0
- Communities wie StudiVZ, SchuelerVZ und Xing
- Relevanz von Web 2.0 für die Marken- und Unternehmenskommunikation
- Voraussetzung, um als Unternehmen oder Marke im Web 2.0 aktiv zu werden
- Marken und Unternehmen als Medien
- Konsequenzen für die eigene Kommunikationsstrategie

Teilnehmergruppe

- Journalisten und Kommunikationsfachleute, die erfahren wollen, wie Web 2.0 in die Kommunikationsstrategie eingebunden werden kann



Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach (Jahrgang 1969) leitet als Head of Social Media Europe und Chief Blogging Officer das Team von Edelman Digital Europe in Hamburg. Er entwickelte Corporate Blogs und Onlinenetze und erstellt regelmäßig Trendreports.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

zurück zur Übersicht

Audio und Video – Podcasts in der Kommunikation

[direkt online anmelden](#)

Automobilhersteller, Banken, Versicherungen, Verlage oder Touristikunternehmen: wer heute etwas zu erzählen hat, „sendet“ es im Internet. Die digitalen Medien, ob gestreamt oder als Podcast, erleben einen regelrechten Boom. Sie wollen Audio- und Video-Podcasts als Kommunikationsinstrument einsetzen? Doch was ist der Status Quo bei Podcasts in der Unternehmenskommunikation und welche Möglichkeiten und Risiken gibt es? Besuchen Sie diesen media workshop und erfahren Sie, wie effektiv der Einsatz digitaler Medien im Internet ist.

Lernziele

Sie lernen, worauf man achten muss und welche personellen und technischen Voraussetzungen erforderlich sind, um Podcasts zu erstellen. Sie erarbeiten passende und interessante Sendeformate und Einsatzbereiche für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation. Sie erkennen, wie Sie mit Geschichten die Effektivität Ihrer Kommunikation steigern und ihre Wirkung vergrößern.

Themenschwerpunkte

- Möglichkeiten und Grenzen von Podcasts in der Unternehmenskommunikation
- Best-Practice-Beispiele erfolgreicher Podcasts
- technische Voraussetzung für die Produktion
- einen eigenen Video-Podcast erstellen

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter aus Unternehmen, Verlagen, Medienhäusern und Verbänden, die Podcasts innerhalb ihres Unternehmens einführen möchten
- Berater aus PR-Agenturen, die ihren Kunden den Einsatz digitaler Medien empfehlen möchten



Jan Malte Andresen (Jahrgang 1972) realisiert mit seiner Firma „earpaper®“ professionelle Audio- und Video-Podcast-Produktionen. Er ist als Radiomoderator und Redakteur beim NDR tätig und als „Stimme des Nordens“ bekannt.

Termine

- 13. Februar 2009 in Hamburg
- 10. Juni 2009 in Frankfurt
- 23. September 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Pressearbeit mit Fernsehsendern

[direkt online anmelden](#)

Das Fernsehen ist weiterhin das reichweitenstärkste Medium und bietet eine große Plattform für die Unternehmenskommunikation. Doch die Spielregeln der PR im TV sind härter und die Pressearbeit aufwendiger. Sie möchten den Sprung auf den Bildschirm wagen und wollen Kontakt mit TV-Journalisten aufnehmen und die Themen für einen Fernsehbeitrag aufbereiten? Oder arbeiten Sie bereits mit Footage-Material und wollen Tipps aus erster Hand erhalten? Dieser media workshop hilft Ihnen, Ihre Pressearbeit mit Fernsehsendern zu gestalten.

Lernziele

Sie erfahren, was den Arbeitsalltag eines TV-Redakteurs bestimmt und durch einen Blick hinter die RTL-Kulissen erkennen Sie, welche Kriterien eine gute Geschichte erfüllen sollte. Sie lernen, wie Sie redaktionell und produktionstechnisch die Zusammenarbeit mit TV-Sendern erfolgreich gestalten. Als Übung planen Sie eine eigene Magazinsendung.

Themenschwerpunkte

- der TV-Markt in Deutschland: Sender und Formate
- die Arbeit einer Fernsehredaktion
- Kriterien einer guten TV-Story
- Themenplanung einer Magazinsendung
- Fernsehjournalismus und PR
- TV-Medienarbeit: Kontaktaufnahme, Ideenentwicklung, Umsetzung
- Hintergrundgespräch mit einem Chefredakteur von RTL oder n-tv
- eine RTL-Senderführung

Teilnehmergruppe

- PR-Verantwortliche, die Pressematerial für Fernsehsender bereitstellen
- Mitarbeiter von PR-Agenturen, die für ihre Kunden die Pressearbeit mit Fernsehsendern gestalten oder konzipieren



Alice Häuser (Jahrgang 1966) ist Geschäftsführerin der ah-tv film- und fernsehproduktion.



Ulrich Klugius (Jahrgang 1972) ist CvD für Sonderformate, Magazine u. Specials bei RTL.

Termine

- 18. und 19. März 2009 in Köln
- 28. und 29. September 2009 in Köln

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Digitalfotografie für Pressestellen

direkt online anmelden

Professionelle PR-Bilder bieten jedem Unternehmen die Möglichkeit einer positiven Außendarstellung. Digitale Fotos sind schnell gemacht, aber nicht jeder „Schnappschuss“ eignet sich für die Unternehmenskommunikation. Doch welche ästhetischen und technischen Anforderungen müssen Sie beachten? Wie bearbeiten Sie die Bilder und welche Archivierungsmöglichkeiten gibt es? Steigen Sie mit diesem media workshop in die Welt der Digitalfotografie ein.

Lernziele

Sie lernen die wichtigsten technischen Funktionen Ihrer Kamera kennen und werden gelungene Porträtaufnahmen und Gruppenfotos erstellen können. Durch Fotoexkursionen erlangen Sie Sicherheit im Umgang mit der Kamera und üben sich in der Suche und Aufnahme interessanter Motive. Sie machen sich mit der Bildbearbeitung in Adobe Photoshop vertraut und erhalten Tipps und Tricks für die strukturierte Bildablage.

Termine

- 30. und 31. März 2009 in Hamburg
- 22. und 23. Juni 2009 in Frankfurt
- 26. und 27. November 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- die eigene Digitalkamera richtig bedienen
- Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Fotografie nutzen
- unterschiedliche Kameratypen
- verschiedene Aufnahmetechniken
- Bilder systematisch archivieren
- Bilder mit Adobe Photoshop schnell und effektiv bearbeiten

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter von Pressestellen, die eigenes digitales Fotomaterial anfertigen, verarbeiten und archivieren
- Berufseinsteiger in Kommunikationsabteilungen, die mit einer Digitalkamera professionell umgehen möchten



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf beim Göttinger Tageblatt und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Berater.

Sie erhalten eine Übungs-CD mit der Software, zahlreichen Informationen und Zusatzmaterial.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 980 €

Bildbearbeitung für Pressestellen (mit Photoshop)

direkt online anmelden

Das einzige Foto mit einem brauchbaren Motiv ist leider zu dunkel geraten und so nicht für die Pressearbeit, das Intranet oder die Mitarbeiterzeitung verwendbar. Daraus ohne großen Aufwand ein echtes Highlight zu machen, ist mit den Techniken der modernen Bildbearbeitung leicht möglich. Sie machen die Fotos für Ihre Pressearbeit selbst oder sind für deren Aufbereitung verantwortlich? Wie Sie Ihre Pressebilder für Redakteure und andere wichtige Interessengruppen optimieren, zeigt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Funktionen und Werkzeuge von Adobe Photoshop und Photoshop Elements kennen. Sie erhalten einen Überblick über Bildgrößen, Druckauflösungen und Dateiformate. Sie erfahren, wie Sie Ihre Fotos richtig bearbeiten, optimieren und verwalten und üben das Erlernte anhand Ihrer mitgebrachten Fotos mit Unterstützung des Referenten.

Termine

- 1. April 2009 in Hamburg
- 24. Juni 2009 in Frankfurt

Themenschwerpunkte

- Grundfunktionen und Werkzeuge von Adobe Photoshop und Photoshop Elements
- richtige Auflösung und Dateiformate
- effektive Bildoptimierung mit der Tonwertkorrektur
- Bilder richtig schärfen
- Fotomontagen mit der Ebenentechnik
- Bildfehler beseitigen und Retuschen durchführen

Teilnehmergruppe

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



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus. Er war über 25 Jahre Redakteur und Pressefotograf beim Göttinger Tageblatt und arbeitet seit 2006 als selbstständiger Berater.

Sie erhalten eine Übungs-CD mit der Software, zahlreichen Informationen und Zusatzmaterial.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

zurück zur Übersicht

Die erfolgreiche Präsentation – Konzeption und Medieneinsatz

Eine professionelle Präsentation ist eines der wirksamsten Mittel, um Menschen von einer Idee zu überzeugen. Es geht darum, Konzepte, Strategien oder Produkte und Dienstleistungen ins rechte Licht zu rücken. Sie wollen die Möglichkeit nutzen, Vorgesetzte, Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner für Ihre Sache zu begeistern? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Präsentationen optimal vorbereiten, aufbereiten und einsetzen.

Lernziele

Sie lernen die wichtigsten Funktionen und Typen von Präsentationen kennen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Präsentation durch eine klare dramaturgische Gliederung, verständliche Sprache sowie Illustrationen und Animationen beleben. Sie bekommen Checklisten sowie Tipps zum Arbeiten mit unterschiedlichen Medien wie Flipchart, Overhead-Folie und Microsoft PowerPoint (Grundlagenkenntnisse des Programms werden vorausgesetzt).

Themenschwerpunkte

- Thema, Ziel und Zielgruppe der Präsentation klar definieren
- relevantes Material sammeln und auswählen
- klare Struktur und Dramaturgie
- Grundregeln der verständlichen Texterstellung und Visualisierung
- Einsatz von Multimedia-Effekten und Microsoft PowerPoint
- den Medieneinsatz planen



Manfred Schwarz (Jahrgang 1962) ist Autor und Herausgeber mehrerer Bücher und Coach im Bereich Unternehmenskommunikation.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die Präsentationen im Auftrag erstellen oder in Auftrag geben
- alle, die eigene Präsentationen optimieren wollen

Termine

- 1. April 2009 in Berlin
- 28. September 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

Überzeugend präsentieren – Intensivtraining

Eine gelungene Präsentation überzeugt durch dreierlei: ihre Strategie, die klare und verständliche Botschaft und die glaubwürdige Ausstrahlung des Redners. Sie möchten Ihre Präsentationen stringent aufbauen und Ihre Zuhörer überzeugen? Sie wollen wissen, wie Sie mit Lampenfieber, Medientechnik oder unangenehmen Zwischenfragen souverän umgehen? Dieser media workshop unterstützt Sie dabei, sich individuell weiter zu entwickeln, um professionell und sicher zu präsentieren.

Lernziele

Sie lernen, Präsentationen strategisch zu strukturieren und Inhalte überzeugend und verständlich zu transportieren. Sie erfahren durch Video-Feedback mehr über Ihre Stärken und Schwächen und verbessern Ihre Wirkung bei Präsentationen. Sie üben, Ihre Rhetorik und Körpersprache zu optimieren und Lampenfieber gegen ein souveränes Miteinander mit Ihrem Publikum auszutauschen.

Themenschwerpunkte

- inhaltliche und persönliche Präsentationsvorbereitung
- der strategische Präsentationsaufbau (u.a. 5-Satz-Technik)
- Kernbotschaften deutlich transportieren
- Rhetorik, Mimik, Gestik, Körpersprache
- Stimm- und Entspannungsmethoden
- Zuhörer fesseln und überzeugen
- Do's and Don'ts der Präsentation (mit/ohne Powerpoint)
- Umgang mit Zwischenfragen und Störungen
- anschließende Diskussion moderieren



Christiane Wettig (Jahrgang 1964) arbeitet seit mehr als zehn Jahren als freie Journalistin. Die zertifizierte Trainerin leitet seit 2002 Seminare zu PR, Interview, Präsentation und Rhetorik.

Bringen Sie Ihre eigene (Teil-)Präsentation von max. 10 Minuten mit.

Teilnehmergruppe

- alle, die souverän vor ihren Kunden, Kollegen und Vorgesetzten präsentieren möchten

Termine

- 16. und 17. März 2009 in Düsseldorf
- 3. und 4. September 2009 in Frankfurt
- 10. und 11. Dezember 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr 1.090 €

Präsentationstraining auf Englisch

direkt online anmelden

Kundengespräche und Präsentationen in englischer Sprache sind heute alltäglich. Souverän und mit Charisma auf Englisch zu überzeugen und mit kulturellen Unterschieden umzugehen, ist die Basis erfolgreicher Geschäftsbeziehungen. Präsentieren Sie regelmäßig vor Kunden aus dem Ausland? Nutzen Sie auf Messen den Kontakt zu internationalen Geschäftspartnern? Lernen Sie in diesem media workshop, erfolgreich auf Englisch zu kommunizieren.

Lernziele

Sie lernen, Ihre englische Präsentation strukturiert vorzubereiten, um prägnant zu formulieren und Ihr Gegenüber zu überzeugen. Sie trainieren, Ihr Publikum einzubeziehen und Ihr „Presentainment“ wirkungsvoll zu gestalten. Sie verstehen die Grundlagen der interkulturellen Kompetenz und wissen, wie Sie Missverständnisse vermeiden und mit schwierigen Fragen umgehen.

Termine

- 9. und 10. März 2009 in München
- 19. und 20. Oktober 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- Ihr Business-Englisch auffrischen
- auf englische Gespräche vorbereiten
- rhetorische Tipps für den Business-Smalltalk
- korrekte Aussprache
- grammatikalische Fehler vermeiden
- durch Körpersprache, Mimik und Gestik überzeugen
- Coaching mit Videofeedback anhand eigener, mitgebrachter Präsentationen
- interkulturelle Missverständnisse vermeiden

Teilnehmergruppe

- alle, die ihre Ausdrucks- und Präsentationsstärke in englischer Sprache verbessern wollen
- Mitarbeiter, die internationale Kontakte pflegen



Kerry Kennedy (Jahrgang 1957) ist freiberufliche Trainerin für internationale Firmen. Die englische Muttersprachlerin coacht Führungskräfte in Business-Englisch und interkultureller Kommunikation.

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr 1.090 €

Professionell moderieren

direkt online anmelden

Wenn Sie gebeten werden, eine Veranstaltung zu moderieren, müssen Sie mit Ihrem persönlichen Moderationsstil überzeugen. Auch die Vorbereitung der Redner und die dramaturgische Planung der Beiträge sind wichtig für das Gelingen. Sie möchten wissen, wie Sie bei Vorträgen, Präsentationen und Diskussionen eine positive Atmosphäre erzeugen? Sie wollen Spannungsbögen schaffen und Ihr Publikum einbeziehen? In diesem media workshop werden Ihnen die wesentlichen Erfolgsfaktoren vermittelt, die Sie auf Ihre Rolle als Moderator vorbereiten.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie als Moderator die Dramaturgie eines Ereignisses bis ins Detail planen und eine Veranstaltung strukturieren, eröffnen, leiten und schließen. Sie erfahren, welche dynamischen Moderationsformen es gibt und wie Sie diese richtig einsetzen. Am Ende des Seminars verfügen Sie über Handlungsalternativen und beherrschen die entscheidenden Stilelemente einer gelungenen Moderation.

Termine

- 26. und 27. Januar 2009 in München
- 15. und 16. Juni 2009 in Berlin
- 22. und 23. Oktober 2009 in Frankfurt

Themenschwerpunkte

- organisatorische und inhaltliche Vorbereitung einer Moderation
- eine Diskussion strukturieren
- rechtzeitiges Briefing der Podiumsteilnehmer
- dynamische Moderationsformen kennen und einsetzen
- An- und Abmoderation trainieren

Teilnehmergruppe

- Pressesprecher, Redakteure und Verantwortliche für die Unternehmenskommunikation
- alle, die Podiumsdiskussionen, Events, Empfänge oder Pressegespräche moderieren



Werner Lauff (Jahrgang 1957) gilt als „benedeter Redner“ (Handelsblatt) und ist ein erfahrener Moderator von Veranstaltungen und Diskussionen.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

zurück zur Übersicht

Führen ohne Vorgesetztenfunktion

[direkt online anmelden](#)

Es ist für jeden Projekt-, Gruppen- oder Teamleiter eine anspruchsvolle Aufgabe, ohne direkte Weisungsbefugnis zu führen. Die verschiedenen Mitglieder innerhalb eines Teams sollen optimal eingesetzt und ihre jeweiligen Fähigkeiten gefördert werden. Sie möchten Ihr Team effektiv zum Ziel führen und die Gratwanderung zwischen Führungsposition und Kollegenstatus souverän meistern? Dieser media workshop stellt Ihnen konkrete Lösungsansätze vor.

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. Wertvolle Tipps zu typischen Gesprächssituationen mit Teammitgliedern und Führungskräften stärken Sie in Ihrer Rolle.

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 -motivation

Teilnehmergruppe

- Teamleiter, die mit Mitarbeitern Ziele erreichen müssen, ohne direkt weisungsbefugt zu sein
- Projektleiter, die oft mit anderen Personen zusammen arbeiten



Hedwig Kellner (Jahrgang 1952) ist freie Unternehmensberaterin, Management-Trainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

Termine

- 9. und 10. Februar 2009 in Frankfurt
- 5. und 6. Oktober 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

Vom Kollegen zum Vorgesetzten

[direkt online anmelden](#)

Ein Aufstieg auf der Karriereleiter bedeutet Erfolg. Doch die Freude über die neue Führungsaufgabe wird oft überschattet von Teamkonflikten, hohen Erwartungen und mangelnder Erfahrung in der neuen Rolle. Sie wollen sich gut positionieren und Ihre gesetzten Meilensteine professionell erreichen? Sie möchten Ihre eigenen Ressourcen optimal nutzen und erfolgreich einsetzen? Dieser media workshop bereitet Sie auf Ihre neue Rolle vor.

Lernziele

Sie lernen, Ihre Kollegen besser einzuschätzen und individuell zu motivieren. Sie trainieren, wie Sie in Konfliktsituationen reagieren und Mitarbeitergespräche führen. Ihnen werden Instrumente gezeigt, mit denen Sie die neuen Herausforderungen meistern.

Themenschwerpunkte

- die eigene Haltung und Position als Führungskraft finden
- Führen durch Fragen und aktives Zuhören
- die sechs Rollen einer Führungskraft
- Umgang mit Krisen
- mehr Effizienz mit dem Pareto-Prinzip
- sich selbst und andere coachen

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte, die neu in ihrer Rolle sind und Sicherheit im Umgang mit Mitarbeitern gewinnen möchten
- Team- und Projektleiter



Iris Schwarz (Jahrgang 1961) ist Diplom-Sozialpädagogin u. Supervisorin.



Manfred Schwarz (Jahrgang 1962) ist Autor und coacht Führungskräfte.

Termine

- 23. und 24. März 2009 in Hamburg
- 24. und 25. September 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Führungskompetenz – Mitarbeiterpotenziale erkennen und nutzen

Führungskräfte sehen sich Teamkonflikten, Personalmangel, knappen Ressourcen und gleichzeitig hohen Anforderungen gegenüber gestellt. Diese Situationen erfordern Engagement und Fingerspitzengefühl. Sie möchten wissen, wie Sie sich als Führungskraft durchsetzen und Ihre Mitarbeiter motivieren? Wie behaupten Sie sich gegenüber rhetorisch versierten Gesprächspartnern und führen Kritikgespräche? Dieser media workshop stellt Ihnen konkrete Lösungsansätze vor.

Lernziele

Sie erfahren, welcher Führungstyp Sie sind und wie Sie Ihre Stärken gekonnt einsetzen. Sie lernen die fachlichen und psychologischen Grundlagen zu den typischen Gesprächssituationen kennen und entwickeln ein Leitbild für kreatives Teamwork. Sie verstehen, wie Sie mit Ihren Stärken und Schwächen umgehen und wie Sie Ihr Verhalten in typischen Führungssituationen steuern.

Themenschwerpunkte

- fünf Kompetenzbereiche der Führung
- vier Seiten der Führungspersönlichkeit
- Akzeptanz in der „Leader“-Rolle finden
- Teamstrukturen und Potenziale Ihrer Mitarbeiter erkennen
- Top-Leister motivieren
- Kritikgespräche führen
- professionell und motivierend delegieren
- die laterale Zusammenarbeit fördern



Hedwig Kellner (Jahrgang 1952) ist freie Unternehmensberaterin, Management-Trainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte mit Weisungsbefugnis, die Ihre Führungskompetenz erweitern möchten

Termine

- 11. und 12. Mai 2009 in Hamburg
- 12. und 13. November 2009 in Berlin

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

Konfliktmanagement für Führungskräfte

direkt online anmelden

In einem Team werden die Arbeitsergebnisse schlechter, Mitarbeiter gehen sich aus dem Weg, das Kundengespräch ist schwierig oder Entscheidungen werden verschleppt. Wenn ein Konflikt dahinter steckt, kann professionelles Konfliktmanagement zur Lösung beitragen. Wie erkennt man rechtzeitig die Signale eines beginnenden Konfliktes? Wie lassen sich durch gezielte Gesprächsführung die Kraft und Energie eines Konfliktes nutzen und die Stimmung positiv gestalten? Dieser media workshop unterstützt Sie dabei.

Lernziele

Sie lernen verschiedene Konfliktmodelle und -ursachen kennen. Nach einer Analyse des eigenen Konfliktverhaltens erarbeiten Sie individuelle Lösungsstrategien, um mit Kollegen und Mitarbeitern erfolgreich zu kommunizieren. Sie optimieren Ihr nonverbales Auftreten, indem Sie persönliche Schwächen vermeiden und Stärken bewusster einsetzen

Themenschwerpunkte

- typische Verhaltensmuster und Konflikttypen
- Hintergründe und Ursachen von Konflikten
- Gesprächsführung in Konfliktsituationen
- selbstbewusste Gesprächsführung in schwierigen Kundengesprächen
- Interessen und Standpunkte sozialkompetent durchsetzen
- Trennung von Sach- und Beziehungsebene als strategisches Instrument im Gespräch
- Win-Win-Lösungen finden



Ute Zander (Jahrgang 1962) ist Diplom-Psychologin und Wirtschaftsmediatorin. Als freie Beraterin und Trainerin hat sie sich auf schwierige Kommunikationssituationen spezialisiert.

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte, die die Zusammenarbeit im Team verbessern möchten
- Mitarbeiter mit Weisungsbefugnis

Termine

- 18. und 19. Mai 2009 in Hamburg
- 5. und 6. November 2009 in Frankfurt

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

Projektmanagement

[direkt online anmelden](#)

Zur Durchführung Ihres Projektes ist eine klare Zieldefinierung, differenzierte Projektplanung und effiziente Kontrolle notwendig. Dies sind die Grundsteine für ein erfolgreiches Projektmanagement. Sie haben als Projektleiter die Verantwortung übernommen, mit einem Team von unterschiedlichen Fachleuten termingerecht Projektziele zu erreichen? Sie wollen mit einem gelungenen Kick-off Ihr Team auf Erfolgskurs bringen? Dieser media workshop hilft Ihnen, diesen Kurs zu finden.

Lernziele

Sie lernen Projekte zu akquirieren, auf Zielkurs zu bringen, zu halten und sie erfolgreich abzuschließen. Sie erfahren, wie Sie Meilensteine erreichen, Kosten und Aufwand im Rahmen halten und wie die nötigen Ressourcen verfügbar bleiben. Sie beherrschen Methoden der Zielvereinbarung und der Kosten-Nutzen-Analyse von Planung, Review und Monitoring. Sie üben den Umgang mit Widerständen, Konfliktsituationen und lernen, Ihr Projektteam zu motivieren.

Themenschwerpunkte

- Grundlagen des Projektmanagements
- konkrete Zieldefinierung und Projektplanung
- Phasen im Projektablauf
- Erfolgsfaktoren eines Projektes
- Führungsaufgaben des Projektleiters
- Führung und Teamentwicklung

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter mit Projektverantwortung
- alle, die in Unternehmen verantwortlich sind, Projekte zum Ziel zu führen



Hedwig Kellner (Jahrgang 1952) ist freie Unternehmensberaterin, Management-Trainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

Termine

- 26. und 27. Februar 2009 in Hamburg
- 26. und 27. Oktober 2009 in München

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

Zeitmanagement

[direkt online anmelden](#)

Durch gezieltes Zeitmanagement fällt es Ihnen leichter, Ihre Ziele und damit mehr Zufriedenheit zu erreichen. Dazu brauchen Sie Strategien, Ihren Tag zu planen und mit Zeitfressern, Störungen und Unterbrechungen umzugehen. Welche Organisationsmittel passen zu Ihnen, um Sie bei den Aufgaben effizient zu unterstützen? Dieser media workshop hilft Ihnen dabei, Ihre Potenziale besser auszuschöpfen.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie Ihren Berufsalltag klar strukturieren und besser organisieren. Sie erkennen, wie Ihre Persönlichkeit Einfluss auf Ihre Arbeitsstruktur hat und wie Sie dieses Kapital nutzen.

Themenschwerpunkte

- Ebenen des Selbstmanagements: Werte, Ziele, Aktionen
- Ist-Analyse: Organisationsfehler, Störungen und Zeitfresser
- psychologische Faktoren
- Tipps und Lösungen zu Arbeitstechnik und Stressbewältigung
- Tagesplan, Leistungskurve und Prioritäten (ABC-Analyse und Pareto-Prinzip)
- persönliche optimale Kombination der Organisationsmittel finden
- Termin-, Kontakt- und Aufgabenorganisation am Beispiel von Microsoft Outlook sowie effiziente Nutzung und Ablage von E-Mails

Teilnehmergruppe

- alle, die ihren Berufsalltag effizienter und strukturierter gestalten möchten



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist seit 1989 Kommunikationstrainer und Coach im Bereich schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Termine

- 1. April 2009 in München
- 2. Oktober 2009 in Hamburg

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 690 €

[zurück zur Übersicht](#)

Überzeugungskraft und geeignete Argumente zum richtigen Zeitpunkt – das ist die Basis für erfolgreiche Gesprächssituationen. Dazu benötigt man das Handwerkzeug gelungener Gesprächsführung und Verhandlungskunst. Ihre Ideen sollen Kollegen und Vorgesetzte überzeugen? Sie wollen in harten Verhandlungen mit Kunden oder Lieferanten Ihre Interessen vertreten und gleichzeitig das gute Geschäftsklima erhalten? Dieser media workshop unterstützt Sie dabei.

Lernziele

Sie trainieren rhetorische Techniken und Methoden des Überzeugens und lernen, zielorientierte Gespräche vorzubereiten sowie geeignete Argumente zu erkennen. Sie erfahren, worauf es im professionellen Umgang mit Einwänden, Widerständen und Bedenken ankommt. Für Ihre beruflichen Alltagssituationen erarbeiten Sie Ideen, um Ihre rhetorische Fitness nach dem Seminar weiter zu trainieren.

Termine

- 20. und 21. April 2009 in Frankfurt
- 3. und 4. Dezember 2009 in Hamburg

Themenschwerpunkte

- drei Elemente des Überzeugens
- zielgerichtete Vorbereitung
- Verhandlungsstile erkennen und partnerorientiert darauf eingehen
- Wirkung der persönlichen Ausstrahlung
- Voraussetzungen für Verhandlungskompetenzen
- emotionale Einflüsse auf den Verhandlungserfolg
- Techniken des aktiven Zuhörens

Teilnehmergruppe

- alle, die mit Kollegen oder Kunden Verhandlungsgespräche führen oder ihre Ideen bzw. Projekte präsentieren
- Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb mit Kundenkontakt



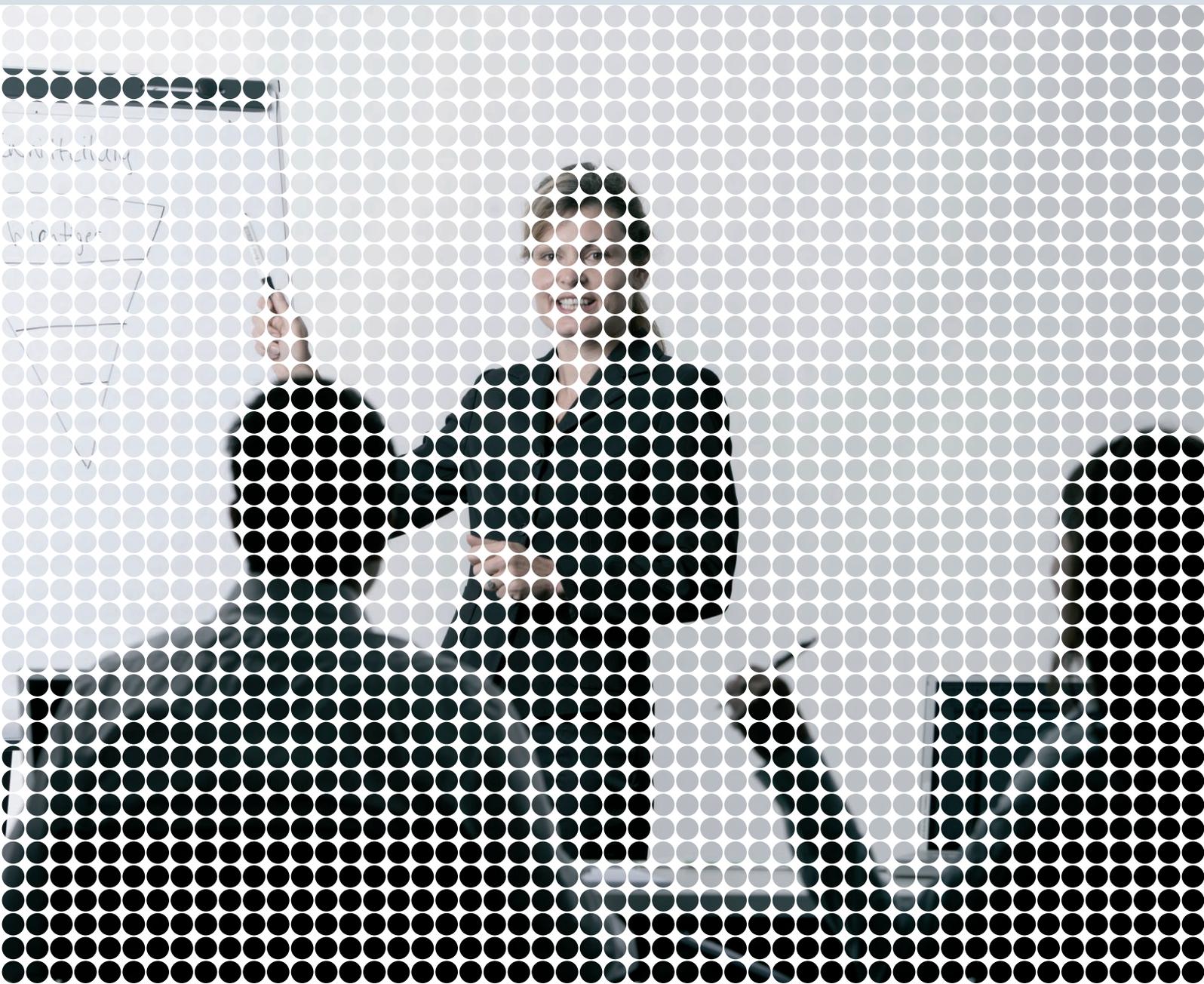
Hedwig Kellner (Jahrgang 1952) ist freie Unternehmensberaterin, Managementtrainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr 1.090 €

[zurück zur Übersicht](#)

MEDIA WORKSHOPS IN DER SCHWEIZ



Grundlagen der Medienarbeit

[direkt online anmelden](#)

Regeln, Gewohnheiten und Profi-Tricks: Wenn Sie das Handwerkszeug guter Medienarbeit beherrschen, können Sie gezielt und effizient zum Erfolg der Unternehmenskommunikation beitragen. Welche formalen Standards gelten für eine Medienmitteilung und welche Themen haben Nachrichtenwert? Wie bauen Sie einen Medienverteiler auf oder inszenieren eine Medienkonferenz? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die Grundlagen der Medienarbeit und vertieft Ihr Basiswissen.

Lernziele

Sie erkennen die formalen und inhaltlichen Standards von Medienmitteilungen und können mediengerechte Texte schreiben. Sie wissen, wie Sie Beziehungen zu Redaktionen aufbauen und kennen die Arbeitsweise von Journalisten. Sie können einen Medienverteiler aufbauen und pflegen. Sie wissen, wie Sie eine Medienkonferenz erfolgreich gestalten und durchführen.

Termine

- 18. und 19. Februar 2009 in Zürich
- 7. und 8. September 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Einblick in die Denk- und Arbeitsweise von Redaktoren
- Kriterien des Informations- und Nachrichtenwertes
- Inhalt und Form einer Medienmitteilung
- Bildunterschriften und Bildrechte
- Medienkonferenzen und weitere Instrumente erfolgreicher Medienarbeit
- Übungen zum journalistischen Schreiben
- Übungen zum Formulieren von Überschriften und Leads

Teilnehmergruppe

- Berufs- oder Quereinsteiger in der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- alle, die grundlegendes Wissen über die Medienarbeit benötigen



Joachim Barmwold (Jahrgang 1957) ist freiberuflicher Journalist mit Sitz in Neuwied am Rhein. Seine Berichte und Reportagen erscheinen in diversen europäischen Tageszeitungen und Fachblättern.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'750.–

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

Medienarbeit für Fortgeschrittene

[direkt online anmelden](#)

Ihre Medienarbeit ist eingespielt. Die Medien greifen Ihre Themen regelmässig auf. Sie beherrschen die grundlegenden Instrumente und haben einen guten Draht zu Journalisten. Sie geben sich damit nicht zufrieden und möchten frischen Wind in Ihre Medienarbeit bringen? Sie suchen nach Möglichkeiten, wie Sie die Erfolge Ihrer Arbeit noch besser dokumentieren können? Mit diesem media workshop schöpfen Sie die Potenziale Ihrer Arbeit noch besser aus.

Lernziele

Sie entwickeln neue Ideen für Botschaften, Themensetzung, Medientexte und PR-Massnahmen. Sie steigern die Effizienz Ihrer Medienarbeit und vergrössern deren Wirkung. Sie können Kampagnen strategisch planen und in einer Krise erfolgreich kommunizieren.

Termine

- 29. und 30. Juni 2009 in Zürich
- 30. Nov. und 1. Dez. 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Botschaften entwickeln, Themen setzen
- Medientexte und -massnahmen optimieren
- effektiv kommunizieren
- Budgets optimieren
- Kampagnen konzipieren
- Krisen-PR: Instrumente und Massnahmen
- Einzel-Coaching mit der Referentin

Teilnehmergruppe

- Mediensprecher, PR-Verantwortliche und PR-Fachkräfte mit mehrjähriger Erfahrung, die neue Ideen und Anregungen suchen



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin in Deutschland und der Schweiz für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

[zurück zur Übersicht](#)

Digitale Pressemappe

[direkt online anmelden](#)

Optimal aufbereitete Bilder und Texte sind die Basis für erfolgreiche Medienarbeit. Bilder in schlechter Auflösung oder Texte im falschen Format lehnen die Redaktoren ab. Sie wollen mit einer digitalen Pressemappe bei den Redaktionen punkten und Ihre Informationen mediengerecht anbieten? Wie Sie digitales Pressematerial aufbereiten, damit Redaktoren es einfach verwenden können, zeigt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Sie wissen, welche Bildauflösung und welches Textformat für Redaktionen sinnvoll sind und wie Sie eine digitale Pressemappe mit Adobe Acrobat entwickeln. Sie nutzen die Vorteile einer digitalen Pressemappe und kennen den optimalen Zeitpunkt für deren Einsatz. Sie kennen den tatsächlichen Zeit- und Kostenaufwand für die Erstellung einer digitalen Pressemappe.

Themenschwerpunkte

- kurzer Einblick in den Redaktionsalltag
- eine digitale Pressemappe aufbauen und erstellen
- mediengerechte Formate von Texten und Bildern
- Grundlagen der Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop
- Bilder für die Medienarbeit optimieren

Teilnehmergruppe

- alle, die eine Presse-CD erstellen oder in Auftrag geben wollen



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus und seit 2006 selbstständiger Berater.

Termine

- 25. Juni 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'090.-

(Gebühr in Euro: 690 €)

Storytelling

[direkt online anmelden](#)

„Und was ist die Story zu dem Thema?“ Das fragen nicht nur häufig Journalisten, sondern auch Kunden und Businesspartner. Mit guten Geschichten erwecken Sie Bilder im Kopf, die ihren Weg direkt in die Medien und ins Gedächtnis der Konsumenten und Geschäftskontakte finden. Doch wie finden Sie passende und interessante Geschichten für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation? Und wie können Sie auch aus „trockenen“ Themen gute Stories machen? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Storytelling als professionelles Instrument des Marketings und der PR nutzen können.

Lernziele

Sie finden passende und interessante Geschichten für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation. Sie können Ihre Geschichten spannend aufbauen, treffend gestalten und Ihren verschiedenen Zielgruppen überzeugend vermitteln. Sie lernen, wie Sie aus „trockenen“ Themen fesselnde Geschichten machen. Sie wissen, wie Sie mit Geschichten die Effektivität Ihrer Kommunikation steigern.

Themenschwerpunkte

- Einsatz und Nutzen von Storytelling in Marketing und PR
- professionelle Themenfindung und -konzeption
- Dramaturgie, Aufbau und Bausteine interessanter Geschichten
- narratives Prinzip als Voraussetzung für gutes Storytelling
- souveräner Umgang mit „trockenen“ Themen
- Kriterien des erfolgreichen Storytellings
- Praktische Übungen und Einzel-Coaching

Teilnehmergruppe

- Fachkräfte und Verantwortliche in PR und Marketing, Mediensprecher



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin in Deutschland und der Schweiz für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Termine

- 19. und 20. März 2009 in Zürich
- 29. und 30. Oktober 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'750.-

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

[zurück zur Übersicht](#)

Die Kunst des Interviews

direkt online anmelden

Das Interview ist das Kernstück jeder journalistischen Recherche. Egal, ob es um die Sammlung von Fakten, ein, zwei so genannte O-Töne oder ein ganzes Wortlaut-Interview geht, immer sind Journalisten im Gespräch mit Politikern, Sportlern oder Mediensprechern von Unternehmen. Sie müssen Interviews auf Medienkonferenzen oder am Telefon geben? Sie möchten Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation dabei positiv darstellen? Dieser media workshop bereitet Sie auf das perfekte Interview vor. Das Seminar führen Journalist Peter Linden und ein Reporter eines Schweizer Printmediums durch.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie sich auf Interviews vorbereiten, wie sie mögliche Fallen erkennen und Ihre Anliegen vermitteln können. Sie optimieren Ihre persönliche Präsenz in Interviewsituationen. Sie setzen Ihre Stimme, Körpersprache, Mimik und Gestik professionell und authentisch ein.

Termine

- 28. und 29. September 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Theorie des Interviews
- Studium von Praxisfällen aus diversen Printmedien
- Tipps zu Rhetorik und Körpersprache
- Vorbereitung auf die Übungen
- Interviews vor der Kamera
- Analyse mit Feedback

Teilnehmergruppe

- PR-Leiter und Mediensprecher, die sich für Interviews mit Journalisten auf Medienkonferenzen oder am Telefon wappnen möchten



Peter Linden (Jahrgang 1959) unterrichtet an Universitäten, Journalistenschulen wie dem MAZ sowie in zahlreichen Verlagen in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland zu Sprache, Sprachwirkung und journalistischen Darstellungsformen.

Am 2. Tag mit einem Chefredaktor oder Reporter als Co-Referenten

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr CHF 2'490.–

(Gebühr in Euro: 1.490 €)

Die gute Medienmitteilung

direkt online anmelden

Medienmitteilungen gehören zu den wichtigsten Werkzeugen der Medienarbeit. Keine Redaktion kommt ohne sie aus. Trotzdem landen neun von zehn Medienmitteilungen nicht im Blatt oder in der Sendung, sondern im Papierkorb. Denn die Informationen müssen den Redaktor schon im ersten Augenblick überzeugen. Welche Vorstellungen haben Journalisten über Inhalt, Aufbau und Timing einer Medienmitteilung? Wie gewinnt Ihre Meldung die Aufmerksamkeit des Redaktors? Dieser kompakte media workshop vermittelt Ihnen, wie Ihre Medieninformationen zur Nachricht werden.

Lernziele

Sie finden passende und interessante Geschichten für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation. Sie können Ihre Geschichten spannend aufbauen und passgenau gestalten, damit Sie Ihre Zielgruppe überzeugen. Sie lernen, wie Sie aus „trockenen“ Themen fesselnde Geschichten machen. Sie wissen, wie Sie Ihre Kommunikation effektiv steigern und die Wirkung vergrössern.

Termine

- 28. Oktober 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Erwartungen von Redaktoren an gute Medienmitteilungen
- Informationen anhand von Nachrichtenfaktoren bewerten
- Form, Inhalt und Dramaturgie einer effektiven Medienmitteilung
- Medienmitteilungen nachrichtlich gliedern und schreiben
- Kriterien für einen verständlichen und spannenden Schreibstil

Teilnehmergruppe

- PR-Fachkräfte, die neue Ideen und Anregungen suchen
- Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb, die sich mit PR-Arbeit befassen



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin in Deutschland und der Schweiz für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'090.–

(Gebühr in Euro: 690 €)

zurück zur Übersicht

Kreatives Texten

[direkt online anmelden](#)

Aufmerksamkeit erregen und originelle Wortkreationen formulieren: Wer Texte verfasst, möchte seine Leser damit auch unterhalten. Doch die Suche nach kreativen Aufhängern, spannenden Informationen oder interessanten Nachrichten fällt in der täglichen Arbeit oft schwer. Sie schreiben Medienmitteilungen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden? Sie entwickeln Porträts und Reportagen für eine Kunden- oder Mitarbeiterzeitschrift? Bringen Sie mehr Kreativität in Ihre Texte und lassen Sie sich durch diesen media workshop inspirieren. Sie können Ihre eigene Medienmitteilung oder Ihren Newsletter-Beitrag mit dem Referenten analysieren und erhalten wertvolle Tipps, die Sie sofort in Ihrer täglichen Arbeit anwenden können.

Lernziele

Sie optimieren Ihren Schreibstil und erzielen Wirkung durch geschliffene und aussagekräftige Texte. Sie wissen, wie Sie kreative Elemente in Ihre Texte einbauen. Sie verfassen persönliche und bildhafte Texte und binden Ihre Leser bis zum letzten Wort.

Termine

- 1. und 2. April 2009 in Zürich
- 9. und 10. September 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- kreative Methoden und Elemente beim Schreiben von Texten
- Grundlagen journalistischen Schreibens
- effektiv redigieren
- Unterschiede von Porträt, Meldung, Bericht, Reportage und Feature
- Übungen: Personenmeldung, Porträt und Reportage schreiben, Meldungen und Features analysieren

Teilnehmergruppe

- PR-Fachleute, die Medienmitteilungen, Porträts oder Reportagen kreativ aufwerten möchten
- Mitarbeiter aus PR-, Marketing- und Kommunikationsabteilungen oder Redaktoren, die für ihre Kunden- oder Mitarbeiterzeitschrift schreiben



Joachim Barmwoldt (Jahrgang 1957) ist freiberuflicher Journalist mit Sitz in Neuwied am Rhein. Seine Berichte und Reportagen erscheinen in diversen europäischen Tageszeitungen und Fachblättern.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

Professionelles schreiben

Effizientes Korrekturlesen

[direkt online anmelden](#)

Das Schreiben von Medienmitteilungen, Broschürentexten, Werbeanzeigen oder Kundenbriefen gehört zu Ihrem täglichen Geschäft. Sie müssen immer wieder eigene oder die Texte von Kollegen Korrektur lesen? Sie fühlen sich sicher, doch manchmal schleichen sich Fehler ein? Dieser vierstündige media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie Texte systematisch und pragmatisch prüfen.

Lernziele

Sie wissen, wie Sie Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehler, uneinheitliche Benennungen und Schreibweisen sowie unkorrekte Formalia mit System finden. In einem Übungsteil lernen Sie, wie Sie die vorgestellten Regeln und Verfahren an eigenen oder Beispiel-Texten anwenden.

Termine

- 19. Januar 2009 von 13.00 bis 17.00 Uhr in Zürich
- 22. Juni 2009 von 13.00 bis 17.00 Uhr in Zürich
- 9. November 2009 von 13.00 bis 17.00 Uhr in Zürich

Themenschwerpunkte

- die wichtigsten Instrumente des Korrekturlesens
- Zeichensetzungsregeln
- richtige Benennung und Schreibweisen
- standardisierte Formalia
- die neuen deutschen Rechtschreibregeln

Teilnehmergruppe

- alle, die Texte verfassen, lektorieren oder korrigieren
- Mitarbeiter in textverarbeitenden Berufen



Lisa Walgenbach (Jahrgang 1960) ist Sprachwissenschaftlerin und seit 1997 freie Trainerin für die neue deutsche Rechtschreibung.

Teilnehmerzahl
8–16 Personen

Gebühr CHF 490.–

(Gebühr in Euro: 290 €)

Professionelles schreiben

[zurück zur Übersicht](#)

Briefe und E-Mails professionell schreiben

[direkt online anmelden](#)

Floskeln, falsche und veraltete Formulierungen wie „bezugnehmend auf“, „zur Verfügung stehen“ oder „als Anlage“ lassen Ihre Korrespondenz uninteressant und verstaubt wirken. Sie möchten zeitgemässe Briefe und E-Mails ohne einflusslose Ausdrücke und Phrasen schreiben? Sie möchten die neuen Rechtschreibregeln auch bei Zweifelsfällen sicher anwenden? Dieser media workshop bringt Sie auf den neusten Stand der schriftlichen Kommunikation.

Lernziele

Sie wenden die neuen Rechtschreibregeln sicher an. Sie wissen, wie Sie in kurzer Zeit stilsicher Briefe und E-Mails schreiben.

Themenschwerpunkte

- die Regeln der Neuen deutschen Rechtschreibung mit Übungen
- acht Grundprinzipien eines zeitgemässen Schreibstils
- veraltete, falsche oder ungünstige Formulierungen ersetzen
- klar, zielgerichtet und präzise formulieren
- sinnvolle Strukturierung und optimale Argumentation

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter aller Branchen und Bereiche, die Texte verfassen, lekturieren oder korrigieren
- alle, die professionelle und stilistisch korrekte Kundenbriefe verfassen möchten



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist Kommunikationstrainer, Fachjournalist und Berater für Printmedien. Seine Schwerpunkte sind schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Termine

- 6. Mai 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'090.–

(Gebühr in Euro: 690 €)

Die professionelle Rede

[direkt online anmelden](#)

Die meisten aller gelungenen Reden sind Manuskript-Reden. Egal ob Festrede, Begrüssung, Sachvortrag, Ergebnispräsentation oder Debattenbeitrag: mit einem Manuskript klappt es immer. Sie möchten die Zuhörer mit Ihrer Rede begeistern und eine nachhaltige Wirkung erzielen? Sie möchten Ihr Manuskript gekonnt formulieren und die Vortragsweise optimieren? Dieser media workshop zeigt Ihnen, wie Sie eine wirkungsvolle Rede verfassen. Am Ende des Seminars nehmen Sie Ihre individuelle Rede mit nach Hause.

Lernziele

Sie kennen die wichtigsten Vorarbeiten einer Rede, indem Sie die Ziele, die Person des Redners sowie die Gefühle skizzieren, die Ihre Rede produzieren soll. Sie sind mit den Regeln für Gliederung, Dramaturgie, Sprache und Stil der Rede vertraut. Sie wenden den Dreiklang von Sprache, Technik und Didaktik an. Sie lernen, wie Sie Emotionen und Erkenntnisse „programmieren“ und Eindrücke vorplanen.

Themenschwerpunkte

- Auftrittsmangement: die Wirkung einer Rede optimieren
- Reden optimal konstruieren und gliedern
- Erzählelemente und Bildsprache in Reden einsetzen
- sprachliche Besonderheiten einer Rede richtig anwenden
- Übung: eine komplette Rede schreiben

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die für ihre Kunden oder Vorgesetzten Rede-Manuskripte entwerfen und schreiben
- Personen, die selbst Reden verfassen und halten



Werner Lauff (Jahrgang 1957) gilt als „benedeter Redner“ (Handelsblatt) und ist ein erfahrener Moderator von Veranstaltungen und Diskussionen.

Termine

- 23. und 24. März 2009 in Zürich
- 2. und 3. Dezember 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

[zurück zur Übersicht](#)

Schreib- und Redigierwerkstatt

[direkt online anmelden](#)

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? Aufschluss gibt Ihnen dieser media workshop.

Lernziele

Die neusten Erkenntnisse der Sprachwirkungsforschung sind Ihnen bekannt. Sie wissen, wie Wortwahl, Satzstrukturen und Aufbau des Textes den Inhalt beeinflussen. Sie schärfen Ihren Blick für gelungene Texte, die beim Leser ankommen.

Themenschwerpunkte

- neue Erkenntnisse der Sprachwirkungsforschung
- journalistische Sprache und Darstellungsformen
- leserorientiert schreiben
- effektiv redigieren
- Übung: eine Medienmitteilung schreiben und eigene Texte redigieren



Peter Linden (Jahrgang 1959) unterrichtet an Universitäten, Journalistenschulen wie dem MAZ sowie in zahlreichen Verlagen in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland zu Sprache, Sprachwirkung und journalistischen Darstellungsformen.

Teilnehmergruppe

- PR-Fachleute, die PR-Texte so verfassen möchten, dass sie Redaktoren positiv auffallen

Termine

- 10. und 11. Februar 2009 in Zürich
- 25. und 26. November 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

Professionelles schreiben

Erfolgreiche PR-Konzepte

[direkt online anmelden](#)

Wer sein Ziel nicht kennt, für den ist jeder Weg der richtige. Ein Konzept, in dem Ziele, Zielgruppen, Botschaften und Leitidee stringent von der Analyse abgeleitet werden, ist die Basis einer erfolgreichen Produkt- und Unternehmenskommunikation. Es folgt strategischen Prinzipien und sollte sowohl methodisch überzeugen als auch inhaltlich begeistern. Sie erstellen PR-Konzepte, haben aber das Gefühl, dass der letzte Schliff fehlt? Sie benötigen neue Ideen für die Strategie-Entwicklung, den strategischen Kräfteinsatz oder eine spannende Dramaturgie? Dieser media workshop gibt Antworten und vermittelt Ihnen, wie Sie ein professionelles PR-Konzept erstellen.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie einen verbindlichen Leitfadens für Konzepte erstellen. Sie stärken Ihre Fähigkeit, eigene Konzepte zu schreiben. Sie können eine wirkungsvolle Strategie für die Konzeption entwickeln. Sie können komplexe Sachverhalte darstellen und überwinden Barrieren beim Erstellen von Konzepten.

Themenschwerpunkte

- problemorientierte Analyse
- Vermittlung eines Leitfadens
- methodische und kreative Wege zur Strategie-Entwicklung
- spannungsgeladene Dramaturgie
- PR-Konzepte visuell aufbereiten
- Do's and Don't's in PR-Konzepten



Kathrin Behrens (Jahrgang 1967) leitet eine Kommunikationsberatung und besitzt langjährige Erfahrung als Seminarleiterin.

Teilnehmergruppe

- alle mit Basis-Erfahrungen in der Konzeption
- alle, die ihr Konzept-Know-how erweitern möchten
- Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen oder Agenturen mit erster Konzepterfahrung

Termine

- 22. und 23. April 2009 in Zürich
- 11. und 12. November 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

Konzeption und Strategie

[zurück zur Übersicht](#)

Campaigning – PR-Kampagnen wirkungsvoll inszenieren

Kampagnen greifen in Kommunikationssysteme, Politik und Marktgeschehen ein und erzielen ohne formelle Machtausübung mit geringem Einsatz eine grosse Wirkung. Kampagnen plant man für Dinge, die man nicht anordnen, kaufen, erbitten oder aushandeln kann. Wie setzen Sie aber eine Kampagne für die PR-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit um? Wie konzipieren Sie eine Kampagne, damit sie die Öffentlichkeit erreicht und durchdringt? Dieser zweitägige media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie die Botschaft für Ihre Themen finden und diese strategisch inszenieren.

Lernziele

Sie lernen, Ihre Themen auf eine Botschaften zu fokussieren. Sie können Ihre Inhalte an Grundwerten und Trends ausrichten und strategisch formulieren. Sie wissen, wie Sie Ihre Kampagne richtig positionieren und mit Aufschlag, Eskalationsstufen und definiertem Ende einsetzen. Durch das Seminar erwerben Sie neue Werkzeuge und erkennen neue Spielräume für Ihre Kampagnen.

Termine

- 13. und 14. Mai 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Prinzipien und Methoden klassischer Kampagnenarbeit
- Themen finden und Botschaften formulieren
- Gestaltungsstrategien für Zielgruppen-Kampagnen
- Erfolgskontrolle
- Planung einer Kampagne in Gruppenübungen
- Diskussion und Bearbeitung aktueller Projekte der Teilnehmer

Teilnehmergruppe

- Verantwortliche für PR, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit bei Verbänden, Unternehmen, Parteien und NGOs, die ihre Botschaften mit wirkungsvollen PR-Kampagnen kommunizieren wollen



Andreas Graf Bernstorff (Jahrgang 1945) ist langjähriger Kampagnenmanager. Er lehrt u.a. an der Universität St.Gallen und leitete von 1989 bis 2005 internationale Kampagnen bei Greenpeace.

Teilnehmerzahl

6–8 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

Internet-Newsletter

Newsletter gehören zu den effizientesten Werbeformen des Online-Marketings. Sie bieten die Möglichkeit, gezielt auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden einzugehen und sind ein wichtiges Instrument, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Sie möchten mit Ihrem eigenen Newsletter zusätzlichen Umsatz generieren und sich von Ihren Wettbewerbern abgrenzen? Dieser media workshop bietet Ihnen eine praxisorientierte Herangehensweise für die Gestaltung Ihres Internet-Newsletters.

Lernziele

Sie wissen, wie Sie nachrichtliche Teaser formulieren, die Ihre Leser binden und unterhalten. Sie können Ihren Newsletter mit Ihrer Website vernetzen und Dialogmöglichkeiten einsetzen. Sie kennen die wichtigsten Regeln für Erstellung und Versand Ihres Newsletters.

Termine

- 6. März 2009 in Zürich
- 28. August 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Erfolgsfaktoren im Newsletter-Publishing
- Gestaltung, Aufbau und Textform eines Newsletters
- juristische Grundlagen
- technische Grundlagen
- effektive Newsletter-Konzepte erstellen
- Website und Newsletter vernetzen

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter, die an der Konzeption oder Redaktion von Internet-Newsletters mitwirken
- Personen, die für Internet-Newsletter verantwortlich sind



Prof. Stefan Heijnk (Jahrgang 1968) lehrt Print- und Online-Journalismus an der FH Hannover und besitzt langjährige Erfahrung in der Online-Kommunikation.

Teilnehmerzahl

6–12 Personen

Gebühr CHF 1'290.–

(Gebühr in Euro: 800 €)

Texten für das Internet

direkt online anmelden

Das Leseverhalten im Internet unterscheidet sich erheblich vom Lesen gedruckter Texte. Web-Nutzer „scannen“ Texte nach interessanten Informationen. Sie müssen Printmaterial für das Web aufbereiten? Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Inhalte so formulieren, dass diese auch gelesen werden? Dieser media workshop vermittelt Ihnen die psychologischen Grundlagen und das nötige praktische Basiswissen.

Lernziele

Sie lernen die speziellen Anforderungen an Textaufbau und Inhalt im Internet kennen. Sie wissen, wie Sie gut lesbare Texte für das Internet aufbereiten und stilistische Elemente anwenden.

Themenschwerpunkte

- Web-Texte: Die Gesetze der Wahrnehmung von Internetseiten
- Wahrnehmungstypen und wie Sie ihnen gerecht werden
- Seiten modular strukturieren und sinnvoll gewichten
- Wichtiges von Unwichtigem trennen
- Stilistik für das Web
- Suchwerkzeuge: Wie Ihre Webseiten leichter gefunden werden



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist Kommunikationstrainer, Fachjournalist und Berater für Printmedien. Seine Schwerpunkte sind Schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Teilnehmergruppe

- Personen, die Texte für das Internet erstellen, aufbereiten und redigieren
- Mitarbeiter, die das Intranet ihres Unternehmens redaktionell betreuen

Termine

- 7. Mai 2009 in Zürich
- 21. Oktober 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'290.–

(Gebühr in Euro: 800 €)

direkt online anmelden

Erfolgreiche Online-PR – Grundlagen, Trends und Web 2.0

Das Internet ist inzwischen die erste Anlaufstation, um Informationen zu sammeln. Erfolgreiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit ist daher nicht mehr ohne eine professionelle Online-PR vorstellbar. Sie möchten Ihr Presse-material nutzerfreundlich im Internet gestalten und erfahren, welches Potenzial sich hinter Podcasts oder Blogs verbirgt? Ihre digitale Pressemappe oder Ihren E-Newsletter möchten Sie als wichtige PR-Instrumente optimal nutzen? Dieser media workshop vermittelt Ihnen, wie Sie eine erfolgreiche Online-PR auf- und ausbauen.

Lernziele

Sie können die wichtigsten Instrumente erfolgreicher Online-PR optimal einsetzen. Sie erkennen, wie Sie Ihre Botschaften und Inhalte für Ihre verschiedenen Zielgruppen sinnvoll online aufbereiten. Sie wissen, wie Sie Ihre Medienarbeit effektiv im Internet betreiben. Sie können in Krisensituationen das Internet als effektives PR-Instrument einsetzen.

Themenschwerpunkte

- kurze Einführung in die Instrumente und Methoden erfolgreicher Online-PR
- hilfreiche Kriterien für eine effektive Online-Strategie
- PR-Websites optimal aufbauen
- effektive Medienarbeit über das Internet
- Newsletter wirkungsvoll einsetzen
- das Internet als effektives PR-Instrument in der Krise nutzen
- die wichtigsten Trends der Online-PR
- Podcasts, Blogs, Wikis: Einsatz verschiedener Web 2.0-Elemente in der PR



Dr. Heike Hendrix (Jahrgang 1969) ist freiberufliche Journalistin, PR-Beraterin und in Deutschland und der Schweiz für Themen rund um die Unternehmenskommunikation.

Teilnehmergruppe

- PR-Fachleute, Mediensprecher und Mitarbeiter im Marketing, die sich mit Online-PR befassen

Termine

- 5. und 6. Februar 2009 in Zürich
- 21. und 22. September 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'750.–

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

zurück zur Übersicht

Das Prinzip „Wikipedia“ in der Unternehmenskommunikation

Wer heute eine Begriffserklärung sucht, greift nicht mehr zum Universallexikon. Online-Nachschlagewerke wie Wikipedia sind inzwischen die erste Anlaufstelle. Deren Erfolg basiert unter anderem auf den „Wikis“, mit denen sich Webseiten leicht erstellen und von mehreren Nutzern editieren lassen. Sie möchten die Vorteile von Wikis nutzen und dieses neue Kommunikationsinstrument einsetzen? Sie denken über den Einsatz von Wikis nach und benötigen Entscheidungshilfe? Dieser media workshop zeigt Ihnen, welche Chancen und Möglichkeiten sich Ihnen bieten.

Lernziele

Sie können Wikis aufbauen, pflegen und erstellen. Sie wissen, wie Sie Wikis in der internen und externen Kommunikation einsetzen. Sie erkennen die Chancen für Ihre Unternehmenskommunikation.

Themenschwerpunkte

- Einsatzgebiete von Wikis in der Unternehmenskommunikation
- Aufbau und Pflege eines Wikis
- Gestaltung mit Fotos
- Einsatz der Software MediaWiki
- Praktische Übung: ein Wiki mit der Software MediaWiki erstellen



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus und seit 2006 selbstständiger Berater.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen, die sich über den Einsatz von Wikis informieren möchten
- alle, die künftig ein Wiki erstellen und pflegen möchten

Termine

- 12. Mai 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'090.–

(Gebühr in Euro: 690 €)

direkt online anmelden

Digitalfotografie und Bildbearbeitung für Medienstellen

Mit professionellen PR-Bildern kann sich jedes Unternehmen positiv darstellen. Digitale Fotos sind leicht gemacht und lassen sich mit Adobe Photoshop schnell bearbeiten. Sie machen die Fotos für Ihre Medienarbeit, das Internet oder Ihre Unternehmensbroschüren? Sie möchten Ihre Fotos mit den Techniken moderner Bildbearbeitung professionell aufbereiten? Steigen Sie mit diesem media workshop in die Welt der Digitalfotografie und Bildbearbeitung ein. Sie erfahren, wie Sie Ihre Fotos für Redaktoren und andere wichtige Interessengruppen aufnehmen und optimieren.

Lernziele

Sie lernen die wichtigsten technischen Funktionen Ihrer Digitalkamera kennen. Sie können gelungene Porträtaufnahmen, Gruppenfotos und interessante Motive aufnehmen. Sie wissen, wie Sie Ihre Fotos mit Adobe Photoshop bearbeiten, optimieren und verwalten. Sie kennen sich mit Bildgrößen, Druckauflösungen und Dateiformaten aus.

Themenschwerpunkte

- Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Fotografie
- Bilder systematisch archivieren
- Übungen: verschiedene Aufnahmetechniken anwenden
- Grundfunktionen und Werkzeuge von Adobe Photoshop
- richtige Auflösung und Dateiformate
- Tonwertkorrektur: Bilder optimieren
- Übungen: Bilder mit Adobe Photoshop bearbeiten



Bernd Beuermann (Jahrgang 1957) ist erfahrener Seminarleiter für Fotografie und Journalismus und seit 2006 selbstständiger Berater.

Teilnehmergruppe

- Mitarbeiter in Marketing, PR und Kommunikationsabteilungen, die:
- mit einer Digitalkamera professionell umgehen möchten
 - digitales Fotomaterial anfertigen, verarbeiten und archivieren möchten

Termine

- 19. und 20. August 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'750.–

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

zurück zur Übersicht

Überzeugend präsentieren

direkt online anmelden

Es gibt begnadete Kommunikatoren, die das Präsentieren scheinbar mühelos und in jeder Situation beherrschen. Doch oft ist es eine Herausforderung, Themen spannend zu vermitteln oder mit Störungen umzugehen. Eine wichtige Präsentation steht an, und Sie möchten Ihren Auftritt bestmöglich vorbereiten? Sie möchten mehr Souveränität und Sicherheit vor Publikum gewinnen? In diesem media workshop optimieren Sie Ihren individuellen Präsentationsstil.

Lernziele

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

Themenschwerpunkte

- der strategische Präsentationsaufbau
- Kernbotschaften deutlich transportieren
- Rhetorik, Mimik, Gestik, Körpersprache
- Stimm- und Entspannungsmethoden
- Zuhörer fesseln und überzeugen
- Umgang mit Zwischenfragen und Störungen
- anschliessende Diskussionen moderieren
- Simulationen mit Video-Feedback

Teilnehmergruppe

- alle, die lernen bzw. üben möchten, sich und ihre Inhalte vor Publikum zu präsentieren
- Mitarbeiter, die Präsentationen als Werkzeug für ihre Tätigkeit einsetzen



Christiane Wettig (Jahrgang 1964) ist zertifizierte Trainerin und u.a. auf Präsentation und Rhetorik spezialisiert. Workshops und Coachings leitet sie seit 2002.

Termine

- 22. und 23. Januar 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr CHF 1'750.-

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

Präsentationstraining auf Englisch

direkt online anmelden

Kundengespräche und Präsentationen auf Englisch sind heute alltäglich. Souverän und charismatisch in englischer Sprache zu überzeugen und mit kulturellen Unterschieden umzugehen sind wichtige Faktoren für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen. Präsentieren Sie regelmässig auf Englisch im In- und Ausland? Nutzen Sie den Kontakt zu ausländischen Geschäftspartnern auf internationalen Messen? In diesem media workshop lernen Sie, wie Sie erfolgreich auf Englisch präsentieren.

Lernziele

Sie wissen, wie Sie Ihre englische Präsentation strukturiert vorbereiten und prägnant formulieren. Mit Videofeedback trainieren Sie, wie Sie Ihr Publikum einbeziehen und Ihr „Presentainment“ wirkungsvoll gestalten. Sie lernen, wie Sie Missverständnisse vermeiden und mit schwierigen Fragen umgehen.

Themenschwerpunkte

- Auffrischung Ihres Business-Englisch
- Vorbereitung auf englische Meetings und Präsentationen
- Tipps für den Business-Smalltalk
- korrekte Aussprache und Vermeidung grammatikalischer Fehler
- Körpersprache, Mimik und Gestik
- interkulturelle Missverständnisse vermeiden
- Coaching mit Videofeedback

Teilnehmergruppe

- alle, die ihre Ausdrucks- und Präsentationsstärke in englischer Sprache verbessern wollen
- Mitarbeiter, die internationale Kontakte pflegen
- Voraussetzung für die Teilnahme ist sicheres Englisch in Wort und Schrift



Kerry Kennedy (Jahrgang 1957) ist freiberufliche Trainerin für internationale Firmen und coacht als Muttersprachlerin Führungskräfte in Business-Englisch und interkultureller Kommunikation.

Termine

- 17. und 18. Juni 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr CHF 1'950.-

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

zurück zur Übersicht

Professionell moderieren

direkt online anmelden

Wenn Sie eine Veranstaltung moderieren, müssen Sie mit Ihrem persönlichen Moderationsstil überzeugen. Dabei spielen die Vorbereitung der Redner und die dramaturgische Planung der Beiträge eine entscheidende Rolle. Sie möchten mit Ihren Vorträgen, Präsentationen und Diskussionen eine positive Atmosphäre erzeugen? Sie möchten Spannungsbögen schaffen und Ihr Publikum einbeziehen? In diesem media workshop lernen Sie die wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie als Moderator die Dramaturgie eines Ereignisses bis ins Detail planen. Sie wissen, wie Sie eine Veranstaltung strukturieren, eröffnen, leiten und schliessen. Sie verfügen über Handlungsalternativen und beherrschen die entscheidenden Stilelemente einer gelungenen Moderation.

Termine

- 16. und 17. März 2009 in Zürich
- 26. und 27. August 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- eine Moderation organisatorisch und inhaltlich vorbereiten
- Diskussionen strukturieren
- Podiumsteilnehmer optimal briefen
- Veranstaltungen an- und abmoderieren
- praktische Übungen

Teilnehmergruppe

- Mediensprecher, Redaktoren oder Verantwortliche für die Unternehmenskommunikation, die Podiumsdiskussionen, Events, Empfänge oder Mediengespräche moderieren



Werner Lauff (Jahrgang 1957) gilt als „begnadeter Redner“ (Handelsblatt) und ist ein erfahrener Moderator von Veranstaltungen und Diskussionen.

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'950.–

(Gebühr in Euro: 1.220 €)

Führungsverständnis und Auftrittsmangement

direkt online anmelden

Die Kunst der Führung besteht darin, Menschen für gemeinsame Ziele zu begeistern. Authentische Führungspersönlichkeiten entwickeln ihren eigenen Stil, der aus ihrem beruflichen und persönlichen Hintergrund, ihren Stärken und ihren Visionen resultiert. Sie möchten Ihre Mitarbeitenden inspirieren und motivieren? Sie wollen in schwierigen Verhandlungen mit Kunden oder Kollegen Ihre Interessen vertreten und gleichzeitig ein gutes Geschäftsklima bewahren? In diesem media workshop arbeiten Sie an konkreten Beispielen aus Ihrem Alltag. Sie lernen, wie Sie glaubwürdig und kompetent auftreten.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie Ihre Mitarbeiter motivierend führen und sie für Aufgaben begeistern. Sie sind sich Ihrer Führungsqualitäten bewusst, erkennen Ihren Führungstyp und wissen, wie Sie Ihre Stärken gekonnt einsetzen. Sie wissen, was Ihnen zu einem optimalen Auftritt verhilft und wie Sie auf Ihre Umgebung wirken. Sie schreiten kraftvoll auf Ihre Ziele zu und leisten auch Widerstand, wenn es sein muss.

Termine

- 9. und 10. März 2009 in Zürich

Themenschwerpunkte

- Führungsverständnis
- Motivation als Fundament der Führung
- Führung zwischen Vision und Ergebnis
- Einfluss nehmen und Wirkung erzielen
- persönliche Ziele kommunizieren
- Video-Training: Auftrittskompetenz, Körperhaltung, Sprache und Stimme

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte, die ihre Führungs- und Auftrittskompetenz erweitern möchten



Romana Leuzinger (Jahrgang 1956) ist Organisationsberaterin und Coach.



Marina Villa (Jahrgang 1957) ist Medien- und Kommunikationstrainerin.

Teilnehmerzahl
6–8 Personen

Gebühr CHF 2'490.–

(Gebühr in Euro: 1.490 €)

zurück zur Übersicht

Projektmanagement

[direkt online anmelden](#)

Ohne Projektmanagement läuft heute nichts mehr. Ob im eigenen Unternehmen oder für Ihre Kunden – Neues wird durch Projekte auf den Weg gebracht. Eine klare Zieldefinierung, differenzierte Projektplanung und effiziente Kontrolle sind die Grundsteine für ein erfolgreiches Projektmanagement. Sie tragen als Projektleiter die Verantwortung, mit einem Team termingerecht Projektziele zu erreichen? Sie wollen mit einem gelungenen Kickoff Ihr Team zum Erfolg führen? Mit diesem media workshop finden Sie den richtigen Kurs.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie Projekte akquirieren, auf Zielkurs bringen und erfolgreich abschliessen. Sie wissen, wie Sie Meilensteine erreichen, Kosten und Aufwand im Rahmen halten und wie die nötigen Ressourcen dabei verfügbar bleiben. Sie beherrschen Methoden der Zielvereinbarung und der Kosten-Nutzen-Analyse von Planung, Review und Monitoring. Sie können mit Widerständen und Konfliktsituationen souverän umgehen.

Themenschwerpunkte

- Grundlagen des Projektmanagements
- konkrete Ziele definieren und Projekte planen
- Phasen im Projektablauf
- Erfolgsfaktoren eines Projektes
- Führungsaufgaben des Projektleiters
- Führung und Teamentwicklung

Teilnehmergruppe

- Führungskräfte, die Projekte verantworten
- alle, die dafür verantwortlich sind, Projekte zum Ziel zu führen



Hedwig Kellner (Jahrgang 1952) ist freie Unternehmensberaterin, Managementtrainerin und Sachbuchautorin mit den Themenschwerpunkten Projektmanagement, Führung, Rhetorik, Konflikt- und Krisenmanagement.

Termine

- 13. und 14. Oktober 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'750.-

(Gebühr in Euro: 1.090 €)

Zeitmanagement

[direkt online anmelden](#)

Mit gezieltem Zeitmanagement erreichen Sie Ihre Ziele leichter. Dazu brauchen Sie Strategien, um Ihren Tag zu planen und mit Zeitfressern, Störungen und Unterbrechungen umzugehen. Welche Organisationsmittel passen zu Ihnen, um Sie bei den Aufgaben effizient zu unterstützen? Mit diesem media workshop schöpfen Sie Ihre Potenziale besser aus.

Lernziele

Sie lernen, wie Sie Ihren Berufsalltag klar und effizient strukturieren. Sie erkennen, wie Ihre Persönlichkeit Einfluss auf Ihre Arbeitsstruktur hat und wie Sie dieses Kapital nutzen.

Themenschwerpunkte

- Ebenen des Selbstmanagements: Werte, Ziele, Aktionen
- Ist-Analyse, Organisationsfehler, Störungen und Zeitfresser
- individuelle Denkweisen und psychologische Faktoren
- Tagesplan, Leistungskurve und Prioritäten
- optimale Kombination der Organisationsmittel
- Termin-, Kontakt- und Aufgabenorganisation am Beispiel Microsoft Outlook

Teilnehmergruppe

- alle, die ihren Berufsalltag effizienter gestalten möchten



Uwe Freund (Jahrgang 1965) ist Kommunikationstrainer, Fachjournalist und Berater für Printmedien. Seine Schwerpunkte sind schriftliche Kommunikation, Zeitmanagement und Moderation.

Termine

- 22. Oktober 2009 in Zürich

Teilnehmerzahl
6–12 Personen

Gebühr CHF 1'090.-

(Gebühr in Euro: 690 €)

[zurück zur Übersicht](#)

Auswahl der media workshop-Termine 2009

Seite	Januar	Februar	März	April	Mai
Pressearbeit und Interviewtechnik					
Grundlagen der Medienarbeit	32		18.+19. in Zürich		
Pressearbeit für Einsteiger	6	29.+30. in Hamburg		30.+31. in Berlin	
Pressearbeit für Fortgeschrittene	6/32			2.+3. in Hamburg	
Journalisten-Knigge	7			18. in Düsseldorf	
Digitale Pressemappe	7/33		27. in Berlin		
Storytelling	8/33	22.+23. in Hamburg		19.+20. in Zürich	27.+28. in München
Medientraining	8				27.+28. in Hamburg
Die Kunst des Interviews	9/34				
Professionell Schreiben					
Die gute Pressemitteilung	10/34		6. in Hamburg		22. in Frankfurt
Kreatives Texten	10/35		2.+3. in Hamburg		1.+2. in Zürich
Neue deutsche Rechtschreibung	11	27. in Hamburg			
Effizientes Korrekturlesen	11/35	19. in Zürich			23. in Frankfurt
Erfolgreiche Briefe und E-Mails	12/36	28. in München			6. in Zürich
Die professionelle Rede	13/36		2.+3. in München	23.+24. in Zürich	7.+8. in Hamburg
Schreib- und Redigierwerkstatt	13/37		10.+11. in Zürich		18.+19. in München
Praxistag: Schreibwerkstatt	14				
Konzeption und Strategie					
Erfolgreiche PR-Konzepte	37			22.+23. in Zürich	
PR-Konzeption für Einsteiger	14			2.+3. in Berlin	
PR-Konzeption für Fortgeschrittene	15				7.+8. in Berlin
Strategisches Themensetting	15	19.+20. in Hamburg			
Campaigning	16/38			2.+3. in Hamburg	13.+14. in Zürich
Krisenkommunikation	16			30.+31. in München	
PR-Erfolgskontrolle	17			23. in Hamburg	
Finanzkommunikation	17				5.+6. in Hamburg
Online-Kommunikation					
Internet-Newsletter	18/38	15. in Hamburg		6. in Zürich	4. in Hamburg
Texten für das Internet	19/39			29. in München	7. in Zürich
Website-Texte	19			27. in Düsseldorf	
Website-Design	20	26. in Hamburg			
Online-PR – Grundlagen u. Trends	20/39	29.+30. in Berlin	5.+6. in Zürich		20.+21. in Hamburg
Online-PR – Einsatz von Web 2.0	21				22. in Hamburg
Das Prinzip „Wikipedia“	21/40		26. in Berlin		12. in Zürich
Einsatz von „Google“ für die PR	22			27. in Hamburg	
Strategien für Web 2.0	22				
Radio-, TV- und Bild-PR					
Podcasts in der Kommunikation	23		13. in Hamburg		
Pressearbeit mit Fernsehsendern	23			18.+19. in Köln	
Digitalfotografie u. Bildbearbeitung	40				
Digitalfotografie für Pressestellen	24			30.+31. in Hamburg	
Bildbearbeitung für Pressestellen	24				1. in Hamburg
Präsentieren und Moderieren					
Die erfolgreiche Präsentation	25				1. in Berlin
Überzeugend Präsentieren	25/41	22.+23. in Zürich		16.+17. in Düssel.	
Präsentationstraining auf Englisch	26/41			9.+10. in München	
Professionell moderieren	26/42	26.+27. in München		16.+17. in Zürich	
Führungs- und Managementkompetenz					
Führen ohne Vorgesetztenfunktion	27		9.+10. in Frankfurt		
Vom Kollegen zum Vorgesetzten	27			23.+24. in Hamburg	
Führungsverständ. u. Auftrittsmanag.	42			9.+10. in Zürich	
Führungskompetenz	28				11.+12. in Hamburg
Konfliktmanagement	28				18.+19. in Hamburg
Projektmanagement	29/43		26.+27. in Hamburg		
Zeitmanagement	29/43				1. in München
Rhetorisch sicher verhandeln	30				20.+21. in Frankfurt

Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
			7.+8. in Zürich			
18.+19. in Düsseldorf 29.+30. in Zürich 25. in Berlin 25. in Zürich				9. in Hamburg	2.+3. in Hamburg	3.+4. in Frankfurt 30.11.+1.12. Zürich
		27.+28. in Frankfurt		29.+30. in Zürich	25. in Hamburg 16.+17. in Düsseld. 9.+10. in Hamburg	
29.+30. in Berlin			28.+29. in Zürich			
17. in Berlin 15.+16. in Düsseld. 24. in Düsseldorf 22. in Zürich		31. in Hamburg	9.+10. in Zürich	28. in Zürich 15.+16. in Berlin 14. in Berlin 14. in Berlin	9. in Zürich	9. in München 7.+8. in Frankfurt
		28. in Hamburg	1. in Hamburg			
	1.+2. in Hamburg		10.+11. in Frankfurt	7.+8. in Frankfurt 9. in Frankfurt	5.+6. in Hamburg 25.+26. in Zürich	2.+3. in Zürich
	6.+7. in Hamburg		30.9.+1.10. Düsseld. 3.+4. in Hamburg 17.+18. in Berlin 14.+15. in Berlin 14.+15. in Hamburg		11.+12. in Zürich 30.11.+1.12. Berlin	14.+15. in Hamburg
22.+23. in Düsseld. 24.+25. in Hamburg 8.+9. in Frankfurt				29. in Düsseldorf	26.+27. in München 23.+24. in Hamburg 3.+4. in Frankfurt	1.+2. in Frankfurt
	3. in Köln	28. in Zürich				
12. in Hamburg			7. in Düsseldorf	21. in Zürich 23. in Hamburg	13. in Hamburg 12. in Hamburg	10. in München
		31.8.+1.9. Düsseld.	21.+22. in Zürich 2. in Düsseldorf 9. in Frankfurt 10. in Hamburg		9.+10. in München 11. in München	7. in München
8. in Hamburg						
19. in Hamburg					30. in Hamburg	
10. in Frankfurt			23. in Hamburg 28.+29. in Köln			
		19.+20. in Zürich				
22.+23. in Frankfurt 24. in Frankfurt					26.+27. in Hamburg	
			28. in Hamburg 3.+4. in Frankfurt			
17.+18. in Zürich 15.+16. in Berlin		26.+27. in Zürich		19.+20. in Hamburg 22.+23. in Frankfurt		10.+11. in Hamburg
			24.+25. in Hamburg	5.+6. in Hamburg		
					12.+13. in Berlin 5.+6. in Frankfurt	
				13.+14. in Zürich 22. in Zürich		
						3.+4. in Hamburg

Ihr media workshop-Team von news aktuell

Wünschen Sie eine persönliche Beratung oder haben Sie Fragen rund um das media workshop-Programm? Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Ihre Ansprechpartner in Hamburg



Jörn Gehrke
Produktmanager
media workshop
+49 (0)40 4113-32841



Stephanie Piehl
Projektmanagerin
media workshop
+49 (0)40 4113-32842



Nicole Happ
Projektmanagerin
media workshop
+49 (0)40 4113-32788



Nicole Hirt
Assistentin
media workshop
+49 (0)40 4113-32795



Eileen Haller
Assistentin
media workshop
+49 (0)40 4113-32755



Berit Siewert
Assistentin
media workshop
+49 (0)40 4113-32751

media-workshop@newsaktuell.de • Informationen und Anmeldung unter: www.media-workshop.de

Ihre Ansprechpartnerinnen in Zürich



Andrea Menken
Marketing Managerin
+41 (0)43 960 68 10



Christina Mertsch
Projekt Managerin Marketing
+41 (0)43 960 68 14



Sonja Gartmann
Marketing Assistant
+41 (0)43 960 68 13

media-workshop@newsaktuell.ch • Informationen und Anmeldung unter: www.media-workshop.ch

Konditionen für Mehrfachbuchungen

Wenn Sie sich für mehrere media workshops interessieren, profitieren Sie von unseren Konditionen für Mehrfachbuchungen. Sie können die Themen und Termine frei bestimmen. Die Konditionen gelten für alle Mitarbeiter Ihres Unternehmens für 12 Monate ab dem ersten Buchungstag.

Bei Buchung mehrerer media workshops bieten wir Ihnen folgende Preisreduktionen an:

- bei Buchung von mindestens **3** media workshops: Reduktion des Preises um **15%**
- bei Buchung von mindestens **5** media workshops: Reduktion des Preises um **20%**
- bei Buchung von mindestens **10** media workshops: Reduktion des Preises um **30%**

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Kontakt:

Deutschland

+49 (0)40 4113-32841

media-workshop@newsaktuell.de

Schweiz

+41 (0)43 960 68 14

media-workshop@newsaktuell.ch

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

media workshops der news aktuell GmbH, Hamburg und news aktuell (Schweiz) AG, Zürich (nachfolgend jeweils „Auftragnehmer“ genannt)

Geltungsbereich

Die folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln das Vertragsverhältnis zwischen dem Teilnehmer an media workshops und dem Auftragnehmer. Abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Teilnehmers haben keine Gültigkeit.

Anmeldung/Anmeldebestätigung

Die Anmeldung erfolgt schriftlich, per Brief, Fax, E-Mail oder über www.media-workshop.de bzw. www.media-workshop.ch. 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 Gebühren. Alle Gebühren verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der Teilnahmebetrag ist nach Erhalt der Rechnung sofort fällig.

In der Gebühr inbegriffen sind die Seminarunterlagen und die Verpflegung, wie Pausengetränke und Mittagessen während der Veranstaltung.

In der Gebühr nicht inbegriffen sind etwaige Reisekosten des Teilnehmers sowie Aufwendungen für Übernachtung und die Verpflegung außerhalb der Seminarzeiten.

Stornierung und Umbuchung media workshop

Die Stornierung erfolgt nur schriftlich. Sollte ein Teilnehmer verhindert sein, ist die Teilnahme einer Ersatzperson nach Absprache ohne Aufpreis möglich.

Bei Stornierung oder Umbuchung einer Teilnahme werden folgende Gebühren erhoben:

- bis 28 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: keine Gebühr
- bis 7 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: 50% der gesamten Gebühr
- weniger als 7 Kalendertage: volle Seminargebühr
- bei Nichterscheinen ist die volle Gebühr zu entrichten

Für Inhouse-Seminare gelten gesonderte AGB.

Durchführungsänderungen

Der Auftragnehmer behält sich vor, bei Eintreten besonderer, nicht vorhersehbarer und vom Auftragnehmer nicht zu vertretender Umstände wie z.B.

der Erkrankung oder dem sonstigen Ausfall eines Referenten den jeweiligen Workshop räumlich und/oder zeitlich zu verlegen, einen anderen Referenten ersatzweise einzusetzen oder die Veranstaltung abzusagen.

Bei Unterschreitung der Mindestteilnehmerzahl (diese beträgt jeweils 50 % der maximalen Teilnehmerzahl pro Workshop) behält sich der Auftragnehmer vor, die jeweilige Veranstaltung zeitlich zu verlegen bzw. abzusagen. In diesem Fall bemüht sich der Auftragnehmer, die Teilnehmer spätestens 14 Tage vor dem geplanten Veranstaltungsbeginn zu informieren.

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

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

Zertifikat

Die Teilnehmer eines media workshops erhalten im Anschluss 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 Workshops professionelle und in den jeweiligen Fachbereichen qualifizierte Referenten aus. Für die Korrektheit, Aktualität und Vollständigkeit der Seminarinhalte sowie der Seminarunterlagen sowie die Erreichung des jeweils vom Teilnehmer angestrebten Lernziels übernimmt der Auftragnehmer keine Haftung.

Es gilt deutsches Recht. Gerichtsstand ist Hamburg.

Stand: 01.10.2008

Unsere Referenten an Ihrer Seite

Sie planen ein internes Seminar oder Training für Ihr Unternehmen?

Mit einer Inhouse-Schulung von news aktuell bringen Sie mehrere Kollegen gleichzeitig auf einen Wissensstand, berücksichtigen spezielle Anforderungen Ihres Unternehmens und fördern den Teamgeist in der Gruppe.

Ihre Vorteile:

Wir entwickeln für Sie ein individuelles Seminarkonzept, das auf Ihre Bedürfnisse, Unternehmensziele und internen Prozesse zugeschnitten ist.

Die Teilnehmer profitieren von der Fachkompetenz unserer Referenten aus Wirtschaft und Lehre und können das Erlernte sofort in ihrer täglichen Arbeit umsetzen.

Wir sorgen mit unserer langjährigen Erfahrung für die professionelle Organisation und Durchführung Ihrer gewünschten Veranstaltung.

Diese Themen buchen unsere Kunden am häufigsten:

- Die gute Pressemitteilung
- Grundlagen der Pressearbeit
- Korrekturlesen und Rechtschreibung
- Kreatives Texten
- Online-PR und Web 2.0
- PR-Konzeption
- PR mit Bildern
- Schreibstil-Update
- Storytelling
- Themensetting
- Texten für das Internet
- Umgang mit Journalisten
- Digitalfotografie und Bildbearbeitung
- Führen ohne Vorgesetztenfunktion
- Führungskompetenz
- Konfliktmanagement
- Kreativitätstechniken
- Medientraining
- Präsentieren auf Englisch
- Präsentationstraining
- Projektmanagement
- Rhetorik
- Zeitmanagement



Bitte sprechen Sie uns an.
Wir beraten Sie gern!

Ihr Kontakt in Deutschland:

Tel. +49 (0)40 41 13-32788
media-workshop@newsaktuell.de

Ihr Kontakt in der Schweiz:

Tel. +41 (0)43 960 68 14
media-workshop@newsaktuell.ch

„Regelmäßige Weiterbildung ist für Kommunikatoren Pflicht! Qualifizierte, wirklich umsetzbare Anregungen und der Austausch mit Fachkollegen anderer Branchen – die media workshops bieten für beides eine sehr gute Plattform. Die Qualität der Referenten hat mich überzeugt.“

Barbara Jopp-Heins, Communications, Roche Diagnostics GmbH



„Themenvielfalt, langjährige Verankerung in der Kommunikationsbranche und fundierter Umgang mit Trends und Entwicklungen – unser Erfolgsrezept für die media workshops. Mit dem Programm 2009 unterstützen wir Sie gewohnt professionell bei Ihrer individuellen Fortbildung.“

Marcus Heumann, Leiter Verkauf und Produktmanagement, news aktuell GmbH



„Ich habe bisher zwei media workshops in Zürich besucht. Die Seminare waren lehrreich und fordernd und haben mir jeweils neue Anregungen für meine Arbeit gegeben. Zudem kam auch der Spassfaktor nicht zu kurz.“

Beatrice Henes, Informationsbeauftragte, Zürcher Verkehrsverbund e.V.



„Kompakt, professionell, am Puls der Zeit – das sind die Anforderungen unserer Kunden an unsere media workshops. Mit dem neuen Programm bieten wir Kommunikationsfachleuten genau das, was sie brauchen.“

Kai Gerwig, Geschäftsführer, news aktuell (Schweiz) AG



„Wir haben im Inhouse-Seminar sehr viele Anregungen und eine Menge Input vom Referenten bekommen und – kurz gesagt – viel Spaß gehabt. Danke an news aktuell für die kompetente Beratung und die professionelle Organisation.“

Annekathrin Gut, Referentin Public Relations, Handelskammer Bremen



„Ich bin gerne Dozent bei news aktuell, weil ich dort auf Menschen treffe, die zwei Dinge gemeinsam haben: Sie denken und schreiben journalistisch. Und sie geben zu, dass sie noch etwas lernen können. Das ermöglicht effektive Seminare in nahezu familiärer Atmosphäre. Für uns Referenten ein Traum.“

Werner Lauff, Referent, Unternehmensberater und Publizist



Informationen und Anmeldung unter: www.media-workshop.de
www.media-workshop.ch

na•news aktuell

Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

news aktuell GmbH

Mittelweg 144, 20148 Hamburg

Tel. + 49 (0)40 4113-32850

Fax + 49 (0)40 4113-32855

media-workshop@newsaktuell.de

na•news aktuell

Ein Unternehmen der SDA-Gruppe

news aktuell (Schweiz) AG

Sihlquai 253, 8005 Zürich

Tel. + 41 (0)43 960 68 68

Fax + 41 (0)43 960 68 69

media-workshop@newsaktuell.ch