



MILESTONES  
IN PUBLIC RELATIONS



## Medien- und Krisen PR -TRAININGS

PRA GMBH. ■  
WWW.MINC.AT  
OFFICE@MINC.AT  
UID-NR. ATU 642 590 37

ALSERSTRASSE 32/3 ■  
A-1090 WIEN  
T + 43 1 890 0429-0  
F + 43 1 890 0429-10

AN DER SONNLEITHEN 16 ■  
A-4020 LINZ/DONAU  
T + 43 70 34 83 02  
F + 43 70 34 83 02-77

BANKVERBINDUNG ■  
RAIFFEISENLANDESBANK OÖ  
KONTO NR. 0266 4985  
BLZ: 34000

## MEDIENTRAINING

*Glaubwürdigkeit ist das oberste Ziel in der Unternehmenskommunikation.*

**Öffentlichkeitsarbeit wird für Unternehmen immer wichtiger.** Public Relations sind heute zentrale Themen für den **Unternehmenserfolg**. Gilt es doch die Beziehungen zu den verschiedenen Stakeholdern, unter anderem mit den **Medien**, aufzubauen und zu pflegen. **Transparenz und Authentizität** rücken in den **Fokus von Kommunikationsprofis**. Paul Holmes rät den Verantwortlichen: „Bei allem was sie tun, schreiben oder sagen – handeln sie immer so, als würden sie damit auf die erste Seite der Financial Times oder des Wall Street Journal kommen.“ Die Teilnehmer werden in diesem Medientraining darauf vorbereitet.

## KRISENKOMMUNIKATIONS-TRAINING

*„Krisen sind kein Notfall, sondern der Normalfall.*

*Firmenchefs müssen umdenken  
und sich als Kommunikatoren begreifen.“ Prof. Dr. Claudia Mast*

Jedes Unternehmen ist in irgendeiner Form in der **Öffentlichkeit** präsent, Tendenz steigend. Paul Holmes spricht, diese Entwicklung beschreibend, von „the age of transparency“. Mit der **Transparenz** kommen logischerweise Risiken mit ins Spiel und mit ihnen die kommunikativen Verstärker, die Medien. Die Handlungsanleitung für Unternehmen muss heute lauten: **rechtzeitig vorsorgen, aktiv handeln, Menschen trainieren** - Es geht um die **Entdramatisierung der Krise, noch bevor sie entsteht**. Trainieren Sie den Ernstfall und profitieren Sie von drei erfahrenen Kommunikationsprofis.

## REFERENTEN

Das Beraterteam setzt sich aus **drei professionellen Trainern** zusammen: einer Spezialistin für Unternehmenskommunikation, einem Topjournalisten aus dem Printbereich und einem Spitzenreporter eines elektronischen Mediums. Sie stehen mit ihrem Know-how stets kritisch, fordernd und fördernd zur Seite.



GERLINDE WIESNER, MSc

Seit über zehn Jahren als PR-Beraterin tätig. Schwerpunkte in der Beratungstätigkeit: Corporate Publishing, Reputationsmanagement und Trainings. Vermittelt in diesem Seminar Grundlagen zur Unternehmenskommunikation, mit Fokus auf Media Relations.



WERNER BENINGER

Freier Journalist mit Schwerpunkt investigativer Journalismus. Schreibt für FORMAT, KURIER und Oö. Nachrichten. 30 Jahre Erfahrung in österreichischen Tages- und Wochenmedien, u.a. Wochenpresse, Salzburger Nachrichten, NEWS, zuletzt Chefreporter der Oö. Nachrichten, davor Chefreporter „Die Presse“. Fast 20 Jahre in der Journalistenausbildung tätig.

Ein Spitzenjournalist aus dem elektronischen Bereich (ORF) vermittelt Ihnen Wissen, Tipps und Tricks für Radio und Fernsehinterviews.

## THEMEN Medientraining

### **Basiswissen und Einführung in die Media Relations**

- Welche Arten von Medienwerkzeugen gibt es, klassische und neue Formen?
- Wie ist Medienarbeit in der Gesamtkommunikation eines Unternehmens eingebettet?
- Richtiges Verhalten mit den Medienvertretern – does and dont´s

### **Public Relations aus redaktioneller Sicht**

- Wann und wie wird der Journalist auf IHRE Story aufmerksam?
- Welche Merkmale kennzeichnen gute PR - aus Sicht eines Redakteurs?
- Was erwarten Journalisten von einem Unternehmen?

### **Medienlogik, Mediengerechte Sprache**

- Wie ticken die Medienmacher? Tipps und Tricks für den richtigen Umgang.
- Kurz und verständlich - welche Interviewpassagen werden herausgeschnitten.
- Das Richtige sagen, nicht die Nerven verlieren, nicht den roten Faden verlieren.

## THEMEN Krisen PR

### **Basiswissen und Einführung in die Krisenkommunikation**

- Was wird unter Krisenkommunikation verstanden?
- Wie entstehen Krisen? Das Wesen einer Krise? Welche Arten von Risiken gibt es?
- Wie ist Krisen PR in der Gesamtkommunikation eines Unternehmens eingebettet?
- Richtiges Verhalten in der Krise – does and dont´s

## Krisen PR aus redaktioneller Sicht

- Wann und wie wird der Journalist aufmerksam, dass sich „eine Krise anbahnt“?
- Welche Merkmale kennzeichnen Krisen PR - aus Sicht eines Redakteurs?
- Was erwarten Journalisten von einem Unternehmen im Fall einer Krise?
- Wie kann das Unternehmen zu einer guten Kommunikation beitragen?
- Best practise Beispiele eines adäquaten Umgangs in der Krise.
- Negativbeispiele wie sich Unternehmen nicht verhalten sollten.

THEMEN Pressegespräch

## Eine gute Vorbereitung ist der halbe Erfolg

- Checklist mit Eckdaten, Zuständigkeiten, zu erledigen bis, ...
- Das Wesen eines gezielten Pressegesprächs, veränderte journalistische Rahmenbedingungen
- Unternehmenskommunikation versus Medienpraxis
- Die richtige Auswahl der Medienvertreter: „Do not flood the media“
- Was kann ich für Journalisten vorbereiten: O-Töne, Fotos, Videos, Internet...
- Was leisten externe Dienstleister – einige Beispiele

## Die richtige Themenaufbereitung

- Was macht generell eine gute Story aus?
- Wie kann Ihr Thema gut aufbereitet werden. Recherche im Vorfeld – was
- Unter welcher Überschrift soll Ihr Thema „hängenbleiben“ ?
- Die richtige Gewichtung unterschiedlicher Argumente
- Verschiedene Interessen berücksichtigen – oder provozieren
- Verschiedene Mediengattungen erfordern eine unterschiedliche Aufbereitung.

## Übung macht den Meister

- Klare Fragen – klare Antworten. Kurze und verständliche Aussagen und Statements.
- Eindeutige Argumentationen und Geschichten, um mit dem Thema zu punkten.
- Wie bereite ich mich vor? Was muss ich vorher wissen?

## DER ABLAUF – Medientraining, Krisen PR

*„Man kann ein Auto nicht von innen anschieben“*

*Roland Berger*

Kurze Einführung in die Theorie der Unternehmenskommunikation, kommunikatives Basiswissen und die Medienlandschaft in Österreich. Diskutieren Sie mit uns über Ihre Erfahrungen mit den Medien, ob positiv oder negativ. Sie lernen in diesem Medientraining **die Welt der Journalisten besser zu verstehen**, Sie werden deren Anforderungen und Herausforderungen besser kennen lernen.

Nach dem **theoretischen Input und der Einführung in die Media Relations** werden **praktische Übungen** wie Interviews und dgl. durchgeführt. Wir untermauern die praktischen Übungen mit theoretischen Grundlagen und **vielen Praxisbeispielen**.

Nach einer Vorbereitungszeit geht jeder Teilnehmer **ein Interview für ein Print- bzw. ein elektronisches Medium** durch. Die Teilnehmer erhalten **wertvolles Feedback und hilfreiche Tipps**, um ihr Verhalten und den Umgang mit Medienvertretern zu optimieren.

Die Trainer erstellen aus der individuellen Interviewsituation heraus, an Ort und Stelle, jeweils einen **druckfertigen Zeitungsartikel bzw. sendefertigen Radiobeitrag** und **analysieren Aussage und Verhalten** des Interviewpartners.



## FAKTEN UND DATEN

### **WAS?**

Medien-Training / Krisen PR Training

### **MIT WEM?**

Gerlinde Wiesner, MSc  
Werner Beninger  
Journalist elektronisches Medium

### **WANN und WO?**

Nach individueller Vereinbarung

### **FÜR WEN?**

Geschäftsführer, leitende Angestellte, Funktionäre,  
Mandatare, Kommunikationsverantwortliche  
Max. 4 - 6 Teilnehmer

### **DAUER?**

ca. 6 Stunden

### **WIE VIEL?**

€ 3.600,-  
exklusive Ust.

### **KONTAKT:**

#### **Milestones in Public Relations**

Alser Straße 32/3  
A-1090 WIEN

Tel.: +43 1 890 04 29 – 0

Mail: [office@minc.at](mailto:office@minc.at)

[www.minc.at](http://www.minc.at)