

Media Relations – Ein Strategie- und Praxisworkshop

Termin

15.11. – 16.11.2010

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.

Der Trainer: Norbert Schulz-Bruhdoel

Norbert Schulz-Bruhdoel (*1952) hat als Autor der FAZ-Bücher „Die PR- und Pressefibel“ und „Medienarbeit 2.0“ seinen Ruf als Experte für Medienarbeit gefestigt. Er arbeitet bereits seit 1990 für oeffentlichkeitsarbeit.de. Der Freie Journalist ist als Referent und Trainer im ganzen deutschsprachigen Raum tätig und auch als Redenschreiber aktiv. Seine Agentur „Punktum PR + Dialog“ hat ihren Sitz in Remagen 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

Bitte beachten Sie:

Für diesen Workshop benötigen Sie ein W-LAN-fähiges Notebook.

Programmänderungen behalten wir uns vor.

Media Relations – Ein Strategie- und Praxisworkshop

Ablauf

Erster Tag: 10:30 Uhr bis ca. 19:00 Uhr
Zweiter Tag: 09:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr
Mittagspause gegen 13:00 Uhr, 15-Minutenpausen am Vor- und Nachmittag.

Bitte beachten Sie:

Programmänderungen behalten wir uns vor.
Wir behalten uns vor, ein angezeigtes Seminar zu verschieben oder aus zwingenden Gründen ausfallen zu lassen.

Konditionen

Teilnahmegebühr

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

Zahlungsweise

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

Veranstaltungsort und Unterbringung

Das Seminar findet im "NH Hotel Heidelberg" statt. Ein begrenztes Kontingent an Zimmern ist dort zum Preis von € 129,- pro Übernachtung incl. Frühstück 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/

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.

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: 15.11. – 16.11.2010

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