

Media Relations – Ein Strategie- und Praxisworkshop

Termine

19.03. – 20.03.2012

15.10. – 16.10.2012

Die Zielsetzung

Twitter, Weblogs, Communities – das „Mitmach-Internet“ verändert die Kommunikationskultur in einer Weise, wie es zuvor nur die Erfindung des Buchdrucks getan hat. Die Online-Medien haben Zeitungen, Radio und Fernsehen als Informationsquellen von den ersten Plätzen verdrängt. Stattdessen beanspruchen die Internetnutzer, selbst mitzureden: Zwei Drittel tun dies bereits, indem sie eigene Weblogs unterhalten, sich in Social Communities wie Facebook oder Wer-kennt-wen austauschen oder ihre Fotos über flickr dem öffentlichen Interesse anbieten.

Vor allem in Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen ist die Unsicherheit im Umgang mit dem „Web 2.0“ aber noch groß. Vielfach wird die strategische Bedeutung des Kulturwandels in der Medienwelt verkannt. In diesem Workshop geht es um das Durchdenken von erfolgversprechenden strategischen Konzepten und ihre Umsetzung in den Dialog mit den neuen Medien.

Die herkömmlichen Massenmedien werden aber noch lange ihre Bedeutung behalten – wer darin mit seinen Informationen und Botschaften nicht vorkommt, wird nichts erreichen können. Deshalb ist ein klug überlegter Cross-Media-Mix der Königsweg. Das Seminar vermittelt Kenntnisse und Fertigkeiten, um mediale Kontakte zur Öffentlichkeit in der gesamten Bandbreite nutzen zu können.

Die Zielgruppe

Der zweitägige Workshop richtet sich an alle, die Optionen für den Umgang mit dem Web 2.0 besser kennenlernen wollen. Dabei geht es weniger um die technische Anwendung, sondern vor allem um den strategischen Nutzen der neuen Instrumente. Die „klassische“ Medienarbeit kommt dabei nicht zu kurz: Die professionelle Zusammenarbeit mit den Redaktionen von Presse, Rundfunk und Fernsehen bleibt wichtig. Mitarbeiter/-innen in Pressestellen und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden und Institutionen sind ebenso willkommen wie Einzelberater oder Agenturangestellte.

Die Methode

Vortrag, kurze Übungsrunden, Fallbeispiele, Diskussion und Erfahrungsaustausch wechseln sich ab. Die Teilnehmer bekommen ausführliche Seminarpapiere, Checklisten und Literaturangaben, die alle Inhalte noch einmal schriftlich dokumentieren und eine vertiefende Nacharbeit möglich machen.

Bitte beachten Sie:

Für diesen Workshop benötigen Sie ein W-LAN-fähiges Notebook. Programmänderungen behalten wir uns vor.

Der Trainer

Michael Bechtel (*1949) war bis zum Umzug der Bundesregierung viele Jahre Mitglied der Bundespressekonferenz in Bonn, von wo aus er für Regionalzeitungen berichtete. Seitdem hat sich der Alltag des Freien Journalisten auf Themenfelder wie Wirtschaft und Europa verlagert. Zahlreiche Unternehmen, Verbände und Institutionen haben ihn als Autor ihrer Publikationen schätzen gelernt. Bechtel gilt auch als Spezialist für die Aufbereitung komplexer Themen für eine jugendliche Leserschaft. Mit zahlreichen Beiträgen in den Branchenmedien und in der Fachliteratur hat er sich auch einen Namen als Ideenlieferant für die Presse und als medienkritischer Beobachter gemacht. Als erfahrener Trainer engagiert er sich seit langem in der Aus- und Weiterbildung von Journalisten und PR-Verantwortlichen. Ursprünglich hatte der in Trier geborene Bechtel, Germanistik und Politische Wissenschaften studiert. Er lebt und arbeitet in Bad Honnef am Rhein

Aus dem Programm

Die neue Informationskultur

Wie rasant sich unsere Gesellschaft von einer Informations- zu einer Dialoggemeinschaft wandelt

Die neuen Möglichkeiten

Weblogs, Wikis & Co. und ihre Macher

Knotenpunkte im Netz

Bookmarks, Tags, RSS – damit die eigenen Nachrichten auch Leser finden

Multimedia ist Trumpf

Gesprochene Worte ergänzen den Text, bewegte Bilder schaffen Vertrauen

Instrumente für den Informationstransfer

Von der Pressemitteilung zur Multimedia-Release

Erst zuhören, dann antworten

Regeln und Umgangsformen im interaktiven Web

Die Presse bleibt modern

Tipps für den Dialog mit den Redaktionen

Cross Media zum Erfolg

Medienmix – das Neue tun, das Bewährte auch: die Mischung macht's

Erfolgskontrolle ist unerlässlich

Schlafende Hunde erkennen, bevor sie aufwachen

Ablauf

Erster Tag: 10:00 Uhr bis ca. 18:00 Uhr

Zweiter Tag: 09:00 Uhr bis ca. 18:00 Uhr

Mittagspause gegen 13:00 Uhr, 15-Minutenpausen am Vor- und Nachmittag.

Media Relations – Ein Strategie- und Praxisworkshop

Konditionen

Teilnahmegebühr

€ 1.235,- zzgl. MwSt. für zwei Workshoptage. Im Preis enthalten sind alle Arbeitspapiere, die Seminar Getränke, das Pausencatering und das Mittagessen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, jeder Teilnehmer erhält am Ende der Veranstaltung ein Zertifikat.

Veranstaltungsort und Unterbringung

Das Seminar findet im NH-Hotel Heidelberg statt. Ein begrenztes Kontingent an Zimmern ist dort zum Preis von € 132,- pro Ü/F bis vier Wochen vor Veranstaltungstermin unter dem Stichwort „oeffentlichkeitsarbeit.de“ abrufbar, bitte nehmen Sie Ihre Reservierung selbst vor. Sollte das Hotel ausgebucht sein oder Sie eine andere Unterkunft bevorzugen, finden Sie eine Liste mit weiteren Unterkünften in der Nähe des Seminarhotels unter:
www.oeffentlichkeitsarbeit.de/unterkunft/

Zahlungsweise

Sämtliche Beträge sind nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens vierzehn Arbeitstage vor Seminarbeginn.
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Heidelberg.

Stornogebühren

Bei Rücknahme der Buchung (unbedingt schriftlich) berechnen wir bis 30 Tage vor Seminarbeginn keine Stornogebühren, bis 14 Tage vor Seminarbeginn 50 Prozent der Seminargebühren. Bei späteren Absagen berechnen wir die vollen Seminargebühren. Selbstverständlich können Sie eine andere Person als Ersatzteilnehmer benennen.

Weitere Angebote

Bewegbild-PR – Fernsehen im Internet (2-tägig)

Entwicklung von PR-Konzeptionen (3-tägig)

Feature und Reportage (3-tägig)

Folder und Broschüren (3-tägig)

Fünf Minuten können lang sein –

Vom richtigen Briefing zum fertigen Film (3-tägig)

Gesundheitsmarketing = Marke + Markt + Mensch (2-tägig)

Internationale PR (1-tägig)

Interne Kommunikation (2-tägig)

Journalistisches Schreiben (4-tägig)

Medienresonanzanalyse DO-IT-YOURSELF (1-tägig)

PR-Evaluation DO-IT-YOURSELF (1-tägig)

PR medien – Corporate Publishing (14 Module / 16 Tage)

PR-Projektmanagement (1-tägig)

Präsentationstraining (2-tägig)

Redenschreiben (3-tägig)

Social Media in der PR (1-tägig)

Veränderungskommunikation (1-tägig)

Media Relations – Ein Strategie- und Praxisworkshop

Anmeldung per Fax: 06221 – 90 586 22

Bitte senden Sie mir Informationen zu Ihren weiteren Angeboten

Ich nehme teil am: 19.03. – 20.03.2012 15.10. – 16.10.2012

| | | |
|-----------------|----------------------|--------|
| Vorname | Nachname | |
| Unternehmen | Abteilung / Funktion | |
| Straße/Postfach | PLZ/Ort | |
| Telefon | Fax | e-mail |
| Datum | Unterschrift | |