



Jörg-Michael Junginger
(→ S. 6)

Eine Flut von Medienanfragen, überraschte, entsetzte oder gar schockierte Mitarbeiter, die Unternehmensführung in Aufruhr. Der Krisenfall ist da! Nun steht die Glaubwürdigkeit des Unternehmens, seiner Manager und der Marke mit ihren Kernwerten auf dem Spiel. Eine heikle Situation, die operativ und kommunikativ bewältigt werden muss. Die Zuständigkeit und das Vertrauen in das unternehmerische Handeln werden infrage gestellt. Da ist entscheidend, schnell zum Mitgestalter des Geschehens zu werden, aus der bloßen Reaktion auf die Krisensituation so schnell wie möglich herauszufinden. Im Seminar lernen Sie unter Anleitung eines erfahrenen Praktikers und Trainers, wie Sie sich auf Stunde X vorbereiten und wie Sie im Fall der Fälle zielgerichtet agieren.

Methodik

Teilnehmererfahrungen und praktische Themen aus dem Teilnehmerumfeld stehen bei der Gruppenarbeit im Vordergrund. Basis des Seminars bilden praxisbezogene Einführungreferate. Ergänzt werden diese durch Fallstudien, Ad-hoc-Monologe, Lemdialoge, Interviews, Gruppenarbeit und Rollentausch.

Zielgruppe

Das Seminar ist geeignet für Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, Pressesprecher und Kommunikationschefs sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Agenturen.

Inhalte

Änderungen vorbehalten!

eintägig:

9.00 – 17.00 Uhr; inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

zweitägig:

1. Tag 10.00 – 18.00 Uhr; inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

2. Tag 9.00 – 17.00 Uhr; inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

Ruhe vor dem Sturm

- Was macht Krisen aus?
- Auslöser und Aufhänger, Verarbeitung
- Sensoren und Stimmungen/ Krisenprävention
- Krisenradar und Themenmanagement
- Risikoabschätzung
- Antizipative Strategien
- Pläne und Handbücher für Krisenszenarien

Die akute Krisenphase

- D-Day – wie rasch sind Sie handlungsfähig?
- Wie werden wir wahrgenommen? Die ersten Stunden entscheiden
- Senden unter Druck! Inhalte der Krisen-PR in der akuten Phase
- Der „Industrie-Irrtum“, eine öffentliche Sachdiskussion zu führen
- Was Medien wirklich wollen! Verantwortliche zwischen Botschaft, Quote und Unterhaltungswert
- Notfallstatement, Erstmeldung oder wegducken? – Senden oder schweigen?

> Hinweis: Das eintägige Seminar verdichtet die hier dargestellten Inhalte.



Workshop Krisen-PR Oktober 2010

Nach der Krise ist vor der Krise

- Stärken und Schwächen und Struktur und Verantwortlichkeiten? Alarm-, Melde- und Kommunikationswege?
- Evaluation von Krisen-PR. Was taugten Botschaften und Handbücher?
- Wie reagierten Sie auf kommunikatives Störfeuer? Sind Ihre Schutzschilde intakt?



Teilnehmerstimme:

„Der Workshop zeigt gnadenlos die Schwächen bei einem so wichtigen Thema auf. Insbesondere PR-Spezialisten müssen sich und ihrem Arbeitgeber regelmäßig den „Spiegel“ vorhalten.“

Karsten Wurzer, kohlpharma



Ich melde mich zu folgendem Seminar, Intensivkurs bzw. Tagung an und akzeptiere die AGB*:

Public Relations (PR)	<p>1. Agenda Setting erfolgreich umsetzen</p> <ul style="list-style-type: none"> 12. Mai 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Corporate Social Responsibility</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>3. Effektive Pressearbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 650 Euro 20.–21. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 650 Euro <p>4. Issues Management</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>5. Krisen-PR – Kontroversen, Konflikte, Krisen</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–6. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>6. PR und Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> 15. April 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 11. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>7. Professionelle PR-Konzepte</p> <ul style="list-style-type: none"> 6.–7. Juni 2011 Berlin Preis: 910 Euro 21.–22. November 2011 Berlin Preis: 910 Euro <p>8. Reden schreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Mai 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro 5. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro <p>9. Rhetorik im Mediumgang</p> <ul style="list-style-type: none"> 23.–24. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 910 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>10. Schreibtraining für PR-Profis – Journalistisches Schreiben in Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> 11.–12. April 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 16.–17. Juni 2011 München Preis: 850 Euro 20.–21. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 1.–2. Dezember 2011 München Preis: 850 Euro <p>11. Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–20. Mai 2011 München Preis: 850 Euro 17.–18. November 2011 München Preis: 850 Euro <p>12. Vertriebsunterstützende PR</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 11. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 	Interne Kommunikation (IK)	<p>1. Den Change-Prozess erfolgreich treiben</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Employer Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>3. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte (1. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 17.–19. März 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 6.–8. Oktober 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>4. Interne Kommunikationsinstrumente (2. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.–9. April 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 3.–5. November 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>5. Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>6. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation (3. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–21. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 1.–3. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro 	Intensivkurs Interne Kommunikation	<p>Intensivkurs Interne Kommunikation</p> <p>Modul I: Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte</p> <ul style="list-style-type: none"> 17.–19. März 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 6.–8. Oktober 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Modul II: Interne Kommunikationsinstrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.–9. April 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 3.–5. November 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Modul III: Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–21. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 1.–3. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Gesamter Intensivkurs (Modul I - III)</p> <ul style="list-style-type: none"> Düsseldorf 2.100 Euro Frankfurt/Main 2.100 Euro <p>> Preisübersicht Intensivkurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 Module = 2.100 Euro 2 Module = 1.590 Euro 1 Modul = 890 Euro
Onlinekommunikation (OK)	<p>1. Corporate Media 2.0: Wie das Internet die Unternehmenskommunikation verändert</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Grundlagen und Strategien der Social Media (1. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–7. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 6.–8. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>3. PR und Social Media – den Hype auf den Boden der Praxis bringen</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>4. Schreiben für Onlinemedien</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>5. Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung (2. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.–18. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 10.–12. November 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>6. Wie generiere ich Content für Social Media?</p> <p>Von der Strategie zur Praxis</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 	Intensivkurs Social Media	<p>Modul I: Grundlagen und Strategien der Social Media</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–7. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 6.–8. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Modul II: Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.–18. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 10.–12. November 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Gesamter Intensivkurs (Modul I - II)</p> <ul style="list-style-type: none"> Düsseldorf 2011 1.600 Euro 		
K2-Tagungen	<p>Interne Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 26. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Krisenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Onlinekommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 16. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro 	Intensivkurs Social Media	<p>Interne Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 26. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Krisenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Onlinekommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 16. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro 		

*Ab der 3. Buchung innerhalb eines Kalenderjahres gewähren wir diesem Teilnehmer einen 15%igen Rabatt.

* Hinweis: Alle Veranstaltungspreise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Rabatte für Frühbücher und Mitglieder ausgewählter Fachverbände finden Sie in den AGB → S. 40.

Ich bestelle das Buch/die Bücher:

Bücher	<input type="checkbox"/> Sprich mit mir 24,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Instrumente und Techniken der Internen Kommunikation 29,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Trendmonitor Interne Kommunikation 95,00 Euro Anzahl: ____
	<input type="checkbox"/> Führungskommunikation, Dialoge 39,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> The Race – Change Management mit dem ChangeModeler 29,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Social Media in der Unternehmenskommunikation 29,90 Euro Anzahl: ____
	<input type="checkbox"/> Souveräne Markenführung 24,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Interne Kommunikation – Die Kraft entsteht im Maschinenraum 26,90 Euro Anzahl: ____	Bei Bestellung eines Buches fallen zusätzlich 2,95 EUR für Verpackung und Versand an. Sie erhalten eine Buchungsbestätigung und eine Rechnung.

Ihre Daten

Name | Vorname _____

Titel _____

Firma | Institution _____

Funktion | Abteilung _____

Straße | Postfach _____

PLZ | Ort _____

Telefon | Telefax | E-Mail _____

Ort | Datum | Unterschrift _____

Abweichende Rechnungsadresse

Name | Vorname _____

Titel _____

Firma | Institution _____

Funktion | Abteilung _____

Straße | Postfach _____

PLZ | Ort _____

Ort | Datum | Unterschrift _____