



HAUS DER UNTERNEHMER



Merken Sie... seit Sie nicht mehr jeden Satz mit „Sie Idiot“ beenden, wirken Sie direkt viel positiver!

„Professionelle Unternehmenskommunikation“ Seminarreihe mit sieben Modulen

Termin

- Einmal pro Monat jeweils dienstags in der Zeit von 15 bis 18 Uhr
- Start: 21. September 2010, Ende: 15. März 2011

Zielgruppe

Geschäftsführer, Führungskräfte, Assistenten der Geschäftsführung, Selbstständige, Mitarbeiter den PR- und Marketingabteilungen

Teilnahmegebühr

- 295,- Euro pro Modul für Mitglieder eines Unternehmerverbandes in der Unternehmerverbandsgruppe, Mitglieder der Arbeitgeber ruhr-Verbände oder Kooperationspartner zzgl. der gesetzlichen MwSt.
- 365,- pro Modul für Nicht-Mitglieder zzgl. der gesetzlichen MwSt.
- Rabatt bei Buchung aller sieben Module: 20 Prozent



HAUS DER UNTERNEHMER

Modul 1

Unternehmenskommunikation strategisch steuern

21. September 2010, 15 bis 18 Uhr

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ formulierte einst Paul Watzlawick – und er hat immer noch Recht: Selbst ein Unternehmen, das keine PR betreibt, sendet eine Botschaft. Und zwar die, dass es mit den Kunden möglichst nichts zu tun haben will. Strategische Unternehmenskommunikation sieht anders aus. Sie transportiert die „Persönlichkeit“ der jeweiligen Firma in die Öffentlichkeit und geht geschickt mit dem knappsten Gut auf dem Markt um, nämlich der Aufmerksamkeit. Die bewährten Mittel der Unternehmenskommunikation sind an einer Hand abzuzählen und können selbst auf kleine und mittlere Betriebe zugeschnitten werden. Aber zum Erfolg gehört mehr: Beispielsweise die perfekte Einbindung der Kommunikation in die Organisation des Unternehmens.

Inhalte

- Öffentlichkeitsarbeit als Instrument des Marketings
- Vom Ad-hoc-Job zum großem Kampagnenkonzept: Die Idee ist immer simpel
- Der Öffentlichkeitsarbeiter als engster Vertrauter des Chefs
- Heikle Themen: Interne Kommunikation, Erfolgskontrolle, Finanzen

Referent

Rainer Rehbein, Pressesprecher des Unternehmerverbandes, Duisburg

Seit Ende der 1960er-Jahre als Journalist – meist in leitenden Funktionen – bei verschiedenen Tageszeitungen und Magazinen und seit 1990 im Bereich Public Relations und Marketing tätig, kennt er „beide Seiten des Schreibtisches“ und weiß daher, wie Redakteure, Unternehmer und Presseabteilungen „ticken“.

Modul 2

Einstieg in eine erfolgreiche Pressearbeit

26. Oktober 2010, 15 bis 18 Uhr

Auf dem Schreibtisch und im E-Mail-Postfach eines Tageszeitungs-Redakteurs landen täglich Hunderte Pressemeldungen. Wie ein Torwächter lässt der Journalist nur die Nachrichten durch, die einen Nachrichten- oder Neuigkeitswert haben, oder aber solche, die besonders kurios und damit erzählenswert sind. Nach diesem ersten Aussieben müssen die Texte aus den Unternehmen noch weitere Hürden überstehen: Ist die Überschrift ansprechend? Lädt der Einstieg zum Weiterlesen ein? Sind alle Fakten komplett und eindeutig? Bei diesem Seminar beleuchten wir das Thema von beiden „Schreibtisch-Seiten“: Wie wird die Pressemeldung im Unternehmen erstellt? Und: Was passiert mit der Pressemeldung, wenn sie in der Redaktion angekommen ist?

Inhalte

- Instrumente und Anlässe für Pressearbeit
- Handwerkszeug: Sprache, Stil und Formalia bei Pressemeldungen
- Die andere Schreibtischseite: Wie Redaktionen arbeiten
- Tipps und Tricks aus Sicht eines Journalisten

Referenten

Thomas Schmitt, Leiter der Lokalredaktion, WAZ Oberhausen

Jennifer Middelkamp, Pressesprecherin des Unternehmerverbandes, Duisburg

Die Diplom-Journalistin mit Erfahrung bei Presse, Funk und Fernsehen ist seit vielen Jahren in der PR- und Medienbranche tätig. Sie verbreitet als Pressesprecherin nicht nur selbst Informationen, sondern gehört als Redakteurin von Wirtschaftspublikationen und Internetauftritten zugleich der „schreibenden Zunft“ an.



HAUS DER UNTERNEHMER

Modul 3

Praxis-Workshop „Pressemitteilungen professionell schreiben“

23. November 2010, 15 bis 18 Uhr

Bei diesem Seminar steht das „Selber schreiben“ im Mittelpunkt. Die Teilnehmer verfassen zu vorgegebenen Themen Pressemeldungen, die dann besprochen werden. Dadurch finden sich nach und nach Antworten auf häufige Fragen beim Erstellen von Pressemeldungen: Wie finde ich eine kreative Überschrift, wie einen Einstieg, der zum Weiterlesen animiert? Wie vermeide ich Worthülsen und Phrasen? Wie vermittele ich komplizierte Technik? Wie schreibe ich anschaulich, aber nicht blumig oder allzu werblich? Die beiden Referenten ergänzen die Übung durch Best-Practise-Beispiele und – auf Wunsch – durch Anmerkungen zu vorab eingereichten Texten der Teilnehmer.

Inhalte

- Verfassen von Pressemeldungen und Feedback
- Best-practise-Beispiele: Gute Sprache, schlechte Sprache
- Fallbeispiel eingereicherter Texte der Teilnehmer
- Kreativwerkstatt: Ansprechende Einstiege, fesselnde Formulierungen, gelungener Spannungsbogen

Referenten

Jennifer Middelkamp, Pressesprecherin des Unternehmerverbandes, Duisburg

Rainer Rehbein, Pressesprecher des Unternehmerverbandes, Duisburg

Modul 4

Von wegen rechtsfreier Raum: Presserecht & Co.

14. Dezember 2010, 15 bis 18 Uhr

Dieses Seminar versorgt die Teilnehmer mit dem rechtlichen Know-how, das sie als „Rüstzeug“ für ihr tägliches Geschäft benötigen: Was müssen Unternehmen bei Pressemeldungen, Internetauftritten und Interviews aus rechtlicher Sicht beachten? Wo „lauern“ Fallstricke? Wann kann es teuer werden? Was ist bei der Verwendung von Texten bzw. Bildern zu beachten, Stichwort: Urheberrecht? Wie dürfen bzw. müssen Anzeigen formuliert sein, Stichwort: Wettbewerbsrecht? Neben den Pflichten wirft der Referent auch ein Licht auf die Rechte von Unternehmen: Welche Möglichkeiten haben Unternehmer bei falscher oder tendenziöser Berichterstattung? Wie geht man als betroffenes Unternehmen gegen irreführende Werbung vor? Weitere Hinweise erfolgen zu den Themen Kopplungsgeschäfte (Anzeige und redaktionelle Berichterstattung) sowie Künstlersozialkasse.

Inhalte

- Presse-, Medien- und Urheberrecht
- Maßnahmen bei falscher bzw. tendenziöser Berichterstattung
- Künstlersozialkasse

Dr. Axel Kroll, WAZ-Mediengruppe, Essen

Rechtsanwalt Dr. Axel Kroll ist Mitglied des Geschäftsleitungskreises der WAZ-Mediengruppe und verantwortet dort in seiner Funktion als Chefjustiziar den Bereich Recht.



HAUS DER UNTERNEHMER

Modul 5

Praxis-Workshop: „Medientraining vor Mikrofon und Kamera“

11. Januar 2011, 14 bis 18 Uhr

(Achtung: andere Uhrzeit, maximal 6 Teilnehmer, weitere Termine auf Nachfrage)

Ein Medienauftritt ist mehr als das Aufsagen bereits vorbereiteter Antworten auf mögliche Interviewfragen. Wie wirken Sie als Interviewpartner vor der Kamera? Was verrät die Körpersprache über Gedanken und Absichten? Wie vermeidet man Lampenfieber? Und wie gewinnt man die Zuschauer mit Glaubwürdigkeit, Souveränität und Sympathie für sich? Die Antworten darauf gibt es bei diesem Intensivtraining, das von einer professionellen Moderatorin durchgeführt wird. Die Übungen vor der Kamera und die Feedbackanalyse durch Moderatorin und andere Teilnehmer macht die Teilnehmer dieses Praxis-Workshops fit für das nächste TV-Interview.

Inhalte

- Souveränes Auftreten vor der Kamera: Abbau von Lampenfieber, Ausdruck der Körpersprache (Mimik / Gestik), Choreographie der Bewegungsabläufe
- Atem- und Stimmtraining
- Interview-Training (Dialogführung, Fragetechniken, Schlagfertigkeit)
- Platzierung von Kernaussagen und Schlüsselbotschaften
- Kunst des „freien Sprechens“
- Umgang mit kritischen Äußerungen

Referentin

Folke Dreier, Folke Dreier Internationales Institut, Oberhausen

Folke Dreier ließ sich an der Schauspielschule Düsseldorf zur professionellen Moderatorin ausbilden und trat bei ZDF und WDR auf. In speziellen Medientrainings gibt sie ihre Erfahrungen weiter und bereitet Personen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Verwaltung auf TV-Auftritte vor.

Modul 6

Twitter, Blogs & Co. – wie viel Web 2.0 braucht man in der Unternehmenskommunikation?

8. Februar 2011, 15 bis 18 Uhr

Social Media ist die neue Spielwiese für PR-Verantwortliche und Marketingfachleute. Bei diesem Seminar stehen die Kommunikationswege in Social Networks und ihre Anwendungsmöglichkeiten im Mittelpunkt. Es werden die effektivsten Web 2.0-Plattformen und Communities vorgestellt und beispielhaft gezeigt, wie eine Social Media-Strategie in die bereits vorhandenen Kommunikationsstrukturen integriert werden kann. Anhand eines Praxisbeispiels wird zudem aufgezeigt, wie Soziale Netzwerke erfolgreich als zusätzliches Instrument in der Online-Kommunikation genutzt werden können. Dabei sind die entscheidenden Faktoren: Information in Echtzeit, Glaubwürdigkeit und Reputation.

Inhalte

- Social Media – die wichtigsten Plattformen
- Effektive Kommunikation in Social Networks
- Eine Social Media Strategie entwickeln und integrieren
- Best practise: Webseiten der Stadtwerke Duisburg AG/Duisburger Verkehrsgesellschaft AG

Referentinnen

Sarah Janine Flocke, Flocke Kommunikation Mülheim

Die PR-Fachfrau und ausgebildete Redakteurin berät KMU und Verbände hinsichtlich ihrer PR-Maßnahmen mit einem Schwerpunkt auf Social Media Kommunikation. Zuvor war sie als Pressereferentin und Online-Journalistin in Unternehmen und Verbänden tätig.

Daniela Bender, Stadtwerke Duisburg AG

Daniela Bender leitet die Online-Kommunikation der Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH (DVV) und ist damit für insgesamt neun Webseiten des Konzerns zuständig. Für die Stadtwerke Duisburg AG und die Duisburger Verkehrsgesellschaft AG hat sie erfolgreich den Eintritt in die Welt der Sozialen Netzwerke begleitet.



HAUS DER UNTERNEHMER

Modul 7

Corporate Publishing – Erfolgreiche Kommunikation mit eigenen Medien

15. März 2011, 15 bis 18 Uhr

Neurowissenschaftler stellen jüngst fest: Unser Gehirn liebt Geschichten. Geschlechtsübergreifend, altersunabhängig. Wer seine Kunden also wirklich ansprechen möchte, findet dafür (s)ein Medium: Die Kundenzeitschrift. Kunden- und auch Mitarbeiterzeitschriften („neudeutsch“: Corporate Publishing) können durchaus eine vergleichbare Qualität wie die Medien in der Bahnhofsbuchhandlung besitzen. Und sie können weit mehr: Sie berichten auch über ein Unternehmen, das etwas zu erzählen hat. Authentischer geht es nicht. Kunden- und auch Mitarbeiterzeitschriften sind überdies nicht teuer – schließlich halten sie zahlreiche Mehrwerte parat: Auf dem Weg zu ihnen entstehen Geschichten, die auch die Tages- oder Fachpresse interessiert, Teile können als News ins Internet fließen und wieder andere Teile finden sich in Flyern und Broschüren wieder. Der Aufwand ist überschaubar, der Nutzen crossmedial.

Inhalte

- Was steckt tatsächlich in einer Kundenzeitschrift?
- Wie hoch ist der zeitliche und wirtschaftliche Aufwand?
- Was bringt dem Unternehmen eine solche Zeitschrift?
- Gestaltung. Schreiben. Satz. Druck. Der Weg zum fassbaren Medium

Referent

Michael Bokelmann, Inhaber der Agentur wort:laut PR & Redaktion, Bottrop

Der Kommunikationswissenschaftler und volonteerte Redakteur war für zahlreiche Agenturen und Unternehmen als PR-Profi tätig und hat zugleich für unterschiedliche Medien als „fester freier“ Journalist gearbeitet. Er produziert Kunden- und Mitarbeitermedien – und ist nach wie vor journalistisch tätig.



HAUS DER UNTERNEHMER

ANMELDUNG

Seminarreihe „Professionelle Unternehmenskommunikation“

Hiermit melde ich mich verbindlich an

- für die komplette Seminarreihe mit 7 Modulen und profitiere dadurch vom Rabatt in Höhe von 20 Prozent
- für folgende Module einzeln
 - Modul 1
 - Modul 2
 - Modul 3
 - Modul 4
 - Modul 5
 - Modul 6
 - Modul 7

Name, Vorname.....

Firma.....

Anschrift.....

E-Mail.....

Telefon.....

Fax.....

Unterschrift.....

Kontakt

HAUS DER UNTERNEHMER GmbH
Heike Schulte ter Hardt
Tel: 0203 6082-204
Email: schulteterhardt@haus-der-unternehmer.de

Anmeldung

per Fax: 0203 355714
per Post: HAUS DER UNTERNEHMER GmbH
Düsseldorfer Landstraße 7
47249 Duisburg

Umbuchungen/Stornierung von Seminaren

Umbuchungen von einem Seminartermin auf einen späteren sind nur einmalig bis 2 Wochen vor Seminarbeginn möglich. Stornierungen können kostenlos bis zu 2 Wochen vor Seminarbeginn erfolgen. Bei noch kurzfristigeren Umbuchungen und Stornierungen ist die volle Seminargebühr zu entrichten. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Haus der Unternehmer GmbH finden Sie im Internet unter www.haus-der-unternehmer.de im Impressum.