



*Wenn ein
Jahr zu Ende
geht...*

...dann lasse ich die Zeit Revue passieren – wie schnell ist das Jahr doch vorbeigerast! 2002 steht schon vor der Tür und damit bereits unser zweites Jahr der media workshops.

Besonders dieses Jahr schauen wir bei news aktuell fasziniert zurück – und freuen uns enorm: dass wir tatsächlich 45 workshops durchführen konnten. Dass Ihnen unsere workshops gefallen haben und Sie uns auch mal einen Fehler verzeihen. Ja – und auch unsere workshops Kollegen weiterempfohlen. Und dafür sind wir Ihnen sehr dankbar.

Wir wünschen Ihnen einen guten Start ins neue Jahr und damit Sie besser planen können, haben wir gleich zwei Änderungen: Das Programm erscheint jetzt halbjährig und wir haben das Layout so verändert, dass Lesen und Planen noch mehr Spaß machen...

Nicole Raabe
media workshop Manager

Inhaltsverzeichnis

1. Halbjahr 2002

Effiziente Presse- und Medienarbeit – Daran erkennt man Profis	5
Krisen-PR – Den Ernstfall meistern	6
Personality-PR – Wie bringe ich meinen Chef in die Medien?	7
Urheberrecht in der Öffentlichkeitsarbeit – Meine Rechte und Pflichten	8
Konzeptionstraining – Erfolgreiche Kommunikation mit dem Ziel vor Augen	9
PR-Erfolgskontrolle – Vom Wunsch zur Wirklichkeit	10
Medientraining – Gewinnen durch Authentizität	11
Führungskompetenz – Überzeugen, motivieren, leiten	12
Adobe Photoshop – Bilder in Bestform	13
Vorsicht Kamera – Digitale Fotografie leicht gemacht	14
Die Pressekonferenz – Eine Visitenkarte des Unternehmens	15
Ins rechte Licht gesetzt – PR-Arbeit mit Bildern	16

Kontakt:

Benötigen Sie noch weitere Informationen zu unseren media workshops oder möchten Sie sich anmelden? Dann helfen wir Ihnen gern weiter.

Ihre Ansprechpartner im media workshop-Team von news aktuell:

Nicole Raabe

Telefon (040) 4113-2841

Claudia Thermann

Telefon (040) 4113-2842

Silke Fulfs

Telefon (040) 4113-2795

Oliver Klug

Telefon (040) 4113-2780

Caroline Lenz

Telefon (040) 4113-2795

Carina Waldhoff

Telefon (040) 4113-2780



Online-PR –

Internet-Beziehungen aktiv gestalten 17

PR-Arbeit in der Tourismus-Branche –

Das Geschäft mit der schönsten Zeit des Jahres 18

Die digitale Pressemappe –

Kleine Scheibe mit großer Wirkung 19

Texten fürs Web –

Teasing, Hyperlinking & Website-Usability 20

Pressearbeit für Fortgeschrittene –

Optimieren Sie Ihre Strategie 21

Innerbetriebliche Kommunikation –

Dialog als Führungsaufgabe 22

Weitere Informationen

Unsere Referenten im ersten Halbjahr 2002 23

Allgemeine workshop-Bedingungen 30

Terminplaner Januar bis Juni 2002 31

ina | news aktuell
Ein Unternehmen
der dpo-Firmengruppe

Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Telefax: (040) 4113-2876
mediaworkshop@newsaktuell.de

Effiziente Presse- und Medienarbeit – Daran erkennt man Profis

Pressemitteilungen gehören für Journalisten zu den wichtigsten Informationsquellen. Doch längst nicht alles, was auf ihre Schreibtische gelangt, findet sich später im Blatt oder in der Sendung wieder.

Wie jedoch schaffen Sie Nachrichten, um damit selbst zur Nachricht zu werden? Wo liegen neue Potentiale, wo lauern Gefahren in der Presse- und Medienarbeit?

Gerd Kalkbrenner gibt Ihnen, neben wertvollen Ratschlägen für Redaktionskontakte und den Aufbau eines Verteilerplans, konkrete Anweisung für die Gestaltung einer Pressekonferenz. An Fallbeispielen wird die Realität geübt. Sie lernen, Themen zu gewichten, Texte klar zu formulieren und Ihre Pressemitteilung in die richtige Form zu bringen. So lernt jeder Teilnehmer, wie er sein Thema gegenüber der Presse effizient kommunizieren kann.

Für die praktischen Übungen stehen Ihnen Laptops zur Verfügung. Selbstverständlich haben Sie Gelegenheit, eigene Texte zu diskutieren und zu verbessern.

Was nehmen Sie aus dem workshop mit?
Einen Überblick über Instrumente, professionelle Wege und Möglichkeiten der Presse- und Medienarbeit – von den Standards bis zu den aktuellen Trends. Der workshop sensibilisiert Sie für den Umgang mit Botschaften, die Wirkung von Sprache und schult in der Kommunikation mit den Journalisten.

21. und 22. Januar 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referent: Dr. Gerd Kalkbrenner

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0434-56

Weiterer Termin am 22. und 23. April 2002 in München

workshop-Nr.: 0807-57

Krisen-PR – Den Ernstfall meistern



Kritische Situationen können die jahrelange Arbeit eines Unternehmens für Glaubwürdigkeit und Informationstransparenz zunichte machen. Die richtige Kommunikation ist dann der Schlüssel zum Erfolg, um Krisen erfolgreich nach außen und nach innen zu meistern.

Dieser workshop versteht sich als eine Vorbereitung auf den Ernstfall. Er bietet Ihnen die Möglichkeit, sich bereits im Vorfeld mit diesem Thema auseinander zu setzen. Renate Giesler zeigt Ihnen, wie Sie schon frühzeitig die Symptome einer Krise erkennen und wo in Ihrem Unternehmen mögliche Krisenpotenziale liegen könnten.

Eine gute Vorbereitung zahlt sich immer aus, besonders jedoch in kritischen Situationen. Ein umfangreiches Krisenhandbuch mit wichtigen Medienkontakten, Informations- und Verhaltensrichtlinien gehört genauso dazu, wie die Benennung der Verantwortlichen des Krisenstabes und die Aufstellung eines Krisenplans.

Neben den Grundsätzen des Krisen-Managements zeigt Ihnen die Referentin, welche Verläufe Krisen nehmen können und welche Kommunikationsstrategie im Ernstfall sinnvoll ist. An Beispielen erlernen Sie die richtige Argumentation, den Aufbau von Statements und werden durch Rollenspiele in die reale „Krisen-Lage“ versetzt. Ein gemeinsam erstellter Katalog erleichtert Ihnen, auf kritische Fragen der Journalisten souverän und natürlich zu antworten.

Zielgruppe:

Mitarbeiter aus Unternehmen, Verbänden und PR-Agenturen, die sich zum ersten Mal mit diesem Thema auseinander setzen möchten oder bereits über Grundlagenwissen verfügen.

25. Januar 2002 von 9.00 bis 18.00 Uhr in Frankfurt am Main

Referentin: Renate Giesler

Teilnahmegebühr: 590,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0608-58

Personality-PR –

Wie bringe ich meinen Chef in die Medien?

Unternehmenskommunikation ist zunehmend eine Frage der Menschen hinter den Unternehmen. Doch wie macht man den Vorstandsvorsitzenden zum Testimonial seines Konzerns? Muss er sich wirklich wie Onkel Dittmayer selbst vor die Kamera stellen und seine Produkte anpreisen?

Moderne Personality-PR ist eine Gratwanderung zwischen Menschlichkeit und Peinlichkeit. Für eine seriöse und wirkungsvolle Medienpräsenz bedarf es einer gezielten Strategie: Claudia Cornelsen erläutert ihre „Dolchstoßmethode“ und gibt Ihnen Ideen, Anregungen und Insider-Tipps mit auf den Weg. Neben Taktiken zur visuellen und auditiven Inszenierung der Persönlichkeit zeigt Ihnen die Referentin, welche Instrumente Ihnen zur glaubwürdigen Profilbildung zur Verfügung stehen. Das Prinzip: Signale der Kompetenz und Sympathie werden herausgebildet und medial umgesetzt.

Wie Sie Ihren Chef ins rechte Licht setzen und welche Wege Ihnen dafür auch abseits der klassischen PR zur Verfügung stehen, lernen Sie in diesem workshop. Er bietet Ihnen die Möglichkeit, Erfahrungen mit den anderen Teilnehmern auszutauschen und gemeinsam neue Wege der personenbezogenen Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln.

Zielgruppe:

Führende Mitarbeiter von PR-Abteilungen, Pressesprecher und Verantwortliche in Kommunikations-Stabsstellen.

Claudia Cornelsen
als Buchautorin:

„Das 1x1 der PR – Öffentlichkeitsarbeit leicht gemacht“, Haufe Verlag, 1997

„Lila Kühe leben länger – PR-Gags, die Geschichte machten“, Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, 2001

7. und 8. Februar 2002 in Berlin

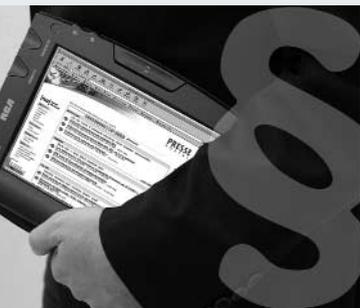
Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referentin: Claudia Cornelsen

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0305-59

Urheberrecht in der Öffentlichkeitsarbeit – Meine Rechte und Pflichten



Die neuen Medien und ihre Möglichkeiten werfen bei den Verantwortlichen der Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens immer neue Fragen im Bereich des Urheberrechts auf.

Die Besonderheiten der Haftung für Urheberrechtsverletzungen im Internet bilden deshalb den Schwerpunkt dieses workshops. Was müssen Sie z.B. beachten, wenn Sie Pressematerial über Ihr Unternehmen auf Ihre Website stellen wollen? Dürfen Sie Fotos oder Texte, die Sie zu PR-Zwecken herstellen lassen, ohne weiteres auch im Internet verbreiten? Sind Sie im urheberrechtlichen Sinne verantwortlich für fremde Inhalte, die Sie über Links auf Ihrer Website zugänglich machen?

Im workshop erhalten Sie neben einem kurzen Abriss über die rechtlichen Grundlagen konkrete Tipps für Nutzungsvereinbarungen mit den Urhebern. Rechtsanwältin Ilse Rohr informiert über die Vermeidung von Haftungsrisiken, die sich aus der missbräuchlichen Verwendung Ihres Pressematerials ergeben können. Dabei geht es jedoch nicht nur um Texte, sondern auch um die urheberrechtlichen Grenzen bei der Verwendung von Fotos und Grafiken durch Dritte.

Die Referentin gibt Ihnen anhand typischer Fallbeispiele die Gelegenheit, Lösungsmöglichkeiten und den Umgang mit kritischen Situationen zu erarbeiten und zeigt Ihnen, wie Sie richtig auf eine Abmahnung reagieren.

25. Februar 2002 von 10.00 bis 18.00 Uhr in Hamburg

Referentin: Ilse Rohr

Teilnahmegebühr: 590,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0435-60

Konzeptionstraining – Erfolgreiche Kommunikation mit dem Ziel vor Augen

„Ohne Ziel vor Augen kenne ich die Richtung nicht!“ Jede professionelle Kommunikation braucht eine vorausschauende, methodische Planung, in der die Ziele den Weg bestimmen und die Mittel wirkungsvoll eingesetzt werden. So soll auch in Ihrer PR-Arbeit nichts dem Zufall überlassen werden – Erfolg durch Konzeption.

Im Rahmen des Seminars werden die Grundlagen zur Erstellung eines integrierten Kommunikationskonzeptes vermittelt. Von der Darstellung der Ausgangssituation über die Definition der Ziele und Zielgruppen bis hin zur Maßnahmenplanung für Werbung und PR. Das Prinzip: Alle eingesetzten Mittel werden einer übergreifenden Dramaturgie unterworfen, die Ressourcen zielgerichtet und ineinandergreifend eingesetzt.

Kathrin Behrens und Sven Hecker vermitteln die theoretischen Grundlagen der Konzeption, gehen aber auch sehr stark auf Ihre individuellen Bedürfnisse ein. Sie haben die Möglichkeit, erste Entwürfe für Ihr Unternehmen bzw. Ihr Produkt zu erstellen und Ihr neu erworbenes Wissen unmittelbar konzeptionell umzusetzen. Für die Übungen stehen den Teilnehmern moderne Laptops zur Verfügung.

Anregungen für eigene Konzepte erhalten Sie durch mitgebrachte Beispiele der Referenten, durch gemeinsames Brainstorming und Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern.

28. Februar und 1. März 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referent/in: Kathrin Behrens und Sven Hecker

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0436-61

Weiterer Termin am 24. und 25. Juni 2002 in Berlin

workshop-Nr.: 0306-62

PR-Erfolgskontrolle – Vom Wunsch zur Wirklichkeit



Kann ich meine Kommunikationsmaßnahmen eigentlich kontrollieren und ihren Erfolg messen? Ja, Sie können! Welche Möglichkeiten Sie dazu haben, zeigen Ihnen Rainer Lang und Andreas Steinert in diesem workshop. Denn nur wenn Sie Umsetzungserfolge messen, können Sie Ihre Arbeit wirkungsvoll steuern und optimale Strategien entwickeln.

Die Referenten definieren mit Ihnen Ihre Ziele und Ihre Zielgruppen – denn das ist die konzeptionelle Grundvoraussetzung für eine aussagekräftige Analyse. Nach einer theoretischen Einführung über Instrumente des PR-Controllings, starten Sie schon in die erste Übung: Mit Hilfe eines EDV-Programms lernen Sie, eine qualitative und quantitative Medienresonanzanalyse durchzuführen: Von der Konzeption des Untersuchungsdesigns über die inhaltliche Erfassung von Clippings bis hin zur Berichtslegung. Diese Auswertung dient Ihnen dann als Grundlage, um Empfehlungen für Ihre künftige Kommunikationsplanung abzugeben.

Zielgruppe:
Mitarbeiter aus
Unternehmen, Verbänden,
PR-Agenturen, die die
Möglichkeiten der PR-
Erfolgskontrolle kennen-
lernen möchten.

Darüber hinaus geben Ihnen Rainer Lang und Andreas Steinert in diesem workshop Tipps, wie Sie Ihre erfreulichen oder weniger erfreulichen Ergebnisse sinnvoll Ihrem Vorgesetzten präsentieren können und wie Sie eine aussagekräftige Budgetkontrolle durchführen.

4. März 2002 von 9.00 bis 18.00 Uhr in Hamburg

Referenten: Andreas Steinert und Rainer Lang
Teilnahmegebühr: 590,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen
workshop-Nr.: 0437-63

Medientraining – Gewinnen durch Authentizität

Kommunikation findet nicht nur über Stimme und Inhalt statt. Oft entscheiden wichtige Details, wie Gesten und Körpersprache über den Grundton eines Artikels, Radio- oder Fernsehbeitrages.

Und wie Sie durch diese Feinheiten der Körpersprache, Wortwahl und Gesten überzeugen und Ihre Persönlichkeit authentisch bei einem Interview präsentieren, zeigt Ihnen Dagmar Ponto in diesem workshop.

Neben Tipps zum richtigen Atmen, zum Aufbau der Konzentration und zum Abbau des Lampenfiebers, erhalten Sie von der Referentin Basisinformationen zum Sprechtraining und üben an praktischen Beispielen aus Ihrem Berufsalltag Interviewsituationen ein.

Mit Hilfe einer Kamera wird Ihr Verhalten analysiert und optimiert. In Einzeltrainings lernen Sie Ihre Stärken und Schwächen kennen und merken schnell, wie Sie mit ein bisschen Übung und den wertvollen Tricks der Trainerin natürlich und locker vor der Kamera bleiben.

Dagmar Ponto ist Trainerin bekannter Nachrichtensprecher, Moderatoren und Redakteure.

Inhalte dieses workshops: Einsatz von Körpersprache und Gestik, Übungen für sicheres Sprechen, Mikrofontraining, Auftreten vor der Kamera, Analyse von Interviewsituationen.

14. und 15. März 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referentin: Dagmar Ponto

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 8 Personen

workshop-Nr.: 0438-64

Führungskompetenz – Überzeugen, motivieren, leiten

Die Freude über den Karriereschritt in eine Führungsposition wird bald von der Frage eingeholt: „Wie setze ich mich jetzt als Führungskraft durch und wie motiviere ich meine Mitarbeiter?“ Teamkonflikte, schwierige Kunden, chronischer Personalmangel und knappe Ressourcen bei gleichzeitig hohen Erfolgsanforderungen können ganz schön Kopfzerbrechen bereiten.

Zielgruppe:

Junge Führungskräfte aus allen Branchen, die sich mit Kollegen über mögliche Instrumente der Führung austauschen und von der Referentin innovative und effiziente Wege kennenlernen wollen.

Hedwig Kellner
als Buchautorin:

„Sind Sie eine gute Führungskraft“ – Was Mitarbeiter und Unternehmen wirklich erwarten,
Campus Verlag, 1999

Hedwig Kellner erarbeitet mit Ihnen konkrete Lösungsansätze für Ihre tägliche Praxis als Führungskraft. Teamförderung und Motivation stehen ebenso auf dem Programm wie die erfolgreiche Etablierung als junge Führungskraft bei den „alten Hasen“ des Managements. Die Referentin gibt zu den typischen Gesprächssituationen einer Führungskraft kurze fachliche und psychologische Einführungen. Sie erhalten Antworten auf die Fragen: Wie behauptet man sich gegenüber rhetorisch überlegenen Gesprächspartnern? Wie bringt man den eigenen Standpunkt überzeugend rüber?

Außerdem geht es im media workshop auch um das Thema der eigenen Karriere und der dazugehörigen Kunst, wirklich gute Leute an sich zu binden. Ebenso tauschen die Teilnehmer Ihre Erfahrungen im großen Kreis aus und erhalten individuelles Feedback von der Referentin.

18. und 19. März 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referentin: Hedwig Kellner

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0439-65

Weiterer Termin am 27. und 28. Juni 2002 in Berlin

workshop-Nr.: 0307-66

Adobe Photoshop – Bilder in Bestform

Wer kennt es nicht – Das Bild ist zu hell oder zu dunkel, der Bildausschnitt zu groß oder das Motiv zu unscharf.

Dank moderner Bildbearbeitung ist das heute kein Problem mehr – denn Adobe Photoshop ist nicht umsonst das führende digitale Fotolabor der Medienwelt. Wer mit Bildern arbeiten will, benötigt heute zumindest Grundkenntnisse über die wichtigsten Funktionen und Werkzeuge dieses vielfältigen Programms.

Frank Schleicher vermittelt Ihnen in diesem eintägigen workshop nach einer kurzen Einführung in die Farblehre, Wissenswertes über die Grundbegriffe der digitalen Bildbearbeitung und -Fotografie.

Nach dem theoretischen Exkurs über verwendbare Bildgrößen, Druckauflösungen oder auch geeignete Dateiformate, ist Ihre Kreativität gefragt. In vielen Übungen zur Retusche, Bildoptimierung und -montage setzen Sie unter Anleitung von Frank Schleicher das Erlernte um. Der Phantasie sind hierbei keine Grenzen gesetzt.

Die konkreten Schwerpunkte bestimmen Sie jedoch in diesem workshop, indem Sie Fragen und Probleme aus Ihrer täglichen Arbeit mitbringen.



media workshop-Termin
am 12. April 2002:
Teilnehmer des Aufbau-
workshops „Digitale
Fotografie“ zahlen nur
490,- € zzgl. MwSt.

media workshop-Termin
am 3. Juni 2002:
Teilnehmer des Aufbau-
workshops „Digitale
Pressemappe“ zahlen nur
490,- € zzgl. MwSt.

12. April 2002 von 9.00 bis 18.00 Uhr in Hamburg

Referent: Frank Schleicher

Teilnahmegebühr: 590,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0440-67

Weiterer Termin am 3. Juni 2002 von 9.00 bis 18.00 Uhr in Frankfurt am Main

workshop-Nr.: 0609-68

Vorsicht Kamera – Digitale Fotografie leicht gemacht

Die Ehrung eines Mitarbeiters, das neue Produkt oder der kurzfristige Besuch eines wichtigen Gastes – Gelegenheiten für das schnelle, digitale Foto gibt es im Unternehmen häufig. Sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation lassen sich digitale Fotos effektiv nutzen. Diese Technologie vereinfacht jedoch nicht nur, sondern stellt auch besondere Anforderungen an den Fotografen – er muss heute nicht nur eine gelungene Aufnahme machen, sondern Re-Photo-Experte, Archivar und Computerspezialist in einem sein.

Sie üben Aufnahmetechniken, setzen die anderen Teilnehmer in Form von Portraits ins rechte Licht und finden geeignete Motive für Gruppenbilder. Nachdem Sie Ihre Fotos auf Ihr Laptop importiert haben, widmen Sie sich dem Thema der Bearbeitung mit dem Programm Adobe Photoshop. Dabei geht es nicht nur darum, wie Sie ein Bild optimieren oder gar retuschieren. Auch das wichtige Thema der richtigen Auflösung steht dabei auf dem Tagesplan.

Ist das Foto gemacht, bearbeitet und richtig betextet, ist die Arbeit jedoch noch nicht getan. Die Fotos müssen selbst in kleinen Pressestellen sinnvoll archiviert werden, damit sie bei Anfrage schnell versandfertig sind. Doch wie versende und archiviere ich digitale Fotos? Auch auf diese Frage hat Bernd Beuermann die passende Antwort und zeigt Ihnen die aktuellen Trends digitaler Fototechnik.

Die Teilnehmer erhalten im Anschluss an den workshop eine CD-ROM mit Vorträgen, Tutorials und ihren eigenen Fotos.

Bernd Beuermann und Frank Schleicher vermitteln anhand praktischer Übungen, Vorträgen und Tutorials das Wissen, um sich digitale Fototechnik anzuschaffen oder bereits vorhandene optimal einzusetzen. Sie lernen die Technik und Bedienung verschiedener Digitalkameras, ihre Möglichkeiten und Grenzen kennen.

Zielgruppe:
Mitarbeiter von Pressestellen, die eine Digitalkamera angeschafft haben oder dies planen, um damit eigenes Fotomaterial anzufertigen.

15. und 16. April 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referenten: Bernd Beuermann und Frank Schleicher

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0441-69

Die Pressekonferenz – Eine Visitenkarte des Unternehmens

Die Pressekonferenz beginnt – und die Mikrofone funktionieren nicht, die Pressemappen wurden vergessen auszulegen oder die erwarteten Journalisten bleiben aus. Eine Vorstellung, die Kopfzerbrechen bereitet und ein Zustand, der die gesamte arbeitsaufwändige Planung und den Erfolg dieses Ereignisses zunichte macht.

Wie Sie die Pressekonferenz als Kommunikationsinstrument effektiv nutzen und wie sie zum Erfolg wird, lernen Sie in diesem workshop. Unter der Leitung von Günther Jesumann übt die Teilnehmergruppe die Planung und Koordination dieses wichtigen PR-Instrumentes.

In einer kurzen theoretischen Einführung werden u. a. Fragen geklärt wie: Was spricht für eine Pressekonferenz? Wie soll der Ablauf erfolgen? Welche Zielgruppen will ich erreichen und wie gestalte ich die Pressemappe?

Danach konzipieren Sie nach dem „learning-by-doing-Prinzip“ Ihre eigene Pressekonferenz. Schon hier werden Ihnen die ersten Probleme und die Komplexität dieses Themas deutlich. Günther Jesumann zeigt Ihnen, wie Sie Fehler im Vorhinein vermeiden, zeigt mögliche Lösungen auf und erarbeitet mit Ihnen eine Checkliste.

Eine gute Vorbereitung ist jedoch genauso wichtig wie eine effektive Nachbereitung: Neben der Medienkontrolle muss auch im Anschluss an eine Pressekonferenz noch einiges getan werden. Was das alles ist, zeigt Ihnen dieser workshop.



18. und 19. April 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tage von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referent: Günther Jesumann

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0808-70

Ins rechte Licht gesetzt – PR-Arbeit mit Bildern



Inhalte dieses workshops:
Bildjournalismus gestern
und heute, juristische
Anforderungen, Standards
der Bilddokumentation,
Tagesablauf in Bildredak-
tionen, Auswahlkriterien für
gute Pressebilder, die
Gegenwart und Zukunft des
digitalen Bildes im Internet.

Wie setze ich meinen Chef oder mein Produkt ins rechte Licht? Vor dieser Frage haben Sie schon oft gestanden und bis jetzt noch keine richtige Antwort erhalten?

Lutz Schmidt hat diese für Sie parat und verrät Ihnen sowohl die Tricks als auch das Handwerk im Umgang mit diesem sinnlichen PR-Instrument. Neben der schwierigen Aufgabe der optimalen Motivfindung bei Produktfotos und der Aufnahme gelungener Portraits, geht der Referent auch auf die formalen Standards eines digitalen Bildes ein.

Der Fotochef der Financial Times Deutschland ermöglicht Ihnen einen Einblick in die Arbeitsabläufe einer Bildredaktion und zeigt Ihnen, mit welchen juristischen Konsequenzen Sie beim unsachgemäßen Einsatz von Bildmaterial rechnen müssen und wie sie diesen vermeiden.

Neben Tipps, wie Sie einen Fotografen am besten für die Erstellung Ihres Fotomaterials briefen, erhalten Sie vom Referenten konkrete Anhaltspunkte für die Arbeit mit Bildern im Internet. Anhand von Beispielen, die auch gerne von Ihnen eingereicht werden können, erarbeiten Sie den Unterschied zwischen „gutem“ und „schlechtem“ Bildmaterial und lernen, in Bildern zu denken.

24. April 2002 von 10.00 bis 18.00 Uhr in München

Referenten: Lutz Schmidt

Teilnahmegebühr: 590,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0809-71

Online-PR –

Internet-Beziehungen aktiv gestalten

Was verbirgt sich eigentlich hinter dem Begriff „Online-PR“ und worauf kommt es bei einer gelungenen Presse- und Medienarbeit im Internet an? Wie integriere ich meine klassische PR-Arbeit in meinen Online-Auftritt und was ist eigentlich Guerilla-PR? Das sind die Schlüsselfragen, auf die Sie in diesem workshop umfangreiche Antworten erhalten.

Nicola Wessinghage beleuchtet einerseits verschiedene Instrumente zur Gestaltung und Pflege von PR- Beziehungen im Internet – von digitalen Pressemappen über Online-Pressekonferenzen und Web-Monitoring bis hin zum klassischen E-Mail-Versand von Pressemitteilungen. Die Referentin zeigt Ihnen, wie Sie einen eigenen Pressebereich auf Ihrer Homepage einrichten können und welchen Anforderungen bezüglich Struktur und Inhalt dieser erfüllen muss.

Dabei erfolgt die Vermittlung der Inhalte nicht nur als Vortrag: Theorie und Praxis wechseln sich im workshop ab. Sie erarbeiten in kleinen Gruppen erste Konzepte für einen eigenen Pressebereich, verfassen Pressemitteilungen für Online-Medien und üben auch den so vermeintlich einfachen Versand von Pressemitteilungen via E-Mail.

Für die praktischen Übungen stehen Ihnen Laptops mit Internetzugang zur Verfügung, so dass auch der Online-Auftritt Ihres Unternehmens sich dem Lob und der konstruktiven Kritik der Gruppe stellen kann.

6. und 7. Mai 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr

Referentin: Nicola Wessinghage

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0442-72

PR-Arbeit in der Tourismus-Branche – Das Geschäft mit der schönsten Zeit des Jahres



Jedes Ressort hat seinen eigenen Anspruch an Pressemitteilungen – das ist in Reisedaktionen nicht anders: Wie muss ein Reisebericht aufgebaut sein, damit er das Interesse des Redakteurs weckt? Wie sieht ein redaktioneller Tagesablauf aus? Welche Bedeutung hat der Einsatz der neuen Medien und wie nutzt der Reisejournalist sie überhaupt bei seiner täglichen Arbeit?

Um Sie mit solchen Fragen nicht allein zu lassen, bieten wir Ihnen diesen workshop an. Neben der Auffrischung journalistischer Grundlagen entwickeln Sie mit Joachim Barmwoldt in praktischen Übungen Ideen für gute Reisegeschichten. Wolfgang Weiler zeigt Ihnen, wie Sie Online- und Offline-PR in einem zielgruppengerechten Internet-Angebot für Reisejournalisten verbinden.

Nach der Theorie kommt die Praxis: In Übungen lernen Sie, wie Sie einen klassischen Presstext für den Online-Gebrauch aufbereiten und den scheinbar so einfachen Versand von Pressemitteilungen und Fotos via E-Mail durchführen. Dabei geht es jedoch nicht nur um den Aufbau eines Online-Verteilers. Auch die Gestaltung eines Inhaltsverzeichnisses für den Empfänger und die richtige Auflösung der Fotos stehen auf dem Tagesplan.

Der beste Online-Auftritt nützt Ihnen jedoch nichts, wenn ihn keiner kennt. Deshalb gibt Ihnen Wolfgang Weiler Tipps, wie Sie sich bei Ihrer Zielgruppe bekannt machen.

Für die praktischen Übungen stehen Ihnen Laptops mit Internetzugang zur Verfügung, so dass auch Ihr Online-Angebot sich dem Lob und der konstruktiven Kritik der Gruppe stellen kann – wenn Sie möchten.

13. und 14. Mai 2002 in Berlin

Am ersten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr

Referenten: Joachim Barmwoldt und Wolfgang Weiler

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0305-73

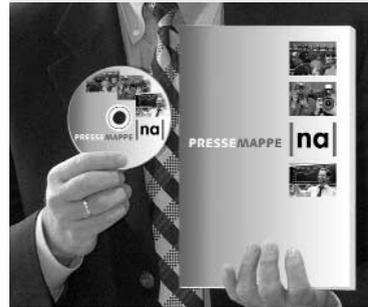
Die digitale Pressemappe – Kleine Scheibe mit großer Wirkung

Szenario Pressekonferenz: Immer häufiger erhalten Journalisten neben der klassischen Pressemappe die Inhalte auch auf einer CD-ROM. Die Pressearbeit von Unternehmen und Institutionen wird zunehmend digital. Doch heute reicht es nicht mehr aus, die Texte und Fotos einfach nur vom Computer auf eine CD zu brennen.

Mit der Digitalisierung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stehen die Verantwortlichen vor neuen Fragen: Welches Format sollen Texte und Bilder haben und welches ist für eine plattformübergreifende Benutzung sinnvoll? Welche Auflösung der Fotos ist nötig? Ist eine Benutzerführung sinnvoll? Kann ich auch kleine Videoclips und O-Töne einbauen, ohne dem Empfänger damit die Zeit zu stehlen?

Antworten auf die Fragen gibt Ihnen Bernd Beermann in diesem workshop, in dem beispielhaft und praxisorientiert das Konzept für eine benutzergeführte Presse-CD entwickelt und umgesetzt wird.

Sie arbeiten an modernen Laptops und erstellen Ihre Konzepte auf Basis der Acrobat Technologie. Grundkenntnisse in der Arbeit von Photoshop wären sinnvoll, sind aber nicht Voraussetzung.



Inhalte dieses workshops:
Erstellung einer Presse-CD
auf Basis der Acrobat-Technik,
Benutzerführung durch die CD,
Text- und Bildformate, Gestaltung
von Booklet und Inlay, Budgetplanung.

4. und 5. Juni 2002 in Frankfurt am Main

Am ersten Tag von 10.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 14.00 Uhr

Referenten: Bernd Beermann

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0610-74

Texten fürs Web – Teasing, Hyperlinking & Website-Usability



Für den Erfolg einer gesamten Website kommt den sogenannten Teaser- oder Anreiss-Texten auf der Einstiegsseite eine entscheidende Bedeutung zu.

Stefan Hejnk stellt Ihnen deshalb die unterschiedlichen Teaser-Formen und ihre jeweiligen Einsatzbereiche anhand von Beispielen vor. Sie entwickeln zielgruppenorientierte Strategien für das Verfassen dieser Texte und setzen sie im Anschluss an modernen Laptops um.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Textdesign-Strategien für die mediengerechte Verwertung von Printmaterial im Web. Der Referent zeigt Ihnen, wie Print-Texte für die Lektüre am Bildschirm zu adaptieren sind, welche Adaptionsstrategie für welchen Zweck die richtige ist – und wie sich dabei viel Zeit sparen läßt.

Inhalte dieses workshops:
Unterschiede zwischen Print und Online, redigieren von Print-Material für das Web, Einsatz von Teasern, praktische Übungen: Adaption von Texten für das Web

Am zweiten Seminar-Tag geht es zunächst um nutzergerechtes Hyperlinking: Stefan Hejnk gibt Ihnen Tipps, wie Sie dem Wegklicken zur Konkurrenz durch eine optimale Navigationsstruktur vorbeugen. Sie lernen, wie und wann Sie Hyperlinks gezielt einsetzen, wie Sie diese betexten und wo sie auf einer Seite zu plazieren sind.

6. und 7. Juni 2002 in Berlin

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referent: Stefan Hejnk

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0309-75

Pressearbeit für Fortgeschrittene – Optimieren Sie Ihre Strategie

Sie haben einen aktuellen Presseverteiler aufgebaut, schreiben und verschicken regelmäßig Informationen, platzieren Geschichten und veranstalten Pressegespräche.

Alles läuft – und dennoch tauchen immer wieder Fragen und Hindernisse auf: Erreiche ich die Zielgruppen? Wie komme ich an wichtige Redaktionen heran? Lassen sich die Texte optimieren? Wie soll ich auf Negativ-Berichte reagieren? Wie bringe ich mein Pressematerial ins Internet?

Im workshop frischen Sie Ihr Wissen über die wichtigsten Grundlagen und Techniken der Pressearbeit auf. Das Programm ist bewusst offen gehalten, um Ihre Fragen und Beispiele aus der Praxis ausführlich besprechen zu können.

Neben vielen praktischen Übungen an modernen Laptops zur Verbesserung Ihres Schreibstils tauschen Sie sich mit dem Referenten Gerd Kalkbrenner und den Kollegen aus und verbessern Ihre Kommunikations-Strategie. So bekommen Sie neue Anregungen für Ihre tägliche Arbeit in Ihrem Unternehmen oder in Ihrer PR-Agentur und sehen, was einen PR-Profi ausmacht.

Zielgruppe:
Teilnehmer der „Einsteigerworkshops“, Presseverantwortliche aus Unternehmen, Verbänden, PR-Agenturen, die bereits Erfahrungen in der PR-Arbeit besitzen.

17. und 18. Juni 2002 in Hamburg

am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referenten: Dr. Gerd Kalkbrenner

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 12 Personen

workshop-Nr.: 0443-76

Innerbetriebliche Kommunikation – Dialog als Führungsaufgabe



Sie bekommen einen neuen Chef und erfahren es zuerst durch die Medien? Ihr Unternehmen führt ein neues Produkt ein und Ihre Kunden wissen es vor Ihnen? Mangelnde Information und Integration der Mitarbeiter schaffen Frust und Unzufriedenheit. Welche Möglichkeiten stehen mir als Verantwortlicher jedoch für den Dialog mit meinen Mitarbeitern zur Verfügung und welche Chance bietet er?

Günther Jesumann vermittelt Ihnen, wie optimal eingesetzte interne Kommunikation das Engagement der Mitarbeiter und somit deren Leistungsfähigkeit steigert und negative Stimmungen abwehren kann. Nicht zu vergessen – eine gut funktionierende innerbetriebliche Kommunikation ist auch die Grundlage für eine erfolgreiche externe.

Dieser workshop verschafft Ihnen einen Überblick über klassische Instrumente wie die Mitarbeiterzeitschrift, das Schwarze Brett oder Montagsrunden, aber auch über moderne Varianten wie den Einsatz des Intranets, das Mitarbeitertheater oder Business TV.

Sie lernen sowohl die Theorie als auch die Praxis kennen. Der Entwurf eines Konzeptes einer Mitarbeiterzeitung gehört genauso dazu wie das Üben an Fallbeispielen. So lernt jeder Teilnehmer, wie er speziell in seinem Unternehmen innerbetriebliche Kommunikation erfolgreich einsetzen kann.

20. und 21. Juni 2002 in Hamburg

Am ersten Tag von 12.00 bis 18.00 Uhr, am zweiten Tag von 9.00 bis 18.00 Uhr

Referenten: Günther Jesumann

Teilnahmegebühr: 850,- € zzgl. MwSt. Teilnehmerzahl: maximal 16 Personen

workshop-Nr.: 0444-77

Unsere Referenten im ersten Halbjahr 2002

(Jahrgang 1957) ist freiberuflicher Journalist. Seine Berichte und Reportagen erscheinen in Tageszeitungen und Fachblättern. Nach einem Studienaufenthalt auf Sansibar und dem Magister-Examen absolvierte er die Journalistenschule Axel Springer in Hamburg, arbeitete als Reporter bei BILD-Berlin und wurde anschließend bei der WELT stellvertretender Ressortleiter in der Reisedredaktion. Nach neun Jahren als Reisejournalist wechselte er zum BERLINER KURIER und gründete im Januar 2000 sein eigenes Redaktionsbüro.

Joachim Barmwoldt

(Jahrgang 1967) studierte Anglistik und Kommunikationsforschung in Bonn und den USA und arbeitete studienbegleitend als freie Mitarbeiterin bei der ARD sowie beim ZDF. 1995 stieg sie bei Kohtes Klewes in die PR-Branche ein, um dort u. a. als Grouphead für den Bereich Presse- und Medienarbeit verantwortlich zu sein. In den Jahren 1999 bis 2000 leitete sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Verlagsgruppe Handelsblatt. Seit August 2000 ist sie freiberuflich in der Kommunikationsberatung in Köln tätig.

Kathrin Behrens

(Jahrgang 1957) ist Ressortleiter Imaging bei der Regionalzeitung Göttinger Tageblatt. Dort verantwortlich für den Bereich Bild, elektronische Bildbearbeitung und elektronisches Archiv, beschäftigt er sich mit allen Fragen rund um das digitale Bild. Er ist Fachautor und veröffentlicht u.a. im Medium Magazin und digit. Als Referent besitzt er langjährige Erfahrung in der Durchführung von Seminaren für verschiedene Bildungseinrichtungen der Medienbranche.

Bernd Beuermann

Claudia Cornelsen

(Jahrgang 1966) ist Inhaberin und Geschäftsführerin der 1993 gegründeten Agentur für Kommunikation „Art d'Eco“ mit Standorten in Mannheim und Berlin. Bereits während Ihres Studiums der Kunstgeschichte, Germanistik und Philosophie sammelte sie als Journalistin breite Medienerfahrung. 1991 wechselte sie zur Public Relations, wo sie als freie Beraterin arbeitete. Mit ihrer Agentur hat sich Claudia Cornelsen auf die Entwicklung individueller PR-Strategien spezialisiert. Zu den Kunden der Agentur zählen neben Konzernen wie IBM, Ernst & Young oder die SEB auch mittelständische Unternehmen aus ganz Deutschland sowie zahlreiche Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft.

Renate Giesler

(Jahrgang 1952) ist Journalistin und Dozentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie war zehn Jahre als Pressesprecherin und Öffentlichkeitsreferentin bei terre des hommes und PLAN INTERNATIONAL tätig, hat Pressearbeit für TV-Shows gemacht, Journalistenreisen organisiert und betreut sowie die Pressekonferenz mit dem Dalai Lama 1998 in Osnabrück vorbereitet und moderiert. Sie ist Fachautorin und schreibt u. a. regelmäßig für Praxis + Recht, für die Frankfurter Rundschau und den Tagesspiegel.

Sven Hecker

(Jahrgang 1970) studierte allgemeine Literaturwissenschaften, Kommunikationswissenschaften und Maschinenbau. 1994 ging er nach New York, um dort die Position des Projektleiters Unternehmenskommunikation für Siemens Corporation einzunehmen. Danach war er für drei Jahre als Grouphead bei Kohtes & Klewes in Bonn tätig. 1999 leitete er für ein Jahr die Unternehmenskommunikation bei der T-Nova Deutsche TelekomInnovationsgesellschaft mbH. Seit Juli 2000 ist er geschäftsführender Gesellschafter der so.agentur für kommunikation gmbh in Köln (www.so-ko.de).

(Jahrgang 1969) ist Medienberater und Texttrainer für namhafte Web-Redaktionen (bei AOL, Popnet AG, RTL Nord u.a.), Buchautor zum Thema Textverständlichkeit und Dozent in der Journalistenausbildung. An der Akademie für Publizistik in Hamburg hat er den Ausbildungsschwerpunkt Online-Journalismus aufgebaut. Darüber hinaus ist er als Redakteur und Internet-Autor bei verschiedenen Wochenzeitsungen, Fachpublikationen und Online-Magazinen tätig und leitet bei der Freenet AG in Hamburg die DINO-Redaktion.

Stefan Hejnk

(Jahrgang 1948) ist studierter Jurist und Medienmensch, hat volontiert, war Tageszeitungsredakteur und kennt die andere Seite des Schreibtisches als Pressesprecher bei einer Industrie- und Handelskammer und als Direktor der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eines Dienstleistungsunternehmens. Er ist als Dozent der Akademie für Publizistik, Sprecher des shjv im Deutschen Journalisten Verband und als Ausbilder zahlreicher Seminare für Teilnehmer aus beiden Seiten der Medienwelt tätig.

Günther Jesumann

(Jahrgang 1964) berät Unternehmen in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und trainiert Führungskräfte im Umgang mit den Medien. Nach dem Studium der Geschichte stieg er als Autor für Hörfunk- und Fernsehbeiträge in ein Pressebüro ein, schrieb für Nachrichtenagenturen, große Tageszeitungen und Magazine. Als Redakteur eines regionalen Monatsmagazins wechselte er dann von der Rolle des Informationsanbieters in die des Informationsverarbeiters. Gerd Kalkbrenner ist ausgebildeter PR-Berater (DIPR) und hat einen Lehrauftrag für Wissenschaftsjournalismus an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg.

Dr. Gerd Kalkbrenner

Hedwig Kellner

(Jahrgang 1952) arbeitete zunächst als Trainerin und Projektleiterin bei der Software AG in Darmstadt, bevor sie dann mehrere Jahre für namenhafte Unternehmensberatungen, darunter Mummert + Partner und Kienbaum Management Consultance, in leitender Stellung tätig war. Heute ist sie freie Unternehmensberaterin, Managementtrainerin und Sachbuchautorin. Ihre thematischen Schwerpunkte sind u. a.: Projektmanagement, Führung, Rhetorik. Zu ihren Kunden gehören Banken, Versicherungen, internationale Industrie-Konzerne und Ministerien.

Rainer Lang

(Jahrgang 1967) ist seit 1997 Berater bei ECC Kohtes Klewes in Bonn und im Researchteam verantwortlich für die PR-Evaluation. Der Schwerpunkt seiner Arbeit liegt auf der Konzeption und Durchführung von individuellen Medienresonanzanalysen für Kunden aus unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen. Nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Heidelberg war er in Forschungsinstituten in Heidelberg (IÖW) und Lüneburg (FFB) im Bereich der angewandten und empirischen Wirtschaftsforschung wissenschaftlich tätig.

Dagmar Ponto

(Jahrgang 1952) ist ausgebildete Schauspielerin und belegte im Rahmen ihres Studiums sechs Semester Phonetik. Während ihrer Trainer-Tätigkeit hat sie Redakteure, Moderatoren, Volontäre und angehende Nachrichtensprecher ausgebildet, die heute bei der Tagesschau, Spiegel TV, VOX Nachrichten, Hamburg 1, Premiere, Viva, PRO 7, my tv und vielen Radiosendern, wie z.B. dem NDR, arbeiten.

(Jahrgang 1958) ist Rechtsanwältin in der Anwaltssozietät Schlutius in Hamburg. Ihr Studium absolvierte sie in Mainz, Hamburg und Madrid. Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit sind der gewerbliche Rechtsschutz, Urheberrecht und Wettbewerbsrecht. Zu diesen Themen hat Ilse Rohr zahlreiche Vorträge und Seminare bei der Kommunikationsakademie Hamburg (KAH), dem Arbeitgeberverband Groß- und Einzelhandel (AGA) und der Marketing Akademie gehalten.

Ilse Rohr

(Jahrgang 1963) hat das Fotografenhandwerk erlernt, bevor er als Bildjournalist für das Göttinger Tageblatt arbeitete. Dort sammelte er erste Erfahrungen mit der digitalen Fotografie und der elektronischen Bildverarbeitung. Während einer Assistenz bei action press und seiner Tätigkeit bei der Fotoagentur interTOPICS stand die Arbeit mit digitalen Bildern weiter im Mittelpunkt. Bei news aktuell ist Frank Schleicher Product Manager für den Originalbildservice (obs).

Frank Schleicher

(Jahrgang 1963) ist seit 1999 als Bildchef und Redakteur für Sonderaufgaben bei der Financial Times Deutschland in Hamburg tätig. Sein Volontariat im Bildjournalismus absolvierte er bei der Westfälischen Rundschau. Ebenso verfügt er über langjährige Erfahrung als Fotograf bei den Nachrichtenagenturen Associated Press und Reuters. Vor seiner Tätigkeit als Bildchef der Financial Times Deutschland war er für drei Jahre als Ressortleiter der Bildredaktion der Berliner Zeitung tätig.

Lutz Schmidt

Andreas Steinert

(Jahrgang 1960) ist seit 1992 geschäftsführender Partner der ECC Kohtes Klewes Bonn GmbH mit Konzentration auf die Bereiche Sustainability Communications und Krisenkommunikation. Andreas Steinert hat in Bochum Germanistik, Geschichte und Philosophie studiert. Er begann seine berufliche Laufbahn als Trainee und Junior Producer einer Event-Agentur mit dem Schwerpunkt auf Produkteinführungen für Automobil- und IT-Unternehmen. 1988 stieg er bei einer großen PR-Agentur in Frankfurt mit Spezialisierung auf die Kommunikation von Produkt- und Verbrauchertemen ein.

Wolfgang Weiler

(Jahrgang 1957) studierte Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation an der Hochschule der Künste Berlin. Er ist Dozent am Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin, an der Freien Universität Berlin und Lehrbeauftragter an der Staatlichen Studienakademie Sachsen, Fachbereich Tourismus. 1997 erhielt Wolfgang Weiler mit seinem Team für die Studie „Projekt D – Urlaub in Deutschland“ den Wissenschaftspreis der Internationalen Tourismus Börse ITB. Seine journalistische Laufbahn begann 1979. Nach einem Volontariat bei dpa, Mitarbeit und Redakteurstätigkeit in verschiedenen Zeitungen übernahm er 1984 die Reiseredaktion der Berliner Morgenpost, die er seit 1985 leitet.

Nicola Wessinghage

(Jahrgang 1968) ist geschäftsführende Inhaberin von „Mann beißt Hund“, einer 1999 gegründeten Agentur für Kommunikation mit Schwerpunkt Online-PR in Hamburg. Zu den Kunden der Agentur zählen u. a. die Hamburger Körber-Stiftung, der Haufe-Verlag, die Agentur für digitale Kommunikation artundweise sowie die Stiftung Grone-Schule. Nicola Wessinghage studierte Germanistik, Journalistik und Geschichte in Hamburg. Nach ihrem Volontariat in der Agentur Ludwig und Partner leitete sie bei der FischerAppelt GmbH in Hamburg die Unit Medical Health. Vor der Gründung von „Mann beißt Hund“ arbeitete sie als Journalistin in der Redaktion des Nachtmagazins von ARD aktuell.

Auch Inhouse an Ihrer Seite – Konzepte für Ihr Unternehmen

- 🕒 Als Tochterunternehmen der dpa wissen wir, wie die Medien ticken. Nutzen Sie unsere langjährigen Erfahrungen, um praxisnahes Know-how durch eine Inhouse-Schulung in Ihr Unternehmen zu holen.
- 🕒 Sie definieren das Lernziel – wir entwickeln für Sie ein Weiterbildungskonzept, erarbeiten einen maßgeschneiderten Workshop und sorgen für den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung.
- 🕒 Mit unseren hochkarätigen Referenten aus Wirtschaft, Medien und PR-Agenturen bieten wir Ihnen die Chance, von ihrer Praxiserfahrung und fundiertem Fachwissen zu profitieren und Ihre Mitarbeiter gezielt weiterzubilden, zu motivieren und den Corporate Identity-Gedanken Ihres Unternehmens weiter auszubauen.

Rufen Sie uns gerne an oder schicken Sie eine E-Mail an mediaworkshop@newsaktuell.de und lassen Sie sich von uns ein individuelles Angebot machen.



Allgemeine media workshop-Bedingungen

Anmeldung

Bitte melden Sie sich schriftlich, per Fax oder E-Mail unter mediaworkshop@newsaktuell.de an. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Die Teilnehmer bekommen im Anschluss eine Anmeldebestätigung, durch die der Vertrag mit Ihnen zustande kommt.

Eine Hotelreservierung kann auf Wunsch zu besonderen Konditionen von uns vorgenommen werden.

Stornierung

Sollte ein Teilnehmer verhindert sein, so bitten wir schnellstmöglich um schriftliche Benachrichtigung.

Bei Stornierung der Anmeldung werden folgende Gebühren berechnet:

- bis vier Wochen vor workshop-Beginn: keine Gebühr
- bis zwei Wochen vor workshop-Beginn: 50% der Teilnahmegebühr
- weniger als eine Woche oder bei Nichtteilnahme ist die volle Gebühr zu entrichten.

Selbstverständlich ist die Teilnahme einer Ersatzperson nach Absprache möglich.

Durchführungsänderungen

Wir behalten uns vor, den workshop zu stornieren, falls die individuelle Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht wird oder andere wichtige Gründe, wie z. B. Erkrankung des Referenten, vorliegen.

Teilnahmegebühr

Die Gebühr richtet sich nach dem jeweils gültigen Programmheft und ist zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer zu verstehen. Die Rechnung erhält der Teilnehmer mit der Anmeldebestätigung, die Zahlung ist nach Erhalt sofort fällig.

In der Gebühr inbegriffen sind die Verpflegung der Teilnehmer für die Dauer der workshops sowie die workshop-Unterlagen.

Zertifikat

Die Teilnehmer einer media workshop-Veranstaltung erhalten im Anschluss ein Zertifikat als Teilnahmebestätigung.