



Jörg-Michael Junginger, Matthias Kutzscher (→ S. 6)

27. April 2012 | Düsseldorf · Courtyard by Marriott Seestem | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.
19. Oktober 2012 | Frankfurt · NH Frankfurt City | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.
Teilnehmerzahl: 6 – 14

Seminar

PR



Workshop Krisen-PR Oktober 2010

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 Einführungsreferate. Ergänzt werden diese durch Fallstudien, Ad-hoc-Monologe, Lerndialoge, 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!

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 wegdrücken? – Senden oder schweigen?

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

„Informativ, anschaulich, praxisnah. Herr Junginger hat sich auf die Bedürfnisse der Teilnehmer eingestellt und sein Programm dahingehend ergänzt. Super.“

Julia Danne, HWK Hildesheim-Südhardeleben