

## Rhetorik im Medienumgang

Seminar

4. Juni 2012 | Düsseldorf - Courtyard by Marriott Seestern | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.  
19. Oktober 2012 | Frankfurt - NH Frankfurt City | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.  
Teilnehmerzahl: 6 – 10

PR



Norbert L. Esser (→ S. 6)



Norbert L. Esser im Seminar Rhetorik im Medienumgang im Oktober 2010

Vergebene Chancen, vor Millionen von Menschen eigene Botschaften zu vermitteln, begegnen uns täglich im Fernsehprogramm. Weil der Auftritt inhaltlich, rhetorisch und im Erscheinungsbild schlecht vorbereitet ist, weil unprofessionell mit hoch professionellen Medien – und damit der breiten Öffentlichkeit – kommuniziert wird. Doch wie bereitet man sich vor? Wie verhält man sich rhetorisch, wenn man plötzlich mit Kamera und Mikrofon konfrontiert oder in einer Diskussionsrunde scharf angegriffen wird? Was erwarten die Medien, wie vermittelt man Botschaften kompetent, glaubwürdig und verständlich? Wie findet man persönliche Akzeptanz? Fragen, auf die dieses Seminar detailliert eingeht – und die vor allem anhand von teilnehmerbezogenen, praktischen Beispielen behandelt und in Übungen umgesetzt werden. Die Teilnehmer

verbessern ihren Auftritt, ihre Wirkung und ihre persönliche Sicherheit – und damit ihre Erfolgschancen.

### Inhalte

Änderungen vorbehalten!

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

„It's not what you say, it's what they hear“

- Was Journalisten und das breite Publikum erwarten
- 5-Satz-Technik, unterschiedliche 5-Satz-Strukturen
- Tipps zur Argumentation
- Die Formulierung von Kernbotschaften
- Das 30-Sekunden-Statement
- Das Krisen-/ Notfall-Statement

„Und was sagen Sie dazu?“

- Die zielgerichtete Vorbereitung
- Klärung der Rahmenbedingungen
- Frage- und Antworttechniken
- Tipps für Krisensituationen
- Blocken, Überbrücken, Kreuzen
- Schlagfertigkeit
- Das Interview/ Todsünden im Interview
- Lampenfieber und Blackout
- Reaktion auf Nachfragen

Machen Sie „eine gute Figur“

- Die Bedeutung nonverbaler Kommunikation
- Überzeugendes Verhalten, speziell bei TV-Auftritten

• Wirkungsvolles Sprechen/ wie Wörter wirken  
**Krisenkommunikation „live“**

**Besondere Herausforderungen in besonderen Situationen**

- Der Unglücksfall mit Opfern
- Tipps für einen kühlen Kopf, wenn es heiß her geht
- Die Krisen-Pressekonferenz
- Das TV-Streitgespräch, die TV-/ Podiums-Diskussion
- Zwischenrufe/ Störungen, unerwartete Einwände, negative Redewendungen

**Verhalten am Ende von Statements, Interviews oder TV-Diskussionen**

### Methodik

Ausgewogener Wechsel von Lerndialog und Gruppenarbeit. Individuelle Teilnehmererfahrungen und praktische Themen aus dem Teilnehmerumfeld stehen bei der Gruppenarbeit im Vordergrund.

### Zielgruppe

Kommunikationschef, Pressesprecher, Vorstände und Geschäftsführer, die sich den Medien stellen müssen.



### Teilnehmerstimme:

„Der Workshop vermittelt praxisnah wertvolle Hinweise und Tipps im Umgang mit Medien. In Übungen wird das Gelernte direkt vertieft und so die Teilnehmer für die Herangehensweise im Tagesgeschäft trainiert. Äußerst wertvoll.“

Kajo G&B KWL - Kommune Wasserwerke Leipzig GmbH