

## IHRE DOZENTEN

Luise Richard, Diplom-Agraringenieurin und Freie Journalistin (DJV). Langjährige Erfahrung als Fachredakteurin; seit 2004 Redaktionsbüro mit den Schwerpunkten Landwirtschaft, Ernährung & Gesundheit sowie Soziale Arbeit. PR für Messen, Unternehmen und Verbände, VHS-Dozentin. [www.drentext-kommunikation.de](http://www.drentext-kommunikation.de)

Maike Frie, PR-Beraterin (DPRG) und Lektorin (ADM, Mitglied im VFLL). Dozentin in Schreibwerkstätten und an verschiedenen VHS, früher Texterin für Unternehmen und Agenturen, inzwischen freiberufliche Autorin. [www.skriving.de](http://www.skriving.de)



© Foto: Sandra Konold

Luise Richard

Maike Frie

Zwei Medienprofis mit Erfahrung in journalistischer und PR-Arbeit, mit Kenntnissen in Vereinsarbeit und Unternehmenskommunikation zeigen, wie es geht.

Sprechen Sie uns auch gerne an, wenn Sie ein Inhouse-Seminar wünschen.

Luise Richard, Telefon: 02508/99 37 34  
Maike Frie, Telefon: 02501 / 972 57 05

## WORKSHOP-ÜBERSICHT

### PR für die Praxis – Einführung

Montag, 19. September 2016  
16.30-21 Uhr, Preis 69,00 Euro (inkl. MwSt.)

### Homepage-Gestaltung und Internet-Texten

Dienstag, 20. September 2016  
14-21 Uhr, Preis 99,00 Euro (inkl. MwSt.)

### Social Reporting

Mittwoch, 21. September 2016  
10-16 Uhr, Preis 89,00 Euro (inkl. MwSt.)

### Krisenkommunikation

Donnerstag, 22. September 2016  
10-16 Uhr, Preis 89,00 Euro (inkl. MwSt.)

Rabatte bei 2 oder mehr Seminaren möglich.  
Inkl. Handout und Fortbildungszertifikat.

### Seminarort:

Königskinder e.V.  
Sankt-Mauritz-Freiheit 24  
48145 Münster

Getränke werden gestellt.

### Kontakt:

Luise Richard  
[www.drentext-kommunikation.de](http://www.drentext-kommunikation.de)  
E-Mail: [info@drentext-kommunikation.de](mailto:info@drentext-kommunikation.de)  
Telefon: 02508/99 37 34  
Fax: 02508-993735

Maike Frie  
[www.skriving.de](http://www.skriving.de)  
E-Mail: [frie@skriving.de](mailto:frie@skriving.de)  
Telefon: 02501 / 972 57 05

Verbindliche Anmeldung bitte mit beiliegendem Formular (schriftlich, per Mail oder Fax) bis zum 5. September 2016. Sie erhalten eine Anmeldebestätigung. Die Teilnehmergebühr ist bis zum Seminarbeginn zu entrichten. Stornierungen sind bis 10 Tage vorher möglich. Wir behalten uns eine Absage aus wichtigen Gründen vor.

## WORKSHOP-REIHE 2016

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

PR

„Wer gesehen werden will, muss auf sich aufmerksam machen“



DURCHBLICK für

PR und Öffentlichkeitsarbeit  
Texten fürs Internet  
Social Reporting  
Krisen-Kommunikation

© Foto-Kunst-Grafik, Gisela Schäper

PR-Schulungen für Unternehmen, Vereine, Institutionen, Selbstständige und andere Interessierte

In den Seminaren geben versierte Praktiker eine Einführung in PR und Öffentlichkeitsarbeit in ihren unterschiedlichsten Facetten. Beispiele aus dem Arbeitsalltag und praktische Übungen runden die Workshops ab.

## STIMMEN AUS BISHERIGEN SEMINAREN

- „Das Seminar hat mir sehr gut gefallen und mein Interesse an der Öffentlichkeitsarbeit ... weiter gesteigert.“
- „Herzlichen Dank für dieses Seminar. Eine Fortsetzung wäre toll!“
- „Ich habe neue Erkenntnisse erworben und neue Erfahrungen gemacht.“
- „... hoher Nutzen für meine tägliche Praxis.“
- „Angenehme Moderation. Viele Praxisbeispiele.“
- „Wie Sie die Schulung geleitet haben, ist sehr gut angekommen.“
- „... die Teilnehmer haben viele Tipps und Vorschläge mitgenommen.“
- „Eine wunderbare Bereicherung für mich“
- „Nochmals herzlichen Dank an Sie und Frau Frie für das sehr gute Seminar am Freitag und die vielen hilfreichen Tipps! Ich habe von allen Teilnehmern sehr positive Rückmeldungen bekommen.“

# PRAXISNAHE WORKSHOPS

01

## PR FÜR DIE PRAXIS EINFÜHRUNG

Montag, 19. September, 16.30-21 Uhr

Was wollen Mediennutzer erfahren? Was wollen Sie ihnen mitteilen? Und wie überzeugt man die „Gatekeeper“ in den Redaktionen von der eigenen Pressearbeit? In dieser Einführungsveranstaltung werden die Grundlagen für eine erfolgreiche Medienarbeit vorgestellt. Denn Public Relations (PR) ist viel mehr, als ab und zu Pressemitteilungen zu verschicken. Sie erhalten – auch anhand von praktischen Beispielen – nützliches Basiswissen u. a. zum Aufbau einer Pressemitteilung, zur Kontaktpflege mit Journalisten und zu Pressebildern.

Weitere Themen im Einführungsvortrag sind: Welche Anlässe lassen sich für Pressearbeit nutzen? Wie erstellt man einen sinnvollen Presseplan? Welche Medien sind außer den regionalen Tageszeitungen für mich geeignet? Wie schreibt man eine gute Pressemitteilung und was unterscheidet sie von einem Feature oder einem Bericht? Was für journalistische Schreibkonventionen gibt es? Nur wer weiß, wie Redaktionen „ticken“, kann mit seiner PR überzeugen.

Bringen Sie gerne konkrete Fragen und Themen mit.

02

## HOMEPAGE-GESTALTUNG & INTERNET-TEXTEN

Dienstag, 20. September, 14-21 Uhr

Ohne Internet geht's offenbar nicht mehr: Wer Informationen braucht, schaut heutzutage zuerst ins Netz. Da müssen die Inhalte – Texte und Bilder – die Nutzer fangen und fesseln. Im Trend liegt dabei die sogenannte One-Page-Website. Egal, ob „nur“ eine digitale Visitenkarte, eine umfangreiche Internetseite mit Unterseiten oder ein interaktiver Blog: In diesem Workshop werden anhand konkreter Tipps und Checklisten zur Benutzerfreundlichkeit bereits vorhandene Internetseiten überprüft und neue geplant.

Bitte bringen Sie dafür möglichst einen Laptop mit und/oder Ausdrucke, Beispielbilder und Texte. Nach einer kurzen Einführung mit vielen Beispielen geht es in die konkrete Arbeit an den eigenen Projekten.

Mit dem Redaktionssystem Jimdo lässt sich direkt vor Ort eine einfache, kostenfreie Internetseite anlegen; wie man mit WordPress (ebenfalls kostenfreies Redaktionssystem, das besonders gut für Blogs geeignet ist) arbeiten kann, wird anhand einer Beispielseite gezeigt.

03

## SOCIAL REPORTING

Mittwoch, 21. September, 10-16 Uhr

Gemeinnützige und Soziale Organisationen legen regelmäßig Rechenschaft ab, um über die Verwendung von Spenden- oder Steuergeldern zu berichten, Mitglieder zu gewinnen und zu halten und für ihre Idee zu werben. Der Jahresbericht ist dabei ein wichtiges Instrument der externen Berichterstattung. Darüber hinaus geht es immer mehr auch darum, die Wirkungen der sozialen oder gemeinnützigen Arbeit zu reflektieren und zutreffend zu beschreiben. Erst das überzeugt und rechtfertigt weitere Unterstützung.

Seit einigen Jahren gibt es den Social Reporting Standard (SRS), der Empfehlungen für eine einheitliche Berichterstattung von Non-Profit-Organisationen formuliert. In diesem Workshop lernen Sie diesen wirkungsorientierten Berichtsstandard kennen und erfahren, wie Sie ihn für Ihre Organisation nutzen und anwenden können. Sie erhalten wertvolle Hinweise auf schlummerndes Entwicklungspotenzial in Ihrer Organisation.

Wer eigene Texte oder Textideen mitbringt, kann nach den Vorgaben des SRS daran feilen und erhält Hilfestellung dabei.

04

## KRISENKOMMUNIKATION

Donnerstag, 22. September, 10-16 Uhr

Krisen treffen nicht nur die Großen oder besonders anfällige Branchen. Wer mit Public Relations (PR) überzeugen und Vertrauen aufbauen will, schafft das nur mit Offenheit und Transparenz. Das gilt besonders im Fall einer Krise.

In einer Einführung werden diese Themen behandelt: Was ist eine Krise und wie kündigt sie sich an? Wie verhalte ich mich dann gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Medien? Wie wird man von den Medien als ehrlicher Ansprechpartner wahrgenommen? Und wie vermeide ich, dass meine Entscheidungen überhaupt zur öffentlichen Krise werden?

Im Praxisteil des Workshops lernen Sie anschließend Grundlegendes über die Zusammenarbeit mit den Medien sowie über vorbeugende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Beispiele für Krisen-PR werden geübt: durch Interviewtraining vor dem Mikrophon und durch das Schreiben von Pressemitteilungen.