

Medientraining: Die eigene Medienwirksamkeit steigern

Resultat-Workshop

Dieser Workshop wird nur firmenspezifisch durchgeführt. Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Mitarbeitenden erarbeiten wir die besten Lösungen zu aktuellen Herausforderungen und Aufgabenstellungen.

Vorgehen

Sie schildern uns Ihre Erwartung an den Nutzen des Workshops. Wir erstellen dann ein unverbindliches Angebot.

Daten

Termin, Ort: zu vereinbaren

Dauer: 2 Tage

Gebühr: gemäss Offerte

Projektanfragen

Telefon: +41 71 225 40 80

E-Mail: inhouse@sgbs.ch

Internet: www.sgbs.ch/ws65

Zielgruppe

Das Intensivtraining richtet sich an Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung sowie an Unternehmer und obere Führungskräfte, die in der Öffentlichkeit und gegenüber TV/Hörfunk/Print-Journalisten ihr Unternehmen nach Aussen hin vertreten.

Der Workshop trainiert professionelles Verhalten gegenüber Printmedien, Hörfunk und Fernsehen anhand von häufigen, realistischen Szenarien, die auf die Branchen der ca. 6 anwesenden Teilnehmenden angepasst werden. Die Arbeit gegenüber Medienvertretern wird der konkreten Situation nachempfunden. Dabei steigern sich die Inhalte von Pressemitteilungen über «Nachrichten-O-Töne», Pressekonferenz/Interviews bis hin zur realistischen medialen Krisenbewältigung im Unternehmen.

Konzeption

Wo normale Öffentlichkeitsarbeit aufhört, fängt das St.Galler Intensivtraining zur Steigerung der eigenen Medienwirksamkeit an. An zahlreichen Beispielen der aktuellen Presse erleben wir immer wieder, wie entscheidend ein medialer Auftritt für die eigene Person, das Unternehmens-Image, für eine Marke und damit oft für das gesamte Unternehmen ist. Mögliche schwierige Situationen im Verlauf der Unternehmensentwicklung gibt es dabei zu Genüge: Verfehlt finanzielle Erwartungen, an die Öffentlichkeit getragene personelle Probleme, Produktmängel, Managementverfehlungen, Umweltskandale – ob wahr oder nicht: Schnell kann aus einer ungeschickten Reaktion eine Krise entstehen.

Nur wer schon lange vorher weiss, worauf es bei Journalisten ankommt und wie im Ernstfall tatsächlich optimal Rede und Antwort gegeben wird, kann sein Unternehmen wirkungsvoll vertreten, Gefahren abwenden und Chancen nutzen.

Um die Szenarien möglichst realistisch zu gestalten, finden Pressekonferenzen mit Medienvertretern vor Kamerateam und Mikrofon statt. Die Fernsehsituationen werden mit Berufsjournalisten i.d.R. im Sendestudio von RTL/ntv Süd durchgeführt.

Themen im Überblick

- so schaffen Sie die Basis für professionelle Medienauftritte
- die Spielregeln der Medien kennen
- wie Medien Unternehmen im Krisenfall darstellen – Was tun, wenn Reporter und Kamerateams bereits auf sie warten?
- die Dramaturgie eines Auftrittes und mediale Fallstricke
- Kameraauftritte, Presse- und Radio-interviews locker und doch höchst wirksam meistern
- Botschaften sympathisch kommunizieren, komplizierte Fakten einfach mit Bildern, Assoziationen und Emotionen auf den Punkt bringen
- wie Informationen statt Aufregung oder Nervosität transportiert werden
- Interviews mit kritischen Gesprächspartnern in Radio und TV
- die Pressekonferenz: Von der Planung bis zu brenzligen Fragen

