

## WIE

- die Sichtbarkeit nach außen erhöhen?
- mit passenden Botschaften neue Zielgruppen erreichen?
- sich glaubwürdig als kompetenter Geschäftspartner positionieren?
- das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber empfehlen?
- komplexe Sachverhalte professionell visualisieren?

Auf diese zentralen Fragen liefert das Seminar überzeugende Antworten und „Best Practice“-Beispiele

### Ihre Referenten



**Detlev Spierling** ist Inhaber eines PR- & Redaktionsbüros ([www.torial.com/detlev.spierling](http://www.torial.com/detlev.spierling)). Vor seiner Selbstständigkeit arbeitete er als Pressesprecher und PR-Leiter eines Online-Dienstes und war als Print- und Online-Redakteur eines B2B-Magazins für einen namhaften Fachverlag tätig. Seit 2002 arbeitet er als freier Journalist für IT-Fachmedien sowie als PR-Berater überwiegend für IT-Unternehmen.



**Dr. Claudia Herrmann** ist Geschäftsführerin der AEON Verlag & Studio GmbH & Co. KG ([www.aeon.de](http://www.aeon.de)) und vornehmlich tätig in der Projektentwicklung und Projektbetreuung – aber auch an vielen Stellen in der Praxis der Video- und Fotoproduktion.

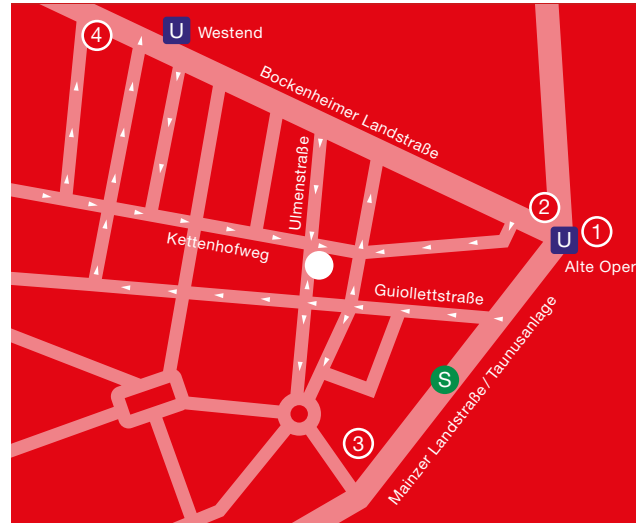


**Dr. Isolde Waltner-Kallfelz** betreut als Produktionsleiterin viele anspruchsvolle Kundenprojekte bei AEON – über alle Etappen der Produktion bis zur finalen Auslieferung und auch darüber hinaus.

## 4-mal im Jahr im Frankfurter Presseclub



Termine und Anmeldung online  
unter [www.viewservice.de/praxisseminar](http://www.viewservice.de/praxisseminar)



### Seminarort

Frankfurter PresseClub FPC e.V., „Palais Livingston“  
Ulmenstraße 20, 60325 Frankfurt a.M.

**Dauer:** ca. 4-5 Stunden

### Teilnehmerbeitrag

250,- € pro Person (zzgl. MwSt.; inkl. Seminarunterlagen,  
Snacks und Getränke)

**Telefonnummer für Rückfragen:** (0172) 66 46 046

### Haftung/Stornierungsmöglichkeiten

Ihre Anmeldung ist verbindlich. Sie können bis zwei Wochen vor der Veranstaltung kostenfrei stornieren, danach ist eine Rückzahlung des Teilnehmerbeitrags nicht mehr möglich. Es kann jedoch ein Ersatzteilnehmer benannt oder die Teilnahme auf eine nächste Veranstaltung verlegt werden. Der Veranstalter übernimmt keine Haftung, insbesondere nicht für Ansprüche aus Verschulden bei Vertragsschluss und positiver Vertragsverletzung, außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die Haftung ist – unabhängig vom Rechtsgrund – der Höhe nach auf den Teilnehmerbeitrag begrenzt.

# Professionelle Unternehmens- kommunikation für den Mittelstand

## in Print & Video

## Praxis-Seminar



Wie und auf welchen Kanälen können mittelständische Unternehmen das permanente mediale Grundrauschen am wirksamsten durchdringen?

[www.viewservice.de/praxisseminar](http://www.viewservice.de/praxisseminar)

### Journalistische Qualitätskriterien und Erfolgsfaktoren

„Eine Nachrichtenredaktion (Print oder TV) erhält pro Tag durchschnittlich mehr als 250 Pressemitteilungen, von denen 245 nicht gelesen werden.“ – Andrej Grabowski, ehemaliger stellvertretender Chefredakteur des TV-Senders N24.\*

### Sollen Ihre Pressemitteilungen mehr beachtet und veröffentlicht werden?

In diesem Seminar lernen Sie die vier gängigsten stilistisch-konzeptionellen Fehler kennen, die Unternehmen in ihrer externen Kommunikation immer wieder machen.

„Schreiben ist leicht. Man muss nur die falschen Wörter weglassen.“ Mit dieser ironischen Bemerkung brachte der Schriftsteller Mark Twain (1835–1910) treffend auf den Punkt, worauf es ankommt.

### Was zeichnet gute journalistische Texte aus?

Konkrete und anschauliche Antworten auf diese Frage liefern Prof. Eichinger (Direktor des Instituts für Deutsche Sprache), der US-amerikanische Journalist und Verleger Joseph Pulitzer (1847–1911) und andere Profis.

Auf dieser Basis und aus der Arbeit des Referenten werden im Seminar die wichtigsten redaktionellen Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien detailliert anhand (seriöser) Best-Practice-Beispiele erläutert. Dabei werden ausschließlich redaktionelle Print- und Online-Beiträge (Artikel überwiegend aus der Fachpresse) vorgestellt und besprochen (weder Advertorials oder andere Varianten von „Sponsored Content“ noch Beispiele aus der Boulevard-Presse).

Ergänzend vermittelt das Seminar weitere handwerkliche Grundlagen erfolgreicher Unternehmenskommunikation, z. B.:

- Sie erfahren, wie ein Exposé über einen redaktionellen Beitrag erstellt wird.
- Sie lernen gängige Mindeststandards für Gast- oder Autorenbeiträge kennen,
- was mit Storytelling gemeint ist und wie dieses Stilmittel funktioniert.
- Sie lernen die redaktionelle Bedeutung guten Bildmaterials wie erläuternder Infografiken etc. kennen und
- wie Sie per WhitePaper oder eBooks erfolgreich Leads im Web generieren können.

\* (Quelle: Zeitschrift „Kommunal“, 01-02/2018)

### An Videos führt heute kein Weg mehr vorbei – und rentable Möglichkeiten gibt es viele

Unternehmen können mit professionell produzierten und zielgerichteten Videos auf vielfältige Weise überzeugen – nach innen wie nach außen. Für Website, mobile Geräte und soziale Netzwerke – mit der richtigen Strategie rentieren sich Bewegtbilder.



Bewegte Bilder können

- die Distanz zum Unternehmen verringern,
- mithilfe von Storytelling und Bildsprache in kurzer Zeit kleine Geschichten erzählen und damit Nutzen sowie Ziele greifbar darstellen,
- komplexe Sachverhalte anschaulich und verständlich erklären und damit mehr Zeit für andere Aktivitäten frei geben,
- die Bekanntheit und das Image eines Unternehmens oder einer Marke nachhaltig steigern.

Mit vielen Beispielen aus der Praxis verschiedener Unternehmen werden im Seminar Nutzenanwendungen von Videos als Kommunikationsmedium im Geschäft erläutert. Es wird aufgezeigt, wie Filme wirtschaftlich produziert, publiziert und strategisch erfolgreich eingesetzt werden können.

Sie bekommen Antworten auf Fragen und Aspekte wie:

- Wen erreichen und wie am besten?
- Wie Filme geplant und vorbereitet werden
- Was bei Aufnahme und Produktion zu beachten ist
- Was zu Postproduktion und Composition gehört
- Einsatz, Verbreitung, Wiederverwertung und ROI

Ständiges Weiterlernen ist angesagt – für die Weiterbildung der vorhandenen Fachkräfte, zur stabilen Schulung weniger qualifizierter Aushilfskräfte und, und, und.

Gerade in kleinen und mittelständischen Unternehmen gehen aktuelle Kundenaufträge vor Weiterbildung. Videos bieten vielerlei Möglichkeiten, die Mitarbeiter gezielt, effektiv und nach eigener Zeiteinteilung weiterzubilden. In vielen Bereichen hat AEON videogestützte, maßgeschneiderte Weiterbildungsprogramme für Unternehmen und Institutionen entwickelt.

In Zusammenarbeit mit dem Heidelberg Collaboratory for Image Processing (HCI) der Universität Heidelberg organisiert AEON seit vielen Jahren auch wissenschaftliche Weiterbildungsveranstaltungen.

Von dieser über Jahre gewachsenen Kompetenz profitieren Sie als Seminarteilnehmer zusätzlich.

### Strategischer Einsatz von Videomaterial

Video-Content kann im Rahmen einer Kommunikationsstrategie für verschiedene Gelegenheiten wiederverwendet und immer wieder passende Videos können produziert werden. So kann die Nutzung über verschiedene Formate hinweg weiter ausgebaut werden.

Der Vorteil: wirtschaftliche Produktionsweise, stabile Brand-Unterstützung und hohe Reichweite. Der Mitarbeiter, Interessent oder Kunde kann auf diese Weise stets neu mit Ihrem Content in Kontakt kommen.

### Medientraining

Speziell für Unternehmer hat AEON mit der Moderatorin, Trainerin und Schauspielerin Margit Lieverz ein Medientraining entwickelt, in dem die Teilnehmer alles lernen, was ein Unternehmer braucht, um seine persönliche Botschaft im Video wirkungsvoll und authentisch zu präsentieren. Zwei Tage Intensivtraining werden mit einem Studiotag kombiniert, an dem Videos professionell produziert werden, die die Teilnehmer direkt einsetzen können.

