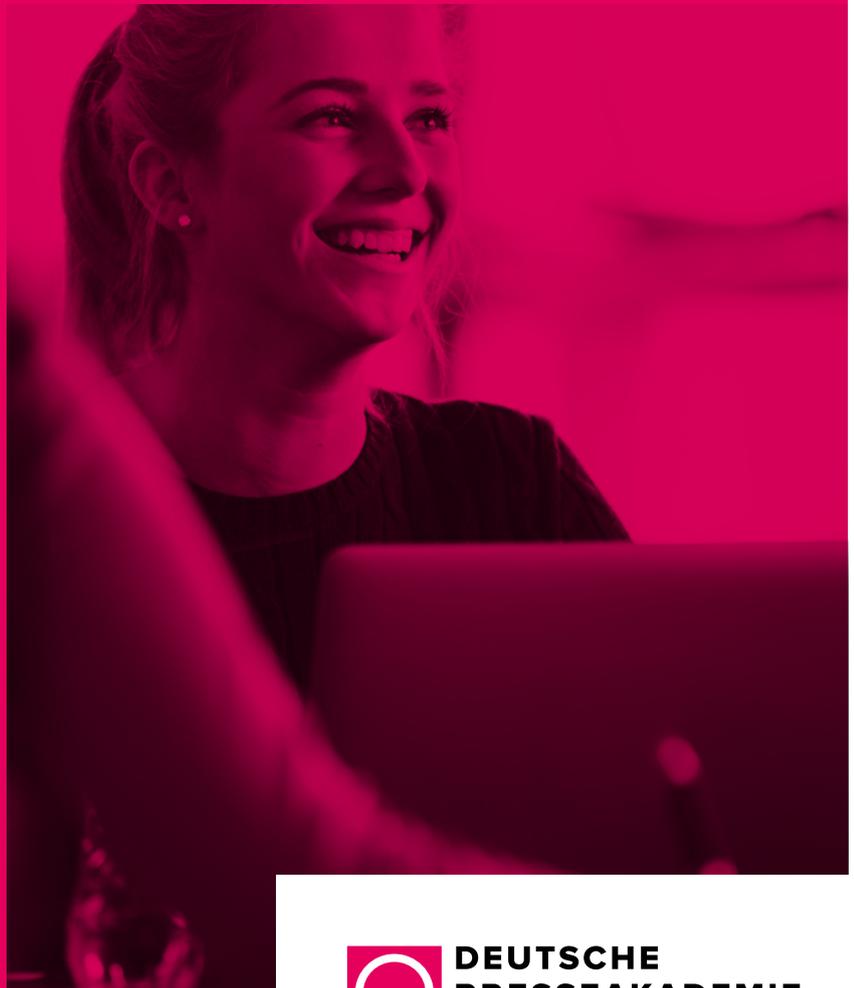


Programm 2019/2020

PR UND KOMMUNIKATIONS- MANAGEMENT

●
50+ E-Learnings
160+ Seminare
3 Studiengänge
14 Tagungen
100+ Referent*innen
6 Standorte



depak.de

 **DEUTSCHE
PRESSEAKADEMIE**
by Quadriga

KONTAKT

Beratung, Ideen & Feedback –
Sprechen Sie mich gerne an.

Felix Stache

depak – Deutsche Presseakademie
Tel +49 (0) 30-84 85 92 52
felix.stache@depak.de

-  Deutsche Presseakademie
-  realdepak
-  Deutsche Presseakademie
-  Deutsche Presseakademie (depak)
-  Deutsche Presseakademie

Melden Sie sich für unseren
kostenlosen Newsletter an:
depak.de/services/newsletter

Impressum

depak – Deutsche Presseakademie
Quadriga Media Berlin GmbH
Werderscher Markt 13
D-10117 Berlin

Tel +49 (0)30/44 72 95 00
Fax +49 (0)30/44 72 93 00
info@depak.de
www.depak.de

Geschäftsführer:
Rudolf Hetzel, Torben Werner

Credits
gettyimages, Jana Legler, Laurin
Schmid, Julia Nimke, Stephan
Baumann, Die Hoffotografen,
Ugur Orhanoglu, Kasper Jensen,
Mar Cerdeira, Simone Hutsch,
Oliver Lang

DIE DEUTSCHE PRESSE- AKADEMIE

hat sich als einer der größten Weiterbildungsanbieter für Public Relations und Kommunikationsmanagement in Deutschland etabliert. Bei uns erwarten Sie erfahrene Referent*innen, kleine Seminar- und Studiengruppen, ein modernes, stilvolles Lernumfeld, aktuelle Lerninhalte und -methoden sowie ein motiviertes Team, das Sie persönlich bei Ihrer Suche nach dem passenden Weiterbildungsangebot betreut.

Mit unseren Studiengängen, E-Learning-Kursen, Seminaren und Tagungen decken wir ein breites Spektrum klassischer und innovativer Themen aus dem Berufsfeld Kommunikationsmanagement ab. Das Programm richtet sich an Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, Institutionen, Verbänden und Agenturen, die sich und ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit überzeugend darstellen wollen.



Welche Fragen haben Sie?
Wir freuen uns auf Ihre Inspiration:
keepquestioning@depak.de

DAS QUADRIGA NETZWERK

Ihr starker Partner für Berlin

Als Teil des international ausgerichteten Unternehmens Quadriga, dem Knowledge-Hub für exzellente Bildung, Information, Vernetzung und Business-IT-Lösungen, profitiert die Deutsche Presseakademie von einem einzigartigen Businessnetzwerk.

Quadriga Hochschule Berlin

Die Quadriga Hochschule Berlin ist eine private Hochschule für Management in den Bereichen Public Relations und Kommunikation, Politik und Public Affairs, Human Resources, Vertrieb und Marketing. Die staatlich akkreditierte Hochschule leistet interdisziplinäre Wissensvermittlung und einen hohen Praxisbezug in Forschung und Lehre. Die Studierenden profitieren von einem starken Netzwerk zur Karriereförderung in den jeweiligen Berufsfeldern. Neben drei berufsbegleitenden Master- und MBA-Studienprogrammen mit insgesamt acht Vertiefungen werden zahlreiche Weiterbildungsformate auf Executive Education Level angeboten, wie Konferenzen, Certified Executive Programmes oder Business Festivals.

Als eine von Deutschlands führenden Hochschulen im Leadership-Bereich wurde die Quadriga Hochschule Berlin als „Top Business School Deutschlands“ von DEUTSCHLAND TEST im Jahr 2017 ausgezeichnet. www.quadriga-hochschule.com

Bundesverband deutscher Pressesprecher

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) ist die größte berufsständische Vereinigung für Kommunikator*innen im deutschsprachigen Raum. Seit über zehn Jahren vernetzt der BdP Pressesprecher*innen und Kommunikationsmanager*innen aus Unternehmen, Verbänden, Politik und anderen Organisationen. Ziel des Verbands ist es, aktuelle Kommunikationsthemen zu transportieren, den Austausch von Wissen zu fördern und aktive Dialog-Plattform für die Mitglieder zu sein. Acht Landes- und 16 Fachgruppen ermöglichen Vernetzung und Austausch unter den Mitgliedern. Bundesweit gibt es in jedem Jahr rund 120 Veranstaltungen zu beruflichen Themen. Darüber hinaus bietet der Verband vielfältige Serviceangebote, die den Mitgliedern Hilfestellung in der täglichen PR-Arbeit bieten. www.bdp-net.de



Kommunikationskongress

Mit dem Kommunikationskongress organisiert der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) in Kooperation mit dem Magazin presssprecher jedes Jahr das zentrale Klassentreffen der professionellen Kommunikation in Berlin. Der Kongress gibt Kommunikationsverantwortlichen im gesamten deutschsprachigen Raum die Möglichkeit, neue Impulse zu erhalten und die Zukunft ihrer Profession aktiv mitzugestalten. In über 100 Best-Practice-Berichten, Diskussionen, Keynotes, Workshops und Start-up Journeys liefert er innovative Ansätze für alle Bereiche der professionellen Kommunikation. Darüber hinaus ermöglichen neue interaktive Formate den Blick über den Tellerrand der alltäglichen Arbeit und fördern den Austausch unter Kolleg*innen.

www.kommunikationskongress.de

presssprecher

Das Magazin presssprecher ist die zentrale Plattform der Kommunikationsszene und berichtet exklusiv aus dem Bundesverband deutscher Pressesprecher. Mit aktuellen Berichten, spannenden Reportagen und fundierten Analysen begleitet es Kommunikator*innen in ihrem beruflichen Alltag. presssprecher porträtiert die Großen der Szene und stellt die Stars von Morgen vor. Das Magazin bietet Orientierung bei Strategie- und Karriereentscheidungen, und hilft bei der Auswahl von Agenturen und PR-Instrumenten. Das Magazin erscheint sechs Mal im Jahr, hinzu kommen die Angebote der Website, eine spezialisierte Stellenbörse, diverse Social-Media-Kanäle, Newsletter und Veranstaltungen. Studierende der Deutschen Presseakademie erhalten ein kostenfreies Abonnement des Magazins.

www.presssprecher.com

**KOMMUNIKATIONS
KONGRESS — 2019**

MAGAZIN FÜR KOMMUNIKATION
presssprecher

DAS AUS- UND WEITER- BILDUNGS- PROGRAMM

E-Learning

Mit den E-Learning-Kursen bilden Sie sich ortsunabhängig und zeitlich flexibel weiter. Die Webinare finden einmal wöchentlich abends statt und können via PC oder Tablet live verfolgt werden. Im Anschluss werden sie als Aufzeichnung im kursinternen Lernportal zur Verfügung gestellt. Ihr Vorteil: Sie verpassen nichts und lernen komplett selbstbestimmt.

Seminare & Zertifikatskurse

In den ein- bis dreitägigen Seminaren vermitteln erfahrene Dozent*innen gezieltes Wissen – von grundlegenden Themen wie PR-Konzeption bis hin zu speziellen Herausforderungen der Kommunikation. Gemeinsam mit der Quadriga Hochschule Berlin erweitern wir diese nun um fachübergreifende Leadership und Strategy Seminare.

Die fünftägigen Zertifikatskurse bieten geballtes Praxiswissen gespickt mit vielen Trainingselementen in den Themenbereichen Online-Kommunikation, Marketing Essentials, Content Marketing, Businessmoderation sowie Rhetorik & Auftritt.

Kommunikationsverantwortliche stehen heute vor komplexen Herausforderungen. Wo früher der „Pressesprecher“ als Ansprechperson für Medienvertreter*innen und Stimme des Unternehmens nach Außen fungierte, muss der*die moderne PR-Manager*in die Kommunikation auf zahlreichen Ebenen und in ganz unterschiedlichen Kanälen für ein dynamisches und vernetztes Stakeholderumfeld orchestrieren. Unser Weiterbildungsangebot spiegelt die vielschichtigen Anforderungen durch unterschiedliche Formate und ein breites Themenspektrum wider. Die Deutsche Presseakademie setzt damit Maßstäbe für die Professionalisierung von Kommunikationsverantwortlichen.

Studium

Die Studienangebote vermitteln Einsteiger*innen oder berufserfahrenen Praktiker*innen grundlegendes Wissen und Fähigkeiten für den Alltag in der Kommunikationsbranche. Die drei berufsbegleitenden Studiengänge richten sich nach den Vorkenntnissen und zeitlichen Bedürfnissen der Teilnehmenden. Im Blended Learning verknüpfen Sie verschiedene Lernformate mit Präsenzphasen sowie Möglichkeiten des Erfahrungsaustauschs. Das „Studium Kommunikationsmanagement“ ermöglicht Teilnehmenden mit ersten PR-Erfahrungen zeitlich flexibles und weitgehend eigenständiges Erlernen von Kommunikations-Fachwissen innerhalb eines Jahres. Demgegenüber wendet sich

das sechsmonatige „Kompaktstudium Kommunikationsmanagement“ an PR-Praktiker*innen mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung, die in kurzer Zeit das wichtigste Know-how und die wesentlichen Arbeitstechniken des Kommunikationsmanagement festigen und vertiefen möchten. Beide Studiengänge werden bei erfolgreichem Abschluss mit dem Zertifikat „Kommunikationsmanager (depak)“ ausgezeichnet.

Das Kompaktstudium PA & PR (KST) der Deutschen Presseakademie richtet sich an Public-Affairs- und Kommunikationsverantwortliche mit erster Berufserfahrung in mindestens einem der beiden Bereiche.

Tagungen

Wissenstransfer und Austausch von Praktiker*innen für Praktiker*innen – das sind die Tagungen der Deutschen Presseakademie. Wir veranstalten jährlich zahlreiche Tagungen u. a. zu Social Media, Krisenkommunikation, Redenschreiben, Interner Kommunikation, crossmedialer und Videokommunikation und vielen weiteren Themen, die Sie auf depak.de/tagungen finden. Jede unserer Tagungen bietet ein vielfältiges Programm mit erfahrenen Referent*innen aus Unternehmenspraxis und Wissenschaft, dazu ein auflockerndes Rahmenprogramm und viele Möglichkeiten zum Netzwerken mit Fachkolleg*innen.



INHALT

E-Learning

Überblick 14

Themenfeld Public Relations

– Zertifikatskurs Social Media Manager 16

– Zertifikatskurs Crossmedia Manager 17

– Zertifikatskurs Manager für Interne und Change-Kommunikation 17

– Zertifikatskurs Manager für visuelle Kommunikation 18

– Zertifikatskurs Manager für Krisenkommunikation 18

– Zertifikatskurs PR Specialist 19

– Zertifikatskurs Newsroom Manager 19

– Internationale Kommunikation im Wandel 20

– Social Media in der Unternehmenskommunikation 20

– Social Media und Community Management 21

– Kommunikation im Social Web 21

– Schreibwerkstatt 2.0 – Schreiben für das Social Web 22

– Social Media Controlling und Monitoring 22

– Social Media für B2B-Kommunikation 23

– Praxiswissen Interne Kommunikation 23

– Change Kommunikation 24

– Influencer Relations 24

– Kommunikationscontrolling 25

– Praxiswissen Public Relations 25

– Kommunikationskonzepte schreiben 26

– Content Marketing 26

– Neu: Cybercrime 27

– Neu: Podcasts – Trendmedium für die Unternehmenskommunikation 27

Themenfeld Marketing

– Zertifikatskurs Online Marketing Manager 28

– Zertifikatskurs Performance Marketing Manager 29

– Zertifikatskurs Digital Brand Manager 29

– Zertifikatskurs Content Marketing Manager 30

– Neu: Zertifikatskurs Data-Driven Marketing Expert 30

– Online Marketing Essentials 31

– Suchmaschinenwerbung 31

– Suchmaschinenoptimierung 32

– Neues Konzept: Social Media Marketing 32

– Usability & User Experience 33

– Neues Konzept: Strategische Markenführung in der Digitalisierung 33

– Digital Brand Content 34

– Performance Marketing 34

– Data-Driven Marketing-Management 35

– Neu: Praxiswissen Marketing Automation 35

– Neu: Messenger und Mobile Marketing: Intensivkurs 36

Themenfeld Public Affairs

– Zertifikatskurs Public Affairs Manager 37

– Praxiswissen Public Affairs 37

– Public Affairs auf EU-Ebene 38

– Digital Public Affairs 38

Themenfeld Leadership

– Zertifikatskurs Digital Workplace Manager 39

– Zertifikatskurs Agile Expert Lead 40

– Zertifikatskurs Manager für digitale Transformation 40

– Praxiswissen Digital Workplace 41

– Arbeit 4.0 - Arbeiten im digitalen Zeitalter 41

– Praxiswissen Agiles Arbeiten 42

– Neu: Agile Teams führen und entwickeln 42

– Neu: Zusammenarbeit agiler Teams gestalten 43

– Neu: Digitale Transformation gestalten 43

– Neu: Digital Leadership 44

– Neu: Change Management 44

– Neu: Digital Mindfulness – Umgang mit der Digitalisierung im Arbeitsalltag 45

Seminare

Überblick 48

Themenfeld Presse- und Medienarbeit

– Rhetorik im Medienkontakt 50

– Rhetorik intensiv 51

– Souverän vor Publikum – Erfolgreich präsentieren 51

– Storytelling mit Powerpoint und Keynote 52

– Interviewtraining intensiv 52

– Medientraining für TV & Radio 53

– Souverän vor jeder Kamera 53

– Das perfekte Foto 54

– Daten-PR 54

– Journalismus – Blick hinter die Kulissen 55

– Pressemitteilungen mit Wirkung 55

– Pressestellenarbeit 56

– PR-Konzepte für Einsteiger 56

– PR-Konzepte für Fortgeschrittene 57

Themenfeld Schreiben, Reden und Auftreten in der PR

- Zertifikatskurs Wirkungsvoll auftreten und professionell sprechen 58
- Die Schreibwerkstatt I 58
- Die Schreibwerkstatt II 59
- Einführung in das journalistische Schreiben 59
- Kreativ schreiben und (ver-)dichten 60
- Redenschreiben 60
- Redenschreiben für Fortgeschrittene 61
- Kommunikationstraining – Essential Skills für Ihren überzeugenden Auftritt 61
- Wirkungsvoll und authentisch sprechen 62
- New: Presentation Training (ENGLISH) 62

Themenfeld Kommunikationsmanagement

- Grundlagen der PR in drei Tagen 63
- Corporate Communication – Positionierung auf allen Kanälen 64
- Kommunikationscontrolling 64
- Neues Konzept: Event. Up. Great. 65
- Amt 2.0 65
- Digital Natives – Kommunikation mit jungen Zielgruppen 66
- Storytelling 66
- Neu: Storytelling in der B2B-Kommunikation 67
- Neu: B2B-Change: Wie Kommunikation die Erfolgsweichen stellt 67
- Neu: Pressearbeit für kleine und mittelständische Unternehmen 68
- Neues Konzept: Kommunikation für Infrastrukturprojekte 68
- Geschäftsberichte von Print bis Digital 69
- Kundenmagazine 69
- Podcasts strategisch und nachhaltig konzipieren 70
- PR-Recht in der Praxis 70
- Neu: Mitarbeitermagazine konzipieren (online/offline/crossmedial) 71
- Neu: Sein oder Nichtsein – so gelingt wirkungsstrategische Kommunikation 71

Themenfeld Kommunikationsstrategie

- Komplexe Themen erfolgreich kommunizieren 72
- Total vernetzt – Agile Unternehmenskommunikation 73
- Internationale Unternehmenskommunikation 73
- Corporate (Social) Responsibility 74
- Neu: Neue Anspruchsgruppe Öffentlichkeit? – Grundsätze erfolgreicher Nachhaltigkeitskommunikation 74
- Neu: Deep Dive Nachhaltigkeitskommunikation 75
- Neu: Diversity Kommunikation 75
- History Communication 76
- CEO- Positionierung in der Praxis 76
- Neu: Shareholder Engagement 77

Themenfeld Digitale Transformation & Zukunft der Kommunikation

- Kommunikation als Treiber der digitalen Transformation 78
- Digital Newsroom 78
- Kommunikation gestalten mit Design Thinking 79
- Neu: Auf- und Ausbau des Corporate Newsroom 79
- Visuelle Kommunikation 80
- Marketing Strategien für die digitale Transformation 80
- Neu: Virtual Collaboration 81
- Neu: Gamification 81
- Neu: Künstliche Intelligenz 82
- Neu: Chatbots in Ihrer Kundenkommunikation 82

Themenfeld Digitale Kommunikation & Digitales Marketing

- Zertifikatskurs Digitale Kommunikation 83
- Zertifikatskurs Marketing Essentials 84
- Zertifikatskurs Content Marketing 84
- Brand-Pr – Professionelle Markenführung 85
- Digitales Storytelling 85
- Neu: Faktencheck, Taktiken und Tools gegen Falschbehauptungen im Web 86
- Online PR next level – Botschaften optimal digital verbreiten 86
- Storytelling im Content Marketing 87
- Grundlagen Online Marketing 87
- E-Mail-Marketing – aber richtig! 88
- Integrierte Marketing-Kommunikation 88
- Multichannel Marketing 89
- Virale PR- und Werbekampagnen entwickeln und umsetzen 89
- Mehr sehen und erreichen mit Virtual und Augmented Reality? 90
- Neues Konzept: Unternehmensblogs professionalisieren und effektiv betreiben 90
- Think B2B! 91
- Schreiben für digitale Medien 91

Themenfeld Social Media Management

- PR trifft Social Media – Chancen und Risiken digitaler Kommunikation 92
- Erfolgreiche Social-Media-Strategien und Tools für B2B 93
- Neues Konzept: Schreiben für Social Media: Das perfekte Posting 93
- Neu: Social-Media-Strategie + Reporting 94
- Visual Content – Kreative Bildgestaltung im Social Web 94
- Influencer Marketing 95
- Neu: Werden Sie Instagram-Story-Profi 95
- Social Media Marketing 96
- Neu: Werden Sie TikTok-Marketing-Profi 96
- Social Media Marketing für Fortgeschrittene 97
- Twitter in der Unternehmenskommunikation 97
- Neues Konzept: Content Marketing für B2B & Institutionen 98

– Mit Suchmaschinenmarketing mehr Erfolg im Internet	98	– Gespräche in der Politik erfolgreich führen	117
– Neu: Usability und User Experience	99	– New: Yes! Global Political Dialogue Works (ENGLISH)	118
Themenfeld Video für PR & Marketing		– Neu: Organisationen als politische Akteure	118
– Zertifikatskurs PR und Marketing Filme selbst produzieren	100	– Neu: Überzeugend argumentieren in der Politik	119
– Videos für PR und Marketing mit der Handykamera produzieren	100	– Neu: Gesetzgebungsprozesse	119
– Corporate Filme & Bewegtbildstrategien für Unternehmen planen, anleiten und führen	101	– Neu: Politisches Framing	120
– Neu: Moderne Videoformate und Bewegbildtrends	101	Themenfeld Leadership & Essential Skills	
Themenfeld Interne Kommunikation & HR-Kommunikation		– Zertifikatskurs Essential Skills für Führungskräfte	121
– Neu: Zertifikatskurs Interne Kommunikation	102	– Zertifikatskurs Business-Moderation	121
– Grundlagen der internen Kommunikation	103	– Grundlagen der BWL für die PR-Arbeit	122
– Interne Kommunikation im Change Management	103	– Führungskompetenz für Kommunikationsprofis	122
– Corporate Influencer für das Content Marketing einsetzen	104	– Neu: Business-Moderation kompakt	123
– Neu: Content-Strategie für interne Kommunikation	104	– Wirksam Führen ohne Legitimation	123
– Neu: Interne Krisenkommunikation	105	– Neu: Virtuelles Führen	124
– Neu: Social Intranet	105	– Digital Leadership	124
– Neu: Mitarbeiter motivieren – Mit Events!	106	– Neu als Führungskraft	125
– Neues Konzept: PR + HR = People Relationship Management	106	– Vom Mitarbeiter zur Führungskraft	125
– Neu: Digital Employer Branding und Cross-Media-Positionierung	107	– Neu: Intensivseminar Coaching für Führungskräfte	126
– Neu: Storytelling im Employer Branding	107	– Change Management für Führungskräfte	126
Themenfeld Krisenkommunikation		– Neues Konzept: Weibliche Führungsrollen	127
– Krisenkommunikation und -management	108	– Neu: You've got the Power	127
– Krise 4.0	109	– Wissen ist Zukunft	128
– Neu: Cyberkriminalität: Die Rolle der Kommunikation im digitalen Ernstfall	109	– Mindful Self-Leadership	128
Themenfeld Public Affairs		– Neues Konzept: Agile Entscheidungsprozesse	129
– Zertifikatskurs Public Affairs	110	– Agiles Projektmanagement	129
– Public Affairs Management	111	– New: Working Successfully in International Teams (ENGLISH)	130
– Strategisches Vorgehen im politischen Raum	111	– Neu: Managing Diversity	130
– New: Crowding the corridors of power (ENGLISH)	112	– Erfolgreich Feedback geben und nehmen	131
– Neu: Netzwerken im politischen Berlin	112	– Neues Konzept: Konfliktmanagement	131
– Neu: Mit agilen Formaten mehr Bürger*innen erreichen	113	– Projektmanagement	132
– Instrumente moderner Public Affairs	113	– Projekte zum Erfolg führen	132
– Positionspapiere schreiben	114	– Neu: Hybrides Projektmanagement	133
– Intensivtraining politische Verhandlungsführung	114	– Projekte mit Design Thinking starten	133
– Campaigning for Change	115	– Wie wirke ich auf andere?	134
– Digital Campaigning	115	– Der Erfolgsfaktor: Ihre Persönlichkeit	134
– Politisches Kommunikationsmanagement auf regionaler Ebene	116	– Mimikresonanz	135
– Strategisches Storytelling in der Politik	116	– Neu: Crossmediales Storytelling	135
– Digital Public Affairs	117	– Modernes Zeit- und Selbstmanagement	136
		– Workhacks	136
		– Train the Trainer	137
		– Schlagfertigkeit & Improvisation	137
		FAQs	138
		Studium	142
		Tagungen	162
		Anreise & Hotелеmpfehlung	164
		Kontakt & Impressum	165



E-LEARNING

Wir bieten Ihnen flexible E-Learnings, mit denen Sie sich unabhängig von Zeit und Ort weiterbilden und mit Expert*innen aus der Praxis vernetzen können.

14	Überblick, Abschlüsse, Ablauf
16	Public Relations
28	Marketing
36	Public Affairs
39	Leadership

E-LEARNING/ÜBERBLICK

Die Anforderungen an Kommunikations- und Marketingverantwortliche haben sich grundlegend geändert. Neben der täglichen Arbeit ist die konstante Weiterentwicklung fachlicher, methodischer und persönlicher Kompetenzen im Beruf wichtig.

E-Learning-Kurse sind heute die zeitlich effizienteste Möglichkeit, das Bedürfnis nach Weiterbildung und dem eigenen beruflichen Alltag miteinander zu verbinden. Die E-Learning-Angebote der Deutschen Presseakademie bieten Ihnen das Wissen aus kompakten Seminaren zu Ihrer freien und flexiblen Verfügung.

Referent*innen aus der Praxis gestalten die interaktiven Webinare. Via PC, Tablet oder Smartphone nehmen Sie abends live an den Webinaren teil und können sich über eine Chatfunktion direkt untereinander und mit den Referent*innen austauschen. Wir zeichnen die Webinare für Sie auf, sodass Sie diese bequem, wann immer Sie es möchten, ansehen können.

Unsere Formate: Wir bieten Ihnen themenspezifische Zertifikatskurse an, die Sie mit einem Abschlusszertifikat zu Spezialist*innen Ihres Fachgebiets qualifizieren. Weiterhin haben wir eine große Auswahl an E-Learning-Einzelkursen im Programm, mit denen Sie sich in kürzester Zeit Wissen aneignen können.

Abschlüsse

E-Learning-Kurse

Alle E-Learning-Kurse können Sie mit einem Teilnahmezertifikat der Deutschen Presseakademie, bzw. der Quadriga Executive Education, Partner der Quadriga Hochschule Berlin, abschließen.

Zertifikatskurs E-Learning

Zertifikatskurse setzen sich aus mehreren E-Learning-Kursen zusammen. Die Zertifikatskurse beenden Sie mit einem Abschlusszertifikat, sobald Sie alle Lehraufgaben fristgerecht bearbeitet haben.

- Manager für interne und Change Kommunikation
- Manager für visuelle Kommunikation
- Social Media Manager
- Crossmedia Manager
- Manager für Krisenkommunikation
- PR Specialist
- Neu: Newsroom Manager
- Digital Brand Manager
- Performance Marketing Manager
- Online Marketing Manager
- Content Marketing Manager
- Neu: Data-Driven Marketing Expert
- Public Affairs Manager
- Digital Workplace Manager
- Neu: Agile Expert
- Neu: Manager für digitale Transformation

Ablauf eines E-Learnings

- 1** Melden Sie sich online an und erhalten Sie eine automatische Anmeldebestätigung per E-Mail. Wenige Tage vor Kursbeginn erhalten Sie Ihre Zugangsdaten für das Lernportal.
- 2** Vor dem ersten Webinar bieten wir allen Teilnehmenden die Möglichkeit, an einem Live-Systemcheck teilzunehmen.
- 3** Die Webinare finden einmal wöchentlich abends live in unserem Adobe-Connect-Trainingscenter statt. Nach dem Webinar steht Ihnen die Aufzeichnung zur Verfügung.
- 4** Am Ende des Kurses erhalten Sie eine praxisorientierte Lehraufgabe, die Ihnen helfen soll, das Gelernte auf Ihren Arbeitsalltag zu übertragen.
- 5** Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten Sie ein Zertifikat.



Ihre Beraterin
Dorothé Neubold
Tel.: +49 (0) 30/84 859 277
elearning@depak.de

Public Relations

Eine große Bandbreite klassischer und topaktueller Inhalte im Kommunikationsmanagement stellt sicher, dass sowohl Berufseinsteiger*innen als auch erfahrene Kommunikationsprofis die jeweils passende Weiterbildung für ihre Professionalisierung nutzen können.

Unsere erfahrenen Referent*innen erarbeiten gemeinsam mit Ihnen unmittelbar anwendbares Handwerkszeug und seinen souveränen Gebrauch für alle kommunikativen Herausforderungen.

Social Media Manager

Zeitraum

19.2.2020 – 10.6.2020 | 26.8.2020 – 16.12.2020

Programm

1. Kurs: Social Media in der Unternehmenskommunikation

Start: 19.2.2020 | 26.8.2020

Informationen auf Seite 20.

2. Kurs: Social Media und Community Management

Start: 15.4.2020 | 21.10.2020

Informationen auf Seite 21.

Referenten (Auszug)



Fabian Köster

EMEA Recruiting Global

Marketing Solutions

Facebook Germany



Marie Fabiunke

Vice President Communications,

Marketing, Investor Relations

Target Global VC



Jürgen Sorg

Head Of Marketing Communications

TT EMEA

Continental

Methode Zertifikatskurs mit 17 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie Social-Media-Strategien in erfolgreiche Kampagnen umsetzen, die Bedürfnisse Ihrer Fans und Follower identifizieren und damit Ihre Community im Dialog weiterentwickeln.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrungen im Medien-, PR-, Marketing- oder Kommunikationsbereich sowie Basiskenntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 1.590 Euro* (bis 17.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 1.990 Euro*

Crossmedia Manager

Zeitraum

25.2.2020 – 16.6.2020 | 25.8.2020 – 15.12.2020

Programm

1. Kurs: Kommunikation im Social Web

Start: 25.2.2020 | 25.8.2020

Informationen auf Seite 21.

2. Kurs: Social Media Controlling und Monitoring

Start: 24.3.2020 | 22.9.2020

Informationen auf Seite 22.

3. Kurs: Schreibwerkstatt 2.0 – Schreiben für das Social Web

Start: 21.4.2020 | 20.10.2020

Informationen auf Seite 22.

4. Kurs: Content-Marketing

Start: 19.5.2020 | 17.11.2020

Informationen auf Seite 26.

Referenten (Auszug)



Stefanie Söhnchen

Head of Marketing
innogy Consulting



Magnus Hüttenberend

Global Head of Digital Communications
TUI Group



Timo Lommatzsch

Geschäftsführer
MT-Medien

Methode Zertifikatskurs mit 17 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Werden Sie selbst aktiv und üben Sie im Rahmen des E-Learnings, wie Sie Ihren Content für das Social Web spezifisch und kreativ gestalten.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrung im Medien-, PR-, Marketing- oder Kommunikationsbereich sowie Vorkenntnisse im Bereich Online Marketing und Social Media werden empfohlen.

Frühbucherpreis 1.590 Euro* (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 1.990 Euro*

Manager für interne und Change Kommunikation

Zeitraum

27.2.2020 – 4.6.2020 | 27.8.2020 – 26.11.2020

Programm

1. Kurs: Praxiswissen Interne Kommunikation

Start: 27.2.2020 | 27.8.2020

Informationen auf Seite 23.

2. Kurs: Change Kommunikation

Start: 7.5.2020 | 5.11.2020

Informationen auf Seite 24.

Referenten (Auszug)



Anna-Rebecca Egli

Corporate Communications
BASf



André Biener

Senior Berater
SAP



Jana Hohlweg

selbstständige Beraterin Digital
Workplace

Methode Zertifikatskurs mit 14 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, die Ihnen zur Verfügung stehenden Instrumente strategisch einzusetzen, um Ihre Mitarbeiter*innen optimal zu aktivieren.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 1.190 Euro* (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 1.490 Euro*

Manager für visuelle Kommunikation

Zeitraum

8.4.2020 – 10.6.2020 | 5.10.2020 – 7.12.2020

Webinare

1. Visuelles Storytelling – Die Macht der Bilder verstehen
2. Formate der Bewegtbildkommunikation
3. Contentstrategien und Plattformen I: Bildkommunikation
4. Contentstrategien und Plattformen II: Bewegtbildkommunikation
5. **Neu:** Cast Yourself! Mit Audio und Video Content für alle Kanäle kreieren
6. Ablauf einer Produktion und technische Voraussetzungen
7. Videos in Unternehmen realisieren
8. Best Practice: interne und externe Kommunikation
9. Low-Budget-Filme, Videos auf dem Smartphone
10. Bildrechte
11. Videorechte

Referenten (Auszug)



Nike Wessel
Geschäftsführerin
dasprogramm



Marcel Wehn
freischaffender Regisseur



Martin Kerscher
Inhaber
Silver Media Consulting

Methode Zertifikatskurs mit elf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Inhalte zielgruppengerecht aufzuarbeiten, geeignete Kanäle zur Verbreitung zu identifizieren und Ihr Repertoire im Kommunikationsmix dadurch gewinnbringend zu bereichern.

Vorkenntnisse Eine Affinität zu digitalen Medien wird vorausgesetzt. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse nötig.

Frühbucherpreis 1.090 Euro* (bis 6.3.2020 | 4.9.2020)
Regulärer Preis 1.290 Euro*

Manager für Krisenkommunikation

Zeitraum

9.3.2020 – 4.5.2020 | 8.9.2020 – 3.11.2020

Programm

1. Einführung in die Krisenkommunikation
2. Wie Social Media die Krisenkommunikation verändert
3. Issues Management
4. Prävention im Social Web
5. Der Ernstfall – Kommunikation in der Krise
6. Die Rolle der internen Kommunikation
7. Reputationswiederaufbau
8. Compliance Kommunikation
9. Best Practice & Abschlussdiskussion

Referenten (Auszug)



Peter Höbel
Geschäftsführer
crisadvice



Pierre Du Bois
Senior Manager Content/PR
eBay Kleinanzeigen



Hartwin Möhrle
Geschäftsführer
A&B ONE

Methode Zertifikatskurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, die wichtigsten Grundlagen und Maßnahmen erfolgreichen Krisenmanagements kennen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 1.190 Euro* (bis 14.2.2020 | 7.8.2020)
Regulärer Preis 1.490 Euro*

PR Specialist

Zeitraum

24.2.2020 – 15.6.2020 | 31.8.2020 – 14.12.2020

Programm

1. Kurs: Praxiswissen Public Relations

Start: 24.2.2020 | 31.8.2020

Informationen auf Seite 25

2. Kurs: Kommunikationskonzepte schreiben

Start: 6.4.2020 | 12.10.2020

Informationen auf Seite 26

3. Kurs: Kommunikationscontrolling

Start: 18.5.2020 | 23.11.2020

Informationen auf Seite 25

Referenten (Auszug)



Andrea Wels

Geschäftsführerin

wels – Organisationsberatung & Business Coaching



Ariana Fischer

Kommunikationsberatung & Organisationsentwicklung



Michael Hein

Selbstständiger Kommunikationsberater in den Bereichen PR und Social Media

Methode Zertifikatskurs mit 16 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, die wichtigsten PR-Instrumente kennen, alles Wissenswerte von der IST-Analyse bis zur Entwicklung einer zielgruppengenaue Kommunikationsstrategie sowie Tools einzusetzen, mit denen Sie Kommunikation innerhalb des Unternehmens steuern und messen können.

Vorkenntnisse Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse nötig. Erste Erfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich können vorteilhaft sein.

Frühbucherpreis 1.590 Euro* (bis 24.1.2020 | 31.7.2020)

Regulärer Preis 1.990 Euro*

Newsroom Manager

Zeitraum

4.5.2020 – 15.6.2020 | 7.10.2020 – 11.11.2020

Programm

1. Was ist ein Newsroom?
2. Arbeiten im Newsroom
3. Newsroom Einführung und Implementierung
4. Tools und Methoden
5. Erfahrungsbericht/ Best Case
6. Abschlussdiskussion

Referenten (Auszug)



Christian Buggisch

Leiter Corporate Publishing
DATEV



Eckhard Klockhaus

Geschäftsführer
Imory GmbH



Frederik Tautz

Global Partner,
Executive Director Digital
Ketchum Pleon GmbH

Methode Zertifikatskurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, was einen Newsroom ausmacht, wie er funktioniert, welche Vor- und Nachteile er bietet und was Sie im Change-Management im Rahmen der Newsroom-Einführung beachten müssen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 3.4.2020 | 4.9.2020)

Regulärer Preis 890 Euro*

Internationale Kommunikation im Wandel

Wie kann ich meine Unternehmenskommunikation international ausrichten?

Zeitraum

12.3.2020 – 2.4.2020 | 21.9.2020 – 12.10.2020

Webinare**

1. Einführung
2. Social Media und digitale Kommunikation auf internationaler Ebene
3. Medienmärkte international
4. Erstellung eines internationalen Kommunikationskonzeptes

Referent



Andres Wittermann
Chief Client Officer (CCO), Europe
LEWIS Communications

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Ihre Kommunikation auf internationaler Ebene möglichst effizient zu gestalten, ohne die lokalen Besonderheiten aus den Augen zu verlieren.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrungen im Medien-, PR- oder Kommunikationsbereich sowie Basiskenntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 7.2.2020 | 21.8.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Social Media in der Unternehmenskommunikation

Wie setze ich Social Media für meine Unternehmenskommunikation richtig ein?

Zeitraum

19.2.2020 – 8.4.2020 | 26.8.2020 – 14.10.2020

Webinare**

1. Kommunikation im Social Web
2. Pressearbeit 2.0
3. Unternehmenskommunikation 2.0
4. Web 2.0 in der internen Kommunikation
5. Krisenkommunikation im Web 2.0
6. Social Media in der B2B-Kommunikation
7. Strategisches Monitoring
8. Social Media und Recht

Referenten (Auszug)



Marie Fabiunke
Director Corporate Communications
& PR
Scout24



Jürgen Sorg
Marketing Communications Manager
New Media
Continental

Methode Kurs mit acht Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie in diesem E-Learning-Kurs, welche Vor- und Nachteile die Nutzung von Social-Media-Kanälen im Unternehmen hat, welche Chancen und Risiken es birgt und wie Sie richtig damit umgehen.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrungen im Medien-, PR- oder Kommunikationsbereich sowie Basiskenntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 890 Euro* (bis 17.1.2020 | 24.7.2020)
Regulärer Preis 1.190 Euro*

” Das E-Learning-Programm ist durch die hohe zeitliche Flexibilität auch bei voller Berufstätigkeit zu schaffen. Die einzelnen Webinare sind von der Länge und dem Schwierigkeitsgrad her absolut angemessen. Nina Ward

Social Media und Community Management

Wie vernetze ich Social-Media-Kanäle strategisch, um eine starke Community aufzubauen?

Zeitraum

15.04.2020 – 10.06.2020 | 21.10.2020 – 16.12.2020

Webinare**

1. Einführung ins Community Management
2. Social-Media-Strategieentwicklung
3. Digitale Kampagnen entwickeln
4. Richtig reagieren I Facebook, Twitter
5. Business Netzwerke – Erfolgreich auf Xing und LinkedIn
6. Richtig reagieren II Instagram, Pinterest
7. Corporate Blogging und Blogger Relations
8. Mobile Social Media Management
9. Abschlussdiskussion: Kommunikation im Web 2.0

Referenten (Auszug)



Claudia Taubenrauch
Head of Social Media
VNR Verlag für die Deutsche
Wirtschaft AG



Christian Buggisch
Leiter Corporate Publishing
DATEV

Methode Kurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, was bei einer Community-Strategie beachtet werden muss, wie man diese im Social Web umsetzt und welche Plattformen sich für entsprechende Schwerpunkte am besten eignen.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrungen im Medien-, PR- oder Kommunikationsbereich sowie Basiskennntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 890 Euro* (bis 13.3.2020 | 18.9.2020)
Regulärer Preis 1.190 Euro*

Kommunikation im Social Web

Wie verfasse ich ansprechenden Content für Social-Media-Kanäle?

Zeitraum

25.2.2020 – 17.3.2020 | 25.8.2020 – 15.9.2020

Webinare**

1. Einführung in das Schreiben online
2. Facebook, Twitter und Co.
3. Suchmaschinenoptimiertes Schreiben
4. Corporate Blogging

Referenten (Auszug)



Stefanie Söhnchen
Head of Marketing
innogy Consulting



Magnus Hüttenberend
Global Head of Social Media
TUI

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie mit ansprechenden Texten eine weitreichende Leserschaft für Ihren Unternehmensauftritt gewinnen können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse zu den wichtigsten SocialMedia-Kanälen sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Schreibwerkstatt 2.0 – Schreiben für das Social Web

Agieren und Reagieren – wie verfasse ich spannende Social-Media-Beiträge und antworte auf Feedback?

Zeitraum

21.04.2020 – 12.05.2020 | 20.10.2020 – 10.11.2020

Webinare**

1. Aktivieren – Posts verfassen
2. Reagieren – Richtig kommentieren
3. Multiplizieren – Inhalte teilen
4. Best Case und Abschlussdiskussion

Referenten (Auszug)



Bas Timmers
CEO
Neue Signale GmbH



Stefanie Söhnchen
Head of Marketing
innogy Consulting

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Texte spannend und medial aufzubereiten und durch Sharing Tools effektiv zu multiplizieren, um authentisch mit den Followern zu interagieren.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrung im Medien-, PR- oder Kommunikationsbereich sowie Vorkenntnisse im Bereich Social Media werden empfohlen.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 20.3.2020 | 18.9.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Social Media Controlling und Monitoring

Wie können Sie mit Social Media Controlling Erfolge messen?

Zeitraum

24.3.2020 – 14.4.2020 | 22.9.2020 – 13.10.2020

Webinare**

1. Die Bedeutung von Social Media Controlling
2. Tools und KPIs
3. Durchführung und Reporting
4. Best Practice

Referenten (Auszug)



Yasan Budak
Mitglied der Geschäftsleitung und
Mitbegründer
VICO Research & Consulting



Jan-Hendrik Senf
Inhaber
SENF Digital Marketing –
Agentur für digitale Exzellenz
und Social Media Beratung

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, durch Social Media Controlling Ihre Erfolge nachzuweisen, Budgets besser zu planen und Ihre Tätigkeiten strategisch und gewinnbringend auszurichten.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen werden empfohlen.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 21.2.2020 | 21.8.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

” Die Bandbreite der Themen haben einen wichtigen Bereich von Social Media abgedeckt und waren als Einstieg in das Thema gut gewählt. Judith Fischbach

Social Media für B2B-Kommunikation

Wie können Sie soziale Medien für die Bindung von Kund*innen und zur Steigerung der Reichweite nutzen?

Zeitraum

18.2.2020 – 24.3.2020 | 10.11.2020 – 8.12.2020

Webinare**

1. Einführung und Strategieentwicklung
2. Tools und Umsetzung
3. Content Management für B2B
4. Best Case
5. Rechtlicher Rahmen und kritische Punkte

Referenten (Auszug)



Torsten Panzer
*Vorstandsvorsitzender,
Kommunikationsberater und Dozent
PR Club Hamburg*



Oliver Albiez
*Berater für Online-PR,
Online-Marketing & Social Media
tapintoweb® | Online
Marketing & PR*

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, eine ganzheitliche Strategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen, geeignete Tools zur Bindung von Kund*innen zu identifizieren und das volle Potential von Social Media in der B2B-Kommunikation zu nutzen.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrung im Medien-, PR-, Marketing oder Kommunikationsbereich sowie Vorkenntnisse im Bereich Social Media sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 24.1.2020 | 9.10.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

Praxiswissen interne Kommunikation

Wie können Sie durch interne Kommunikation die Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens fördern?

Zeitraum

27.2.2020 – 30.4.2020 | 27.8.2020 – 29.10.2020

Webinare**

1. Kommunikationsziele und Kommunikationsstrategie
2. Storytelling in der internen Kommunikation
3. Dialogformate
4. Vom Intranet zum Social Intranet
5. Corporate Publishing:
Die Mitarbeiterzeitschrift heute
6. Bewegtbild in der internen Kommunikation
7. Führungskräftekommunikation
8. Kommunikation in der Krise
9. Social Media in der internen Kommunikation
10. Controlling und Kommunikationsevaluation

Referenten (Auszug)



Dr. Christian Chua
*Dialogkommunikation
KfW Bankengruppe*



Marlon Matthäus
*Pressereferent
Schaeffler Technologies*

Methode Kurs mit zehn Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie die wichtigsten Grundlagen und Methoden für eine strukturierte und motivierende interne Kommunikation kennen und einzusetzen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 990 Euro* (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 1.190 Euro*

Change Kommunikation

Wie können Sie Veränderungsprozesse nachhaltig entfalten und ihre Wirkung katalysieren?

Zeitraum

7.5.2020 – 4.6.2020 | 5.11.2020 – 26.11.2020

Webinare**

1. Von der Corporate Culture zum Kultur- und Wertewandel
2. Kommunikation in der Veränderung I
3. Kommunikation in der Veränderung II
4. Beteiligung und Widerstände

Referenten (Auszug)



Jana Titov
*Senior Internal
Communications Consultant*
EOS Holding



André Biener
Senior Berater
SAP

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie Ihre Botschaft verständlich vermitteln, den Verarbeitungsprozess der Mitarbeiter*innen katalysieren und adäquat forcieren sowie Ihre Vision und Strategie wirksam entfalten können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 3.4.2020 | 2.10.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Influencer Relations

Muss ich mit YouTube-Stars und Instagram-Models arbeiten, um meine Zielgruppe zu erreichen?

Zeitraum

9.4.2020 – 7.5.2020 | 8.10.2020 – 5.11.2020

Webinare**

1. Influencer Relations – Warum überhaupt?
2. Die richtige Ansprache und Verhandlung
3. Durchführung und was zu beachten ist
4. Die Perspektive eines Influencers
5. Best Case

Referenten (Auszug)



Frederik Tautz
*Global Partner,
Executive Director Digital*
Ketchum Pleon GmbH



Sebastian Spasic
Fotograf

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie die richtigen Influencer für Ihre Bedürfnisse finden und ansprechen können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Marketing, PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil. Vorkenntnisse zu den wichtigsten Social-Media-Kanälen werden empfohlen.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 6.3.2020 | 4.9.2020)
Regulärer Preis 790 Euro*

” Die gelungene Mischung aus Theorie und Praxis in Verbindung mit der räumlichen und zeitlichen Flexibilität haben mir in meiner Arbeitssituation sehr geholfen. Katharina Bürkert

Kommunikationscontrolling

Lässt sich Kommunikation messen?

Zeitraum

18.5.2020 – 15.6.2019 | 23.11.2020 – 14.12.2020

Webinare**

1. Einführung in das Kommunikationscontrolling
2. Die Praxis – Umsetzung in verschiedenen Unternehmen
3. Reporting – Daten aufbereiten, visualisieren und kommunizieren
4. Controlling für den Mittelstand

Referenten (Auszug)



Ariana Fischer
Inhaberin
ARIANAFISCHER – Kommunikationsberatung & Organisationsentwicklung



Dr. Jan Sass
Partner
Lautenbach Sass

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie Tools kennen, mit denen Sie Kommunikation innerhalb des Unternehmens steuern und messen können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 17.4.2020 | 23.10.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Praxiswissen Public Relations

Wie können Sie auf öffentlicher Ebene effektiv mit den Bezugsgruppen Ihres Unternehmens kommunizieren?

Zeitraum

24.2.2020 – 30.3.2020 | 31.08.2020 – 5.10.2020

Webinare**

1. Grundlagen PR und Online Kommunikation
2. Kommunikationskonzepte schreiben
3. Pressemitteilungen
4. Issues Management
5. Arbeit mit Journalist*innen
6. Wirkung und Messbarkeit von Kommunikation

Referenten (Auszug)



Michael Hein
Selbstständiger Kommunikationsberater in den Bereichen PR und Social Media



Renée Hansen
Kommunikationsberaterin

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel In diesem E-Learning wird das notwendige Basiswissen von Expert*innen aus der Praxis vermittelt. Neben dem Aufbau eines Kommunikationskonzeptes geht es um die richtige Ansprache von Journalist*innen und die Gestaltung einer Pressemitteilung.

Vorkenntnisse Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse nötig. Erste Erfahrungen können vorteilhaft sein.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 24.1.2020 | 31.7.2020)
Regulärer Preis 890 Euro*

Kommunikationskonzepte schreiben

Wie schaffe ich ein gutes Kommunikationskonzept auf der Grundlage strategischer Analysen?

Zeitraum

6.4.2020 – 11.5.2020 | 12.10.2020 – 16.11.2020

Webinare**

1. Analyse und Ziele eines Kommunikationskonzepts
2. Strategie und Maßnahmenplanung
3. Kreativitätstechniken
4. Relevante Kanäle und Umsetzung online
5. Evaluierung und Budgetierung
6. Pitchen

Referenten (Auszug)



Andrea Wels
Geschäftsführerin
wels – Organisationsberatung & Business Coaching



Melanie Hansen
Senior PR-Beraterin & Coach
MH PR & MH Coach

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie alles Wissenswerte von der IST-Analyse bis zur Entwicklung einer zielgruppen-genauen Kommunikationsstrategie.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 6.3.2020 | 11.9.2020)
Regulärer Preis 890 Euro*

Content-Marketing

Wie erzählen wir heute Geschichten und bereiten sie für die Online-Marketing-Kanäle auf?

Zeitraum

19.5.2020 – 16.6.2020 | 17.11.2020 – 15.12.2020

Webinare**

1. Einführung: Content is King
2. Strategien entwickeln und umsetzen
3. (Digital) Storytelling im Content-Marketing
4. Das Distributionskonzept
5. Best Case und Abschlussdiskussion

Referenten (Auszug)



Timo Lommatzsch
Geschäftsführender Partner
ORCA van Loon Communications



Pierre Du Bois
Senior Manager Content/PR
eBay Kleinanzeigen

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie Strategien des Content-Marketings kennen und verstehen Sie, diese umzusetzen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrung im Medien-, PR-, Marketing- oder Kommunikationsbereich sowie Vorkenntnisse im Bereich Online-Marketing und Social Media sind von Vorteil. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Content-Marketing erforderlich.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 17.4.2020 | 16.10.2020)
Regulärer Preis 790 Euro*

Neu: Cybercrime: Das Reputationsrisiko des Jahrzehnts für Unternehmen und Organisationen

Wie können Kommunikatoren auf die digitalen Risiken einer vernetzten Welt reagieren

Zeitraum

13.5.2020 – 2.6.2020 | 18.11.2020 – 9.12.2020

Webinare**

1. Cybercrime: Das Reputationsrisiko des Jahrzehnts
2. Cybersecurity: Handlungspflichten am Tag X – Rechtliche Aspekte eines Cyber-Incidents für Manager*innen und Kommunikator*innen erklärt
3. Cybersecurity als Aufgabe der internen Kommunikation
4. Cybersecurity für Kommunikator*innen und Manager*innen: Die Learnings

Referenten (Auszug)



Frederik Tautz
Global Partner,
Executive Director Digital
Ketchum Pleon GmbH



Dr. Benjamin Wübbelt
Rechtsanwalt
Bird & Bird

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie Ihr Unternehmen kommunikativ auf digitale Risiken der vernetzten Welt vorbereiten und reagieren können.

Vorkenntnisse Erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 10.4.2020 | 16.10.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Neu: Podcasts – Trendmedium für die Unternehmenskommunikation

Wie integriere ich einen Podcast in den Mix der internen oder externen Unternehmenskommunikation?

Zeitraum

22.4.2020 – 16.6.2020 | 20.10.2020 – 15.12.2020

Webinare**

1. Strategie, Konzeption und Inhalte
2. Technik und Produktion
3. Wie Sie Podcasts gezielt in Unternehmenskommunikation und Content-Marketing einsetzen
4. Sprechen und Interview im Podcast
5. Eigene Podcasts – Abschlussdiskussion und Feedback

Referenten (Auszug)



Martin Kerscher
Inhaber
Silver Media Consulting



Markus Tirok
Moderator, Journalist, Produzent
und Medientrainer
Interviewhelden.com

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Als Abschlussaufgabe produzieren die Teilnehmenden einen eigenen Kurz-Podcast.

Lernziel Lernen Sie die verschiedenen Formen von Podcasts zu benennen, die Möglichkeiten für das eigene Unternehmen zu ermitteln sowie die beste Art und Weise der Produktion zu entwerfen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrungen im PR- und Kommunikationsbereich sind von Vorteil.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 20.3.2020 | 18.9.2020)
Regulärer Preis 790 Euro*

Marketing

Wie kann der state of the art an innovativen Marketinginstrumenten souverän genutzt werden?

Unsere Online-Kurse im Marketing-Bereich unterstützen Ihre Arbeit an der Speerspitze ökonomischer, medialer und sozialer Entwicklungen und fördern das dafür benötigte Gespür für Trends und Tiefenströmungen von Märkten und Gesellschaften.

Online Marketing Manager

Zeitraum

26.2.2020 – 6.7.2020 | 19.8.2020 – 16.12.2020

Programm

1. Kurs: Online Marketing Essentials

Start: 26.02.2020 | 19.08.2020

Informationen auf Seite 31.

2. Kurs: Social Media Marketing

Start: 8.4.2020 | 30.9.2020

Informationen auf Seite 32.

3. Kurs: Wahlthema 1: User Experience und Usability

Start: 27.5.2020 | 18.11.2020

Informationen auf Seite 33.

oder **Wahlthema 2: Suchmaschinenoptimierung**

Start: 8.6.2020 | 16.11.2020

Informationen auf Seite 32.

Referenten (Auszug)



Dominik Schwarz
Chief Inbound Officer
HomeToGo



Sebastian Franz
Social Media Manager
Hamburger Sparkasse AG



Claudia Taubenrauch
Head of Social Media
VNR Verlag für die Deutsche
Wirtschaft AG

Methode Zertifikatskurs mit 18 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, mit welchen Online-Marketing-Instrumenten Sie sich professionell als Unternehmen positionieren können.

Vorkenntnisse Eine Affinität zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 1.690 Euro (bis 31.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 1.990 Euro

Performance Marketing Manager

Zeitraum

17.2.2020 – 6.7.2020 | 20.8.2020 – 16.12.2020

Programm

1. Kurs: Performance Marketing

Start: 17.2.2020 | 20.8.2020

Informationen auf Seite 34.

2. Kurs: Suchmaschinenwerbung

Start: 2.4.2020 | 28.9.2020

Informationen auf Seite 31.

3. Kurs: Wahlthema 1: Suchmaschinenoptimierung

Start: 8.6.2020 | 16.11.2020

Informationen auf Seite 32.

oder **Wahlthema 2: Usability und User Experience**

Start: 27.5.2020 | 18.11.2020

Informationen auf Seite 33.

Referenten (Auszug)



Albrecht Fischer
Head of Marketing
Shirtinator



Thorsten Piening
Geschäftsführer
qualitytraffic



Ingo Kamps
Director Performance Marketing
Contact Impact GmbH

Methode Zertifikatskurs mit 19 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie effektive Tools für das Performance-Marketing kennen und erfahren Sie, wie Sie die richtigen KPIs und Maßnahmen auswählen, um auf unterschiedlichen Plattformen online sichtbar zu werden.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Online-Marketing sind von Vorteil. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Performance Marketing vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 1.690 Euro (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)
Regulärer Preis 1.990 Euro

Digital Brand Manager

Zeitraum

17.3.2020 – 18.6.2020 | 1.9.2020 – 26.11.2020

Programm

1. Kurs: Strategische Markenführung in der Digitalisierung

Start: 17.3.2020 | 1.9.2020

Informationen auf Seite 33.

2. Kurs: Digital Brand Content

Start: 7.5.2020 | 22.10.2020

Informationen auf Seite 34.

Referenten (Auszug)



Anna-Rebecca Egli
Senior Specialist Multimedia and Publications
BASF



Thomas Praus
Partner & Geschäftsführer
PANORAMA3000



Heiko Mehnert
Geschäftsführer
brand campus® Marketingagentur

Methode Zertifikatskurs mit 14 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie sind für die produktübergreifende strategische Entwicklung eines eindeutigen Images verantwortlich und wissen, mit welchen digitalen Maßnahmen Sie Kund*innen an Ihre Marke und das Unternehmen binden.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Brand Management sind vorteilhaft. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 1.390 Euro (bis 21.2.2020 | 7.8.2020)
Regulärer Preis 1.590 Euro

Content Marketing Manager

Zeitraum

14.4.2020 – 9.6.2020 | 22.9.2020 – 17.11.2020

Webinare

1. Strategien entwickeln und Ziele definieren
2. Die richtige Zielgruppenansprache
3. Prozess- und Redaktionsplanung
4. Content Planung & Digital Storytelling
5. Content Design
6. Content Distribution & Promotion
7. Controlling, Erfolgsmessung und Conversion Optimierung
8. Best Practices im Content Marketing
9. Kreativität und Themenfindung im Content Marketing

Referenten (Auszug)



Oliver Albiez

*Berater für Online-PR,
Online-Marketing & Social Media
tapintoweb® | Online
Marketing & PR*



Timo Lommatzsch

*Geschäftsführer
MT-Medien*



Karsten Köhler

Digital Marketing Advisor

Methode Zertifikatskurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Content-Marketing-Strategien zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Sie erfahren, wie Sie passgenaue Ansprachen und Inhalte für die richtigen Zielgruppen erarbeiten.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrung im Medien- oder Kommunikationsbereich sowie Vorkenntnisse im Bereich Online Marketing und Social Media sind von Vorteil. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Content Marketing erforderlich.

Frühbucherpreis 990 Euro (bis 20.3.2020 | 28.8.2020)

Regulärer Preis 1.190 Euro

Neu: Data-Driven Marketing Expert

Zeitraum

30.4.2020 – 9.7.2020 | 8.10.2020 – 17.12.2020

Programm

1. Kurs: Data-Driven Marketing Management

Start: 30.4.2020 | 8.10.2020

Informationen auf Seite 35.

2. Kurs: Praxiswissen Marketing Automation

Start: 10.6.2020 | 19.11.2020

Informationen auf Seite 35.

Referenten (Auszug)



Norbert Barnikel

*Berater. Trainer. Praktiker.
Internationales Strategisches
und operatives Digital Marketing
und Digitale Transformation*



Lillian Haase

*Senior Digital Marketing Managerin
Webtrekk*



Norbert Schuster

*Experte für Leadmanagement
& Marketing Automation
Strike2*

Methode Zertifikatskurs mit elf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie unterschiedliche Ansätze kennen, was unter datenbasiertem Marketing zu verstehen ist und identifizieren Sie in dem Zusammenhang, welche Daten in Ihrem Unternehmen bereits vorliegen. Erfahren Sie zudem, wie diese Daten angereichert werden können, um ein umfassendes Kundenverständnis zu erhalten und Nutzer*innen zielgerichtet und personalisiert ansprechen zu können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Online Marketing sind von Vorteil, es werden jedoch keine spezifischen Kenntnisse im Bereich Data-Driven Marketing vorausgesetzt. Insbesondere geeignet für verantwortliche Personen in Marketing-Abteilungen sowie Marketingmanager*innen, die sich dem Thema Marketing Automatisierung widmen.

Frühbucherpreis 1.190 Euro* (bis 3.4.2020 | 11.9.2020)

Regulärer Preis 1.390 Euro*

Online Marketing Essentials

Was sind die Grundlagen, um erfolgreiches Online-Marketing in Ihrem Unternehmen zu etablieren?

Zeitraum

26.2.2020 – 1.4.2020 | 19.8.2020 – 23.9.2020

Webinare**

1. Strategien und Kampagnen im Online-Marketing entwickeln
2. E-Mail-Marketing
3. Mobile Marketing
4. Suchmaschinenmarketing
5. Online Marketing Controlling und Performance-Optimierung
6. Rechtliche Aspekte im Online-Marketing

Referenten (Auszug)



Heiko Mehnert
Geschäftsführer
brand campus® Marketingagentur



Claudia Taubenrauch
Head of Social Media
VNR Verlag für die Deutsche
Wirtschaft AG

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie die grundlegenden Online-Marketing-Disziplinen kennen und erfahren Sie, wie Sie diese aktiv für sich nutzen können.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrung im Medien- oder Kommunikationsbereich sowie im Bereich Social Media sind von Vorteil. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Online-Marketing erforderlich.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 31.1.2020 | 24.7.2020)

Regulärer Preis 890 Euro*

Suchmaschinenwerbung

Wie können Sie durch gezielte Suchmaschinenwerbung besonders gute Conversion-Raten erzielen?

Zeitraum

2.4.2020 – 25.5.2020 | 28.9.2020 – 9.11.2020

Webinare**

1. Grundlagen: Werbung mit Suchmaschinen
2. Keyword Recherche
3. Suchnetzwerk erstellen
4. Displaynetzwerke erstellen
5. Anzeigen für Youtube & Apps entwickeln
6. Google-Shopping-Anzeigen konzipieren
7. Landingpages

Referenten (Auszug)



Kathleen Barbier
Director Marketing & Communications
Sky Deutschland Fernsehen
GmbH & Co KG



Thorsten Piening
Geschäftsführer
qualitytraffic

Methode Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie die vielfältigen Handlungsmöglichkeiten von Suchmaschinenwerbung kennen, um Ihre Sichtbarkeit und Position in der Suche zu erhöhen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Online-Marketing werden empfohlen. Vorkenntnisse im Suchmaschinenmarketing sind vorteilhaft, werden jedoch nicht vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 6.3.2020 | 4.9.2020)

Regulärer Preis 990 Euro*

” das geballte Basiswissen, Dozenten aus der Praxis und als Webinar ohne Reise-Zeitaufwand extrem praktisch für den Alltag. Sabine Siller

Suchmaschinenoptimierung

Mit welchen Mitteln können Sie die Sichtbarkeit Ihrer Website optimieren?

Zeitraum

8.6.2020 – 6.7.2020 | 16.11.2020 – 14.12.2020

Webinare**

1. Was bedeutet SEO?
2. SEO Offsite
3. SEO Onsite
4. SEO für Apps
5. Best Practices SEO

Referent (Auszug)



Dominik Schwarz
Chief Inbound Officer
HomeToGo

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie Techniken und Werkzeuge für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung kennen. Sie erfahren zudem, wie Sie diese Onsite und Offsite umsetzen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Online-Marketing werden empfohlen. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich der Suchmaschinenoptimierung vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 15.5.2020 | 23.10.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

Neues Konzept: Social Media Marketing

Wie kann ich unterschiedliche Social-Media-Kanäle in meine Online-Marketing-Strategie integrieren?

Zeitraum

8.4.2020 – 20.5.2020 | 30.9.2020 – 11.11.2020

Webinare**

1. Zielsetzung und Strategieentwicklung für Social Media
2. Social Commerce und Community Building
3. Facebook und Instagram Advertising
4. Linked in und Xing Marketing
5. Marketing mit Youtube und Pinterest
6. Workshop: Postings für Social Media verfassen
7. Best Practices im Social-Media-Marketing

Referenten (Auszug)



Oliver Albiez
Berater für Online-PR, Online-Marketing & Social Media
tapintoweb®
Online Marketing & PR



Mira Giesen
Social Media Beraterin
„Die Webverbesserin“

Methode Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie mit unterschiedlichen Social-Media-Tools Marketingstrategien entwickeln können, um spezifische Zielgruppen zu erreichen.

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien wird vorausgesetzt. Fachspezifische Vorkenntnisse sind nicht notwendig.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 13.3.2020 | 4.9.2020)

Regulärer Preis 990 Euro*

” Eine tolle Weiterbildung mit viel Mehrwert für die Praxis, deren großes Plus das zeitunabhängige Lernen ist. So konnte ich Job, Weiterbildung und Kinder stets unter einen Hut bekommen. Sarah Pittner

Usability und User Experience

Ist meine Webseite nutzeroptimiert?

Zeitraum

27.5.2020 – 29.6.2020 | 18.11.2020 – 16.12.2020

Webinare**

1. Von Aufgabenangemessenheit bis Steuerbarkeit – Die Grundlagen der Usability
2. Solide Werkzeuge der Optimierung: Benchmarks und Walkthroughs
3. So leiten Sie Ihre Nutzer*innen vom Anfang bis zum Ziel
4. Personas: ein Leitfaden zur Erstellung
5. Einblicke aus der Praxis: Anwendung passender Research-Methoden zur Optimierung der Usability

Referentin



Viktoria Zenker
UX-Design & -Research
Carglass® Deutschland

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, die Nutzerfreundlichkeit Ihrer Webseite zu optimieren und Navigationselemente auf der Homepage effektiver zu gestalten.

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien wird vorausgesetzt. Fachspezifische Vorkenntnisse sind nicht notwendig.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 1.5.2020 | 23.10.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

Neues Konzept: Strategische Markenführung in der Digitalisierung

Wird das Potenzial meiner Marke bereits optimal genutzt?

Zeitraum

17.3.2020 – 30.4.2020 | 1.9.2020 – 15.10.2020

Webinare**

1. Die Marke im Marketingplan
2. Digitale Markenführung
3. Digital Branding und Ansätze digitaler Markenpflege
4. Identifikation & Ausprägung digitaler Touchpoints der Customer Journey
5. Die Inszenierung von Digital Brand Experiences
6. Exkurs: Internationale Markenführung und Rebranding
7. Rechtliche Aspekte digitaler Markenführung
8. Case Study: Chancen & Risiken digitaler Markenkampagnen

Referenten (Auszug)



Colin Fernando
Senior Brand Consultant
BrandTrust



Berit Ewald
Team Managerin Corporate Communications
EOS Holding GmbH

Methode Kurs mit acht Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Möglichkeiten einer systematischen digitalen Markenführung in der Praxis kennen und wie Sie Ihre Marktposition mit einem wirksamen Image sichern.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Brand-Management sind vorteilhaft. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 21.2.2020 | 7.8.2020)

Regulärer Preis 990 Euro*

Digital Brand Content

Kommunizieren Sie Ihre Markenbotschaften zielgerichtet?

Zeitraum

7.5.2020 – 18.6.2020 | 22.10.2020 – 26.11.2020

Webinare**

1. Storytelling – Geschichten erzählen
2. User Generated Content – Fans integrieren
3. Influencer Marketing – Marken personalisieren
4. Conversional Content – Interaktion schaffen mit Chatbot & Co.
5. AR/VR Content – digitale Markenerlebnisse gestalten
6. Best Practices und Abschlussdiskussion

Referenten (Auszug)



Anna-Rebecca Egli
Senior Specialist Multimedia and Publications
BASF



Frederik Tautz
Global Partner, Executive Director Digital
Ketchum Pleon GmbH

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie Ihre Marke mit dem richtigen Content inszenieren, um Ihre Markenbotschaften zielgerichtet zu kommunizieren.

Vorkenntnisse Grundkenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Marketing und Kommunikation sind vorteilhaft. Erfahrung im Umgang mit den wichtigsten Social-Media-Kanälen wird empfohlen.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 10.4.2020 | 25.9.2020)
Regulärer Preis 890 Euro*

Performance Marketing

Wie messe ich den Erfolg meiner Kampagnen?

Zeitraum

17.2.2020 – 30.3.2020 | 20.8.2020 – 21.9.2020

Webinare**

1. Status Quo im Performance-Marketing
2. Online Performance KPIs verstehen und interpretieren
3. Retargeting und Datenschutz
4. Display Marketing
5. Affiliate Marketing
6. Performance-Management mit Google Analytics
7. Trend: Marketing Automation

Referenten (Auszug)



Albrecht Fischer
Head of Marketing
Shirtinator



Ingo Kamps
Director Performance Marketing
Contact Impact GmbH

Methode Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie effektive Performance Tools kennen, die Ihre Marketingaktivitäten auswerten und Ihnen zeigen, was wirklich funktioniert.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Online-Marketing sind von Vorteil. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Performance-Marketing vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 24.1.2020 | 24.7.2020)
Regulärer Preis 990 Euro*

” Die Referenten überzeugen mit authentischen Erfahrungen. Der Transfer in die eigene Praxis fällt dadurch leicht. Susanne Schäfer

Data-Driven Marketing Management

Wie können datenbasiert Marketing-entscheidungen getroffen werden?

Zeitraum

30.4.2020 – 4.6.2020 | 8.10.2020 – 12.11.2020

Webinare**

1. Die Grundlagen: Data-Driven-Marketing
2. Datenanalyse & Datamanagement
3. Data-Driven Advertising
4. How does Big Data become Useful Data? (English)
5. Datenschutzregelungen im Big-Data-Marketing
6. Trends, Erfolgsfaktoren und Grenzen datengetriebener Marketingmaßnahmen

Referenten (Auszug)



Norbert Barnikel
Berater. Trainer. Praktiker.
Internationales Strategisches und operatives Digital Marketing und Digitale Transformation



Stefan Ponitz
Inhaber & Online Marketing Berater
fokus e-commerce

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie datengetrieben die richtigen Entscheidungen zu treffen und wie anhand von Unternehmensdaten, geplante Marketingmaßnahmen optimiert werden können.

Vorkenntnisse Grundlegende Kenntnisse im Bereich Online-Marketing sind von Vorteil, es werden jedoch keine spezifischen Kenntnisse im Bereich Data-Driven-Marketing vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 3.4.2020 | 11.9.2020)
Regulärer Preis 890 Euro*

Neu: Praxiswissen Marketing Automation

Wie gelingt es Ihnen, Ihre Marketing-Aufgaben und Ihr Lead-Management zu automatisieren?

Zeitraum

10.6.2020 – 9.7.2020 | 19.11.2020 – 17.12.2020

Webinare**

1. Grundlagen der Marketing-Automatisierung
2. Lead-Management und Marketing-Automation
3. Die Customer-Journey-Analyse und Erfolgsfaktoren
4. Programmatic Advertising
5. Wrap-Up: Das richtige Automation-Tool auswählen

Referenten (Auszug)



Norbert Schuster
Experte für Leadmanagement & Marketing Automation
Strike2



Jan Erik Remberg
Experte im Bereich Online-Marketing

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, Daten richtig zu analysieren, mit diesen Leads zu generieren und Ihre Marketingaktivitäten zu automatisieren. Sie erhalten außerdem eine Übersicht über relevante Automation-Tools und können die Werkzeuge auswählen, die zu Ihren individuellen Unternehmensbedürfnissen passen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse im Online-Marketing und ein grundlegendes Verständnis für Daten werden empfohlen. Spezielle Kenntnisse im Bereich Lead-Management und Automation-Tools werden nicht vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 15.5.2020 | 23.11.2020)
Regulärer Preis 790 Euro*

Neu: Messenger und Mobile Marketing: Intensivkurs

Nutzen Sie bereits die vielfältigen Möglichkeiten der individuellen Kundenkommunikation via Messenger-Dienst und schöpfen Sie das volle Potenzial mobiler Endgeräte, die als persönlichste Kanäle gelten, aus?

Zeitraum

2.6.2020 – 2.7.2020 | 19.11.2020 – 15.12.2020

Webinare**

1. Einmaleins im Messenger und Mobile Marketing
2. Mobile Marketing – Die Instrumente
3. Appstore Suchmaschinenoptimierung
4. Live and On-Demand-Video: Facebook Live und Instagram Stories
5. WhatsApp Messenger Marketing
6. Fanpage Bots – Teil 1
7. Fanpage-Bots – Teil 2
8. Wrap Up: Die mobile Strategie ausfahren

Referenten (Auszug)



Klaus Polajner
Head of Mobile
Mediabrand GmbH | Ansible



Matthias Mehner
CMO
MessengerPeople GmbH

Methode Kurs mit acht Live-Webinaren (zweimal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Messenger Marketing ein zentraler Bestandteil der gesamten Mobile Marketing Strategie wird. Erhalten Sie in dieser praxisorientierten Veranstaltung zudem einen detaillierten Eindruck davon, was es bedeutet, wirklich „mobile friendly“ zu sein und User*innen direkt von ihren mobilen Geräten auf Ihre Plattform zu leiten. Am Ende des Kurses werden Sie außerdem in der Lage sein, einen ersten eigenen Fanpage-Bot Prototypen einzurichten.

Vorkenntnisse Grundkenntnisse im Bereich Mobile Marketing und Erfahrungen mit den wichtigsten Sozialen Netzwerken sind vorteilhaft. Es werden jedoch keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Messenger Marketing vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 890 Euro* (bis 8.5.2020 | 23.10.2020)

Regulärer Preis 1.190 Euro*

Themenfeld

Public Affairs

Politische Kommunikation und Interessenvertretung sehen sich einer stetig wachsenden Anzahl von Interessengruppen gegenüber. Nur der kontinuierliche Ausbau und die Schärfung der professionellen Public-Affairs-Toolbox sichern Unternehmen, Verbänden, NGOs oder politischen Institutionen die Diskurshoheit und eine effektive, effiziente und auch transparente Interessenvertretung.

Public Affairs Manager

Zeitraum

24.3.2020 – 23.6.2020 | 16.9.2020 – 16.12.2020

Programm

1. Kurs: Praxiswissen Public Affairs

Start: 24.3.2020 | 16.9.2020

Informationen auf Seite 37.

2. Kurs: Public Affairs auf EU-Ebene

Start: 26.5.2020 | 18.11.2020

Informationen auf Seite 38.

Referenten (Auszug)



Prof. Dr. Carolin Zeller

*Professorin für Politikwissenschaften
und Public Affairs*

Quadriga Hochschule Berlin



Dr. Martin Gerig

Public Affairs Counsel
Red Bull Germany



Jan Böttger

Managing Partner
365 Sherpas

Methode Zertifikatskurs mit 14 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen politische Prozesse zu deuten und können wichtige Faktoren einer erfolgreichen Public-Affairs Strategie beurteilen. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zu Instrumenten und Methoden moderner Public Affairs und können deren Bedeutung für Ihre persönliche Arbeit einordnen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Public Affairs oder Public Relations sind von Vorteil, werden aber nicht vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 1.390 Euro* (bis 21.2.2020 | 14.8.2020)
Regulärer Preis 1.690 Euro

Praxiswissen Public Affairs

Wie wird eine effektive Interessenvertretung in der Praxis umgesetzt?

Zeitraum

24.3.2020 – 19.5.2020 | 16.9. – 11.11.2020

Webinare**

1. Public Affairs – Eine Bestandsaufnahme
2. Akteure im Feld der Public Affairs I
3. Akteure im Feld der Public Affairs II & Responsible Lobbying
4. Der Gesetzgebungsprozess
5. Monitoring, Analyse & Strategieplanung
6. Instrumente der Public Relations
7. Kampagnenführung I: Planung, Umsetzung, Evaluation
8. Kampagnenführung II: Best Case
9. Instrumente der PA & Evaluation

Referenten (Auszug)



Carolin Zeller

*Professorin für Politikwissenschaften
und Public Affairs*

Quadriga Hochschule Berlin



Dr. Nikolaus Tacke

Head of Corporate Affairs, Europe
Naspers

Methode Kurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen politische Prozesse zu deuten und können wichtige Faktoren einer erfolgreichen Public-Affairs-Strategie beurteilen. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zu Instrumenten und Methoden moderner Public Affairs und können deren Bedeutung für Ihre persönliche Arbeit einordnen.

Vorkenntnisse Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Public Affairs oder Public Relations sind von Vorteil, werden aber nicht vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 990 Euro* (bis 21.2.2020 | 14.8.2020)
Regulärer Preis 1.190 Euro*

Public Affairs auf EU-Ebene

Was macht effektives Public-Affairs-Management im europäischen Mehrebenensystem aus?

Zeitraum

26.5.2020 – 23.6.2020 | 18.11.2020 – 16.12.2020

Webinare**

1. Einführung
2. Gesetzgebung auf EU-Ebene
3. Impact Assessments
4. Delegierte Rechtsakte
5. Public Affairs in Brüssel

Referenten (Auszug)



Dr. Martin Gerig
Public Affairs Counsel
Red Bull Germany



David Issmer
Head of Public Affairs
Freshfields Bruckhaus Deringer LLP

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie Stakeholder zu identifizieren, Allianzen zu bilden, EU-spezifische Binnenlogiken zu nutzen und nationale Besonderheiten in die eigene Public-Affairs-Arbeit einzuspeisen, um Entscheidungsprozesse zu beeinflussen und zu steuern.

Vorkenntnisse Kenntnisse und erste berufliche Erfahrungen im politischen Kommunikationsmanagement werden empfohlen.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 24.4.2020 | 16.10.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

Digital Public Affairs

Nutzen Sie bereits das volle Potenzial digitaler Interessensvertretung?

Zeitraum

28.5.2020 – 2.7.2020 | 10.11.2020 – 8.12.2020

Webinare**

1. Globale Trends in Digital Campaigning und Public Affairs
2. Instrumente und Techniken in Digital Public Affairs
3. Digital-Public-Affairs-Kampagnen: Planung und Strategien
4. Datenbasierte Kampagnen für Interessensvertretungen
5. Case Study: Digitale Public Affairs im Unternehmen

Referenten (Auszug)



Jan Böttger
Managing Partner
365 Sherpas



Christoph Moosbauer
Managing Director für Public Affairs & Corporate Communication
MSL Germany

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen anhand von Best Cases aus der Praxis, welche Instrumente und Methoden Sie dabei unterstützen, Ihre Positionen den passenden Zielgruppen zu präsentieren und Ihre Ziele auf digitalen Kanälen zu verfolgen.

Vorkenntnisse Kenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Public Affairs oder Public Relations werden empfohlen.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 24.4.2020 | 9.10.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

» Praxisnahe Einblicke von erfahrenen Public Affairs-Beratern, die Theorie und ausgewählte Tools anreißen, aber vor allem Impulse für die Strategie und Planung von Kampagnen geben, die sich entsprechend vertiefen lassen. Ben Zimmermann

Leadership

In Zeiten der Digitalisierung muss Führung neu gedacht und Führungskräfteentwicklung verstärkt in den Fokus gesetzt werden. Geschäftsmodelle und Ansprüche an sich als Führungskraft als auch an seine Mitarbeitende werden komplexer, verändern sich fortlaufend und erfordern neue Fähigkeiten.

Digital Workplace Manager

Zeitraum

16.3.2020 – 8.6.2020 | 31.8.2020 – 9.11.2020

Programm

1. Kurs: Praxiswissen Digital Workplace

Start: 16.3.2020 | 31.8.2020

Informationen auf Seite 41.

2. Kurs: Arbeit 4.0

Start: 11.5.2020 | 19.10.2020

Informationen auf Seite 41.

Referenten (Auszug)



Kira Görgen

Senior Consultant Communications
HIRSCHTEC



Gernot Kühn

PTNR Tech Strategist
Microsoft Deutschland



Dr. René Sternberg

*Leiter Professional Services
und Mitglied der Geschäftsleitung*
HIRSCHTEC

Methode Zertifikatskurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie den digitalen Arbeitsplatz strategisch gestalten, Mitarbeiter*innen in den Transformationsprozess einbinden und kollaborative Arbeit im Unternehmen systematisch unterstützen können,

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 990 Euro (bis 21.2.2020 | 7.8.2020)

Regulärer Preis 1.190 Euro

Neu: Agile Expert

Zeitraum

4.3.2020 – 24.6.2020 | 27.8.2020 – 17.12.2020

Programm

1. Kurs: Praxiswissen Agiles Arbeiten (Level 1)

Start: 4.3.2020 | 27.8.2020

Informationen auf Seite 42.

2. Kurs: Agile Teams führen und entwickeln (Level 2)

Start: 13.5.2020 | 5.11.2020

Informationen auf Seite 43.

Referenten (Auszug)

**Peter Rubarth***Agile Coach*
upday**Felix Held**

MANEMO eG

Methode Zertifikatskurs mit 17 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar

Lernziel Sie lernen agile Arbeitsumgebungen und Prozesse mitzugestalten, haben ein fundiertes Verständnis agiler Prozesse und Methoden und erfahren, wie Sie agile Teams führen können.

Vorkenntnisse Der Kurs richtet sich an Personen, die in oder mit agilen Teams arbeiten oder in absehbarer Zeit arbeiten werden. Es werden keine fachspezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Frühbucherpreis	1.490 Euro* (bis 7.2.2020 31.7.2020)
------------------------	--

Regulärer Preis	1.690 Euro*
------------------------	-------------

Neu: Manager für Digitale Transformation

Zeitraum

12.3.2020 – 17.6.2020 | 1.9.2020 – 17.12.2020

Programm

1. Kurs: Digitale Transformation gestalten

Start: 12.3.2020 | 1.9.2020

Informationen auf Seite 43.

2. Kurs: Digital Leadership

Start: 23.4.2020 | 19.10.2020

Informationen auf Seite 44.

3. Kurs: Change-Management

Start: 20.5.2020 | 19.11.2020

Informationen auf Seite 44.

Referenten (Auszug)

**Berit Ewald***Team Managerin Corporate*
Communications
EOS Holding GmbH**Lissi Reitschuster***Vorstand*
MANEMO eG

Methode Zertifikatskurs mit 15 Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende jedes Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen die Auswirkungen der Digitalisierung für Unternehmen zu bewerten und erfahren, wie Sie entsprechende Veränderungsstrategien entwickeln, umsetzen und erfolgreich im Unternehmen implementieren.

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es werden keine fachspezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Frühbucherpreis	1.390 Euro* (bis 14.2.2020 7.8.2020)
------------------------	--

Regulärer Preis	1.690 Euro*
------------------------	-------------

Praxiswissen Digital Workplace

Wie gestalte ich die strategische Einführung einer digitalen Arbeitsumgebung im Unternehmen?

Zeitraum

16.3.2020 – 4.5.2020 | 31.8.2020 – 12.10.2020

Webinare**

1. Kick-Off
2. Zusammenarbeit am digitalen Arbeitsplatz
3. Der Weg zum Digital Workplace: ein Fallbeispiel
4. Das richtige Tool für Ihren Anwendungsfall
5. Die richtige Einführung – Der Kommunikationsplan
6. Ein Einführungsmethode – Learning Out Loud
7. Erfolgsmessung und Kennzahlen im Digital Workplace

Referenten (Auszug)



Kira Görgen
Senior Consultant Communications
HIRSCHTEC



Gernot Kühn
PTNR Tech Strategist
Microsoft Deutschland

Methode Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, wie Sie den digitalen Arbeitsplatz strategisch gestalten, Mitarbeiter*innen in den Transformationsprozess einbinden und kollaborative Arbeit im Unternehmen systematisch unterstützen können.

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 21.2.2020 | 7.8.2020)
Regulärer Preis 990 Euro*

Arbeit 4.0 – Arbeiten im digitalen Zeitalter

Wie kann ich Zusammenarbeit und Kommunikation am digitalen Arbeitsplatz effektiv unterstützen?

Zeitraum

11.5.2020 – 8.6.2020 | 19.10.2020 – 9.11.2020

Webinare**

1. Lernagilität
2. Inhalte am digitalen Arbeitsplatz
3. Storytelling
4. Digital Health

Referenten (Auszug)



Kerstin Schachinger
Beraterin und Trainerin
Skill Coaching. Enabler. Creator.



Felix Held
MANEMO eG

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Lernen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, die Zusammenarbeit am digitalen Arbeitsplatz effektiv zu unterstützen.

Vorkenntnisse Die Kenntnisse aus dem E-Learning „Strategische Planung und Implementierung des Digital Workplace“ werden vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 17.4.2020 | 25.9.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Praxiswissen Agiles Arbeiten

In welchen Kontexten ist agiles Arbeiten sinnvoll und wie gestalte ich agiles Arbeiten in der Praxis?

Zeitraum

4.3.2020 – 6.5.2020 | 27.8.2020 – 29.10.2020

Webinare**

1. Aufbruch Agiles Arbeiten
2. Grundlagen von Agilität
3. Agile & Lean Prozesse
4. Scrum anwenden
5. Kanban anwenden
6. Feedback – das Salz der agilen Suppe
7. Methodisch entschieden
8. Die Kunst der konstruktiven Meinungsverschiedenheit
9. Grundlagen agiler Planung
10. Review

Referenten (Auszug)



Peter Rubarth
Agile Coach
upday



Georges Mauch
COO
Swiss Engineering Institute

Methode Kurs mit zehn Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen, was es heißt agil zu arbeiten und in welchen Kontexten dies sinnvoll ist. Außerdem liefert dieser Kurs einen Überblick über die bekanntesten Ansätze und unterschiedlichen Methoden des agilen Arbeitens und bietet die Möglichkeit sich wertvolle Werkzeuge für die Praxis anzueignen.

Vorkenntnisse Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 990 Euro* (bis 7.2.2020 | 31.7.2020)
Regulärer Preis 1.190 Euro*

Neu: Agile Teams führen und entwickeln

Wie gestalte ich Führung und Teamentwicklung in einem agilen Umfeld?

Zeitraum

13.5.2020 – 24.6.2020 | 5.11.2020 – 17.12.2020

Webinare**

1. Aufbruch Agile Teams führen und entwickeln
2. Agile Führung
3. Methoden inhaltlicher Planung
4. Methoden zeitlicher Planung
5. Teamentwicklung mit Retrospektiven
6. Kollegiales Coaching
7. Review

Referenten (Auszug)



Felix Held
MANEMO eG



Peter Rubarth
Agile Coach
upday

Methode Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen, wie Sie die Entwicklung agiler Teams gestalten können und welche Methoden und Instrumente Ihnen dafür zur Verfügung stehen.

Vorkenntnisse Die grundlegenden Konzepte von Agilität sollten bekannt sein. Empfehlenswert sind außerdem erste praktische Erfahrungen mit agilem Arbeiten.

Frühbucherpreis 690 Euro* (bis 17.4.2020 | 9.10.2020)
Regulärer Preis 890 Euro*

Neu: Zusammenarbeit agiler Teams gestalten

Wie strukturiere ich die Zusammenarbeit mehrerer agiler Teams effektiv und erfolgreich?

Zeitraum

9.9.2020 – 4.11.2020

Webinare**

1. Aufbruch – Zusammenarbeit agiler Teams gestalten
2. Vertiefungsprojekt entwickeln
3. Agile Veränderungen vorantreiben
4. Agile Teams strukturieren
5. Agile Führung mit kollaborativer Zieldefinition
6. Zwischenreview Vertiefungsprojekt
7. Vernetzung
8. Agiles Coaching
9. Abschluss

Referenten (Auszug)



Felix Held
MANEMO eG



Peter Rubarth
Agile Coach
upday

Methode Kurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen, wie Sie agile Konzepte auf größere Organisationseinheiten (z. B. Abteilungen) anwenden und weiterentwickeln können.

Vorkenntnisse Fortgeschrittene Kenntnisse zu agilen Konzepten werden vorausgesetzt. Praktische Erfahrungen in agilem Arbeiten und in der Führung bzw. Entwicklung von Teams sind von Vorteil. Idealerweise haben Sie bereits die E-Learning-Kurse „Praxiswissen agiles Arbeiten“ und „Agile Teams führen“ erfolgreich abgeschlossen.

Frühbucherpreis 790 Euro* (bis 14.8.2020)

Regulärer Preis 990 Euro*

Neu: Digitale Transformation gestalten

Wie gestalte ich Prozesse und Geschäftsmodelle in Zeiten der Digitalisierung erfolgreich?

Zeitraum

12.3.2020 – 16.4.2020 | 1.9.2020 – 6.10.2020

Webinare**

1. Treiber digitaler Transformation & Hintergründe
2. Analyse
3. Strategie gestalten
4. Transformation gestalten – Customer Experience
5. Transformation gestalten – Prozesse
6. Erfolgsfaktoren für die Umsetzung digitaler Transformation

Referenten (Auszug)



Berit Ewald
Team Managerin Corporate
Communications
EOS Holding GmbH



Paul Kruse
Consultant Social Collaboration
Communardo Software GmbH

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen zentrale Herausforderungen der Digitalisierung zu bewerten und ihre Auswirkungen auf das eigene Unternehmen einzuschätzen. Expert*innen aus der Praxis vermitteln Ihnen zudem, wie Sie daraus entsprechende Veränderungsstrategien ableiten und umsetzen.

Vorkenntnisse Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 590 Euro* (bis 14.2.2020 | 7.8.2020)

Regulärer Preis 790 Euro*

Neu: Digital Leadership

Wie kann ich den digitalen Veränderungsprozess als Führungskraft aktiv nutzen und steuern?

Zeitraum

23.4.2020 – 14.5.2020 | 19.10.2020 – 3.11.2020

Webinare**

1. Chancen und Herausforderungen digitaler Führung
2. Die eigene Führungspersönlichkeit
3. Strategien digitaler Führung
4. Toolbox digitaler Führung

Referenten (Auszug)



Georges Mauch
COO
Swiss Engineering Institute



Lissi Reitschuster
Vorstand
MANEMO eG

Methode Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie lernen, welche Auswirkungen die digitale Transformation auf Führungsprozesse hat und erfahren, wie Sie Führung in einer digitalen Welt erfolgreich gestalten können.

Vorkenntnisse Erste praktische Führungserfahrungen werden vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 390 Euro* (bis 27.3.2020 | 18.9.2020)
Regulärer Preis 590 Euro*

Neu: Change Management

Wie gestalte ich erfolgreiche Veränderungen im Unternehmen?

Zeitraum

20.5.2020 – 17.6.2020 | 19.11.2020 – 17.12.2020

Webinare**

1. Herausforderungen im Veränderungsprozess
2. Kulturelle Veränderungen gestalten
3. Stakeholder im Veränderungsprozess
4. Kommunikation in der Veränderung
5. Führung in Change-Prozessen

Referenten (Auszug)



André Biener
Senior Berater
SAP



Claas Wenzlik
Berater
DBI Digital Business Innovation GmbH

Methode Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel In diesem E-Learning-Kurs lernen Sie, Ihre Change-Management-Strategie mit Ihrer Unternehmenskultur in Einklang zu bringen. Zudem vermitteln Ihnen Experten, wie Sie Ihre Mitarbeiter*innen gezielt einbinden, mögliche Widerstände überwinden und die Veränderungen sowohl intern als auch extern erfolgreich kommunizieren.

Vorkenntnisse Erste Erfahrungen in der Steuerung von Veränderungsprozessen sind von Vorteil, werden aber nicht vorausgesetzt.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 24.4.2020 | 23.10.2020)
Regulärer Preis 690 Euro*

Neu: Digital Mindfulness – Umgang mit der Digitalisierung im Arbeitsalltag

Wie wirkt die Digitalisierung auf meinen Arbeitsalltag und welche Methoden stehen mir für einen bewussten und achtsamen Umgang zur Verfügung?

Zeitraum

27.5.2020 – 1.7.2020 | 26.10.2020 – 30.11.2020

Webinare**

1. Chancen und Risiken der Digitalisierung
2. Stress im digitalen Alltag
3. Reflexion I: Wie wirkt die Digitalisierung auf mich?
4. Strategien für ein gesundes (Arbeits-)Leben I
5. Strategien für ein gesundes (Arbeits-)Leben II
6. Reflexion II: Wie kann ich im digitalen Alltag gut arbeiten?

Referenten (Auszug)



Felix Held
MANEMO eG



Kerstin Schachinger
Beraterin und Trainerin
Skill Coaching. Enabler. Creator.

Methode Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel Sie erfahren, wie die Digitalisierung Ihren Alltag bestimmt und welche Auswirkungen das auf unseren Geist und Körper hat. Sie lernen verschiedene Methoden und Ansätze kennen, wie Sie mit den vielfältigen Anforderungen und Erwartungen umgehen und persönliche Strategien für eine erfolgreiche Bewältigung dieser erarbeiten können.

Vorkenntnisse Es sind keine fachspezifischen Kenntnisse notwendig.

Frühbucherpreis 490 Euro* (bis 1.5.2020 | 2.10.2020)

Regulärer Preis 690 Euro*



SEMINARE

Lernen Sie von den führenden Expert*innen aus PR, Marketing und Public Affairs. Außergewöhnliche Formate mit Exkursionen, Impulsvorträgen, Videotrainings und Best Cases ermöglichen zeitgemäßes Lernen und maximalen Praxistransfer.

48	Überblick
50	Presse- und Medienarbeit
57	Schreiben, Reden und Auftreten in der PR
63	Kommunikationsmanagement
72	Kommunikationsstrategie
77	Digitale Transformation & Zukunft der Kommunikation
83	Digitale Kommunikation & Digitales Marketing
92	Social Media Management
99	Video für PR & Marketing
102	Interne Kommunikation & HR-Kommunikation
108	Krisenkommunikation
110	Public Affairs
120	Leadership & Essential Skills

SEMINARE / ÜBERBLICK

Für
Führungskräfte,
Manager*innen,
Experten*innen
und Berufseinsteiger*innen

Offene Seminare

Die systematische Planung und Durchführung von Kommunikationsmaßnahmen ist eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiche Public Relations. Als Deutschlands führender Seminaranbieter im Bereich Kommunikation unterstützen wir Sie bei Ihrer Professionalisierung mit einer großen Palette klassischer und aktueller Themen. Die Seminare richten sich sowohl an Berufseinsteiger*innen als auch an erfahrene Kommunikationsprofis und orientieren sich konsequent an Ihren Bedürfnissen. Unsere Referent*innen überzeugen durch Praxisnähe und langjährige Berufserfahrung. Kleine Gruppen garantieren einen regen Austausch und ein intensives Lernen.

Praxisnah

Referenten*innen aus der Praxis geben Ihnen Expertentipps und vermitteln Best Cases.

Vielfältig

Über 80 Seminare aus den Bereichen Public Relations, Public Affairs, Kommunikation, Marketing und Leadership bieten Ihnen eine breite Themenpalette.

Intensiv

Kleine Gruppen gewährleisten einen intensiven Austausch, Zeit für praktische Übungen und Diskussionen.

Ablauf eines Seminars

- 1** Melden Sie sich online an. Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung per E-Mail mit allen relevanten Informationen zu Ihrem Seminar.
- 2** Teilen Sie uns Ihre Erwartungen an das Seminar mit.
- 3** Vier Wochen vor Seminarbeginn erhalten Sie von uns einen Reminder mit allen Eckdaten.
- 4** Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten Sie ein Zertifikat und einen Evaluationsbogen. Wir freuen uns über Ihr Feedback zum Seminar, da auch wir stets an der Optimierung unserer Leistung interessiert sind.
- 5** Nach dem Seminar stehen wir Ihnen für Ihre Fragen, Wünsche und Anregungen zur Verfügung.



Ihre Beraterin

Stefanie Reinke

Tel.: +49 (0)30/44 72 95 09

stefanie.reinke@quadriga.eu

Inhouse-Seminare

Sie interessieren sich für unsere Angebote, möchten die Inhalte aber auf Ihr Unternehmen speziell zuschneiden? Wir organisieren für Sie ein Inhouse-Seminar, bei dem Sie die Themenschwerpunkte setzen. Ob es sich um ein klassisches Medientraining Ihrer Führungskräfte handelt oder Sie aus aktuellem Anlass ein Seminar zur Krisenkommunikation wünschen, unsere erfahrenen Expert*innen coachen Sie und Ihre Mitarbeiter*innen bei Ihnen vor Ort.

Kosteneffizient

Sie sparen nicht nur wertvolle Zeit, sondern erhalten ein individuelles Seminar, passend zu Ihrem Budget. Die Weiterbildung kann direkt an Ihrem Standort durchgeführt werden. Sie sparen Reise und Übernachtungskosten für Ihre Mitarbeiter*innen.

Lernen Sie von den Profis

Unsere renommierten Experten*innen kommen aus Unternehmen, Agenturen und Hochschulen. Sie verfügen über umfassende didaktische und methodische Erfahrungen. In Seminaren erarbeiten Sie mit dem Referent*innen und den Teilnehmer*innen konkrete Lösungsansätze für Ihre Praxis.

Maßgeschneidert

Das Seminar-Konzept orientiert sich an dem Kenntnisstand der Teilnehmer*innen. Ob interaktiver Workshop, Impulsvortrag oder Kommunikationsberatung – wir bieten Ihnen individuelle Lösungen.

Flexibel vor Ort

Ob bei Ihnen im Unternehmen, im Tagungshotel oder in unserem Studienzentrum in Berlin – gerne kümmern wir uns um einen passenden Veranstaltungsort in Ihrer Nähe. In unserem Studienzentrum in Berlin bieten wir Ihnen exklusive Sonderkonditionen.

Kompetenter Partner

Mit unserem großen Netzwerk an Kommunikationsexperten*innen verfügen wir nicht nur über ein breites Spektrum an aktuellen und klassischen PR-Themen, sondern vermitteln Experten aus der Praxis. Wir beraten Sie gerne und finden die idealen Referenten*innen für Ihre Weiterbildungen.

Equipment & Seminarunterlagen

Alle Teilnehmer*innen erhalten Seminarunterlagen und die Präsentation des*der Referenten*in zur Nachbereitung. Die Medien- und Rhetoriktrainings werden mit professionellem Kamera-Equipment begleitet.



Ihre Beraterin

Désirée Güldenpfennig

Tel.: +49 (0)30/84 85 92-24

desiree.gueldenpfennig@quadriga.eu

Presse- und Medienarbeit

Welche Inhalte interessieren Journalist*innen? Wie sollte Content aufbereitet sein? Welches Potenzial bietet Storytelling? Antworten auf diese Fragen gehören nicht nur zum Handwerkszeug der PR – sie sind auch Voraussetzung dafür, ein Thema in die Medien zu bekommen. Media Relations hängen eng mit Disziplinen wie Advertising, Marketing und Social Media zusammen. Sie sind der unverzichtbare Kern der Öffentlichkeitsarbeit.

Rhetorik im Medienkontakt

Berlin 9.–10.12.2019 / 27.–28.2.2020 / 18.–19.6.2020
7.–8.12.2020

Düsseldorf 24.–25.9.2020

Hamburg 5.–6.11.2020

München 23.–24.4.2020

Stuttgart 20.–21.7.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Eindruck machen: Körpersprache, Stimme und Auftrittsgestik
- Besser antworten: Interviewtechniken kennen und Fragefallen (er)kennen
- „Kein Kommentar“ vermeiden – und trotzdem nicht zu viel sagen
- Gute Argumente: So stellen Sie Kernbotschaften verständlich dar
- Verhalten bei Anfragen, im Interview, bei Pressekonferenzen u. v. m.
- „Herr Ross, wie antworte ich auf folgende Frage...“ – Tipps aus der Trickkiste des erfahrenen Journalisten, Trainers und Pressesprechers



Alexander Ross

hat einen Master of Science in Communications, trainiert viele Chefs, immer mehr Chefinnen und bereits 2.000 Pressesprecher*innen für die richtigen

Worte. Seit 18 Jahren ist er Trainer renommierter Institutionen im Medienbereich, darunter das FAZ-Institut und die Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten.

Methode Viele praktische Übungen mit Ihren Themen, kritisches Feedback und Wiederholung verbessern Ihren Auftritt und Argumentation.

Lernziel Sie treten professionell auf im Medienkontakt, vermitteln klare Botschaften und antworten sicher auf kritische Journalistenfragen.

Zielgruppe Alle, die ihre rhetorische Sicherheit steigern wollen, um Medienkontakte in Gesprächen, Statements und Interviews erfolgreicher zu gestalten.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 10

” Das Seminar bringt sowohl Einsteigern als auch „alten PR-Hasen“ einen Mehrwert, da es den Teilnehmern sowohl Grundlagen als auch tatksiche PR-Rhetorik-Kniffs an die Hand gibt. Daniel Münch, FOX Networks Group Germany

Rhetorik intensiv

Auftritte und Argumente

Berlin 12.–13.12.2019 / 19.–20.3.2020

4.–5.6.2020 / 1.–2.10.2020 / 10.–11.12.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr / Mit Videoanalyse

Programm

- Video-Analyse: Ihr Auftritt, Ihre Wirkung
- Was sieht man von Ihnen? Körpersprache optimieren
- So finden Sie Gehör: Sprache und Stimme richtig einsetzen
- Souverän auftreten und argumentieren
- Bringen Sie die Dinge auf den Punkt
- Überzeugen: Wie Sie Themen besser verkaufen
- Nie wieder sprachlos
- Immer eine gute Antwort: zehn erprobte Mittel
- Gekonnt umgehen mit fiesen Fragen und Kritik



Alexander Ross

hat einen Master of Science in Communications, trainiert viele Chefs, immer mehr Cheffinnen und bereits 2.000 Pressesprecher*innen für die richtigen

Worte. Seit 18 Jahren ist er Trainer renommierter Institutionen im Medienbereich, darunter das FAZ-Institut und die Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten. Er schrieb u. a. für das Handelsblatt und Cicero und veröffentlichte als Autor/Ghostwriter über zehn Sachbücher. Er hat umfassende Erfahrung als Manager und Pressesprecher im In- und Ausland und als Redenschreiber für mehrere DAX-Vorstände.

Methode Intensivtraining mit Themen und Ihren Praxissituationen, Video-Analyse, Wiederholung und Feedback.

Lernziel Ihr souveränes Auftreten in herausfordernden Situationen, mit den richtigen Worten und überzeugender Wirkung.

Zielgruppe Alle, die den eigenen Auftritt optimieren, ihr Thema souverän präsentieren und kritische Situationen meistern wollen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 6

” Herr Ross ist ein kompetenter und professioneller Dozent. Die Inhalte des Seminars wurden sehr anschaulich vermittelt und konnten nachhaltig trainiert werden. Andrea Kleinbreuer, Techniker Krankenkasse

Souverän vor Publikum – Erfolgreich präsentieren

Zuhörer und Gesprächspartner für sich gewinnen

Berlin 14.–15.9.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–16 Uhr / Mit Videoanalyse

Programm

- Professionell vorbereiten: Motive checken – Nutzen definieren
- Positiv abheben: Im Herz und Hirn landen. Merk-Würdig
- Beeindruckend starten: das Publikum von Beginn an fesseln
- Alle Sinne wecken: mit Bildern, Musik, Gerüchen etc.
- Effektiv einbinden: Dialoge initiieren und gestalten
- Souverän senden: Umgang mit Stress und kritischen Fragen
- Sichtbar verbessern: Persönliche Videoanalysen „vorher/nachher“
- Gewinnend schließen: Rezepte fürs „Sahnehäubchen“ nach Präsentationsende



Ingo Bosch

hat über 20 Jahre beim WDR, dem Gerling-Konzern und in Kommunikationsagenturen gearbeitet und dort unzählige Wettbewerbspräsentationen

verantwortet. Mit einer Schauspielerin entwickelte er Präsentations- und Dialog-Trainings, in die er zudem seine Erfahrungen aus Leistungssport und Wirtschaft einbaute.

Methode Wechsel von Theorie und praktischem Umsetzungsübungen aus Präsentations-, Schauspiel- und Sporttraining-Bausteinen. Analyse des eigenen Präsentierens durch Videoaufzeichnungen und Feedback des Publikums sowie Trainers.

Lernziel Fesselnde Präsentation erstellen, selbstbewusster sowie präziser auftreten und Menschen besser überzeugen können.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte aus allen Organisationsformen, die Inhalte überzeugend bei Vorgesetzten, Kollege*innen, Fremden und Freund*innen präsentieren wollen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 9

” Praxisorientiertes, kurzweiliges und stimmiges Seminar mit Nachhall. Empfehlenswert!
Bodo Schluenzen, RW-Power

Storytelling mit Powerpoint und Keynote

Business-Präsentationen neu erzählt

Berlin 5.12.2019 / 3.4.2020 / 31.8.2020 / 4.12.2020

10 – 18 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Einführung in die Bedeutung und Kraft des Geschichtenerzählens
- Was man von den (vermeintlich) Besten lernen kann: Analyse der spannenden Präsentationen und Pitchdecks
- Die wichtigsten Zutaten einer Geschichte und wie man sie im Business-Kontext identifiziert: Aufhänger, Protagonist*in, Konflikt
- Dramaturgie einer guten Business-Story: Der Why-How-What-Ansatz nach Simon Sinek
- Headline-Techniken für Präsentationen
- Abschlussübung: „Meine Präsentation neu erzählt“



Merlin Scholz

arbeitet als Content Director für die Berliner Content-Marketing-Agentur rethink. Gemeinsam mit seinem Team produziert er digitale Inhalte für Kunden wie Volkswagen, Bayer, Hertz, die Sparkasse oder Universal Music und berät Unternehmen bei der Transformation ihrer Kommunikation vor dem Hintergrund der Digitalisierung.

Methode Jede theoretisch erlernte Storytelling-Technik wird direkt in einer anschließenden Einzel- oder Gruppenübung praktisch angewandt.

Lernziel Sie werden bessere und überzeugendere Präsentationen aufsetzen und damit Ihre Zielgruppen im Business-Alltag besser erreichen und überzeugen können. Ihre Präsentationen werden klarer gegliedert, besser verständlich und optisch ansprechender sein.

Zielgruppe Alle, die in ihrem Business-Alltag Powerpoint- oder Keynote-Präsentationen als Kommunikationsmedium verwenden.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Gute Geschichten zu erzählen ist kein Gedöns, sondern absolut businessrelevant. Das Schöne ist: Jede Powerpoint-Präsentation steckt voller Story-Potenzial.
Merlin Scholz

Interviewtraining intensiv

Berlin 18.5.2020 / 30.10.2020

10 – 18 Uhr

Mit Videoanalyse

Programm

- Die Kernaussagen finden
- Klare Sprache und überzeugende Argumente
- Was will der*die Journalist*in?
- Wie funktioniert eine TV-Redaktion?
- Das Interview lenken
- Kopfarbeit, Körpersprache und der souveräne Auftritt, Umgang mit Nervosität
- Kritische Fragen und das halbvolle Glas
- Übungen, Videoanalyse und Besprechung



Anke Stessun

hat als TV-Politikjournalistin hunderte Interviews mit Kanzler*innen, Minister*innen, Abgeordneten und Wirtschaftsvertreter*innen geführt sowie

als Nachrichtenmoderatorin im Studio, im Bundestag, bei Wahlen, auf Reisen und als US-Korrespondentin in Washington DC gearbeitet. Sie konnte Bundeskanzler Schröder und Außenminister Fischer für zahlreiche Exklusiv-Interviews gewinnen und hat für N24 und Sat.1 die sogenannten „Sommerinterviews“ geführt. Nach über 15 Jahren beim Fernsehen gibt sie seit April 2011 Ihre Erfahrungen als Medientrainerin weiter.

Methode Theorie für den Einstieg, individualisierte Übungen, Videomitschnitt und intensive Besprechungen.

Lernziel Souveräne und überzeugende Interviews – in jeder Situation.

Zielgruppe Führungskräfte und Mitarbeiter*innen in Unternehmen, Verbänden, Institutionen, Behörden und Pressesprecher*innen, die sich umfassend auf Interviews vorbereiten wollen und bereits erste Grundkenntnisse in Kommunikationstechniken haben.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 5

” Das Seminar war didaktisch ausgezeichnet aufbereitet und vermittelte vielfältige Perspektiven des Themas in einem straffen Zeitrahmen. Dr. Oliver Langewitz, Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH

Medientraining für TV & Radio

Souveräne Statements, O-Töne und Interviews für Mitarbeiter und Führungskräfte

Frankfurt a.M. 28.–29.9.2020

München 2.–3.12.2019 / 20.–21.4.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Mit Videoanalyse

Programm

- Arbeits- und Produktionsbedingungen im TV; Der richtige Umgang mit Journalist*innen; PR-relevante journalistische Formate; Was Journalist*innen von Interviewpartner*innen erwarten; Signalsätze platzieren
- TV-Training: Artikulation, Verhalten, Formulierungen
- Hörfunk-Training: Experteninterview, Telefoninterview im Radio
- Stellungnahmen in kritischen Situationen: Verhaltensregeln, Formulierungshilfen, Vertrauen schaffen in 30 Sekunden



Dr. Daniela Burkhardt

arbeitete viele Jahre als Hörfunk- und Fernsehjournalistin sowie als Talk-Moderatorin, vor allem für den Bayerischen Rundfunk, aber auch für private

Sender wie Sat1. Sie war zudem als Pressesprecherin tätig und gründete 2003 das Institut burcom. Als Medien- und Rhetorikcoach bereitet sie seit vielen Jahren Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Showbusiness gezielt auf öffentliche Auftritte vor, besonders auf kritische Fragestellungen.

Methode Artikulationsübungen, Übungen zur Ausdrucksweise, zu Antworttricks bei kritischen Fragen und zum Zeitgefühl, Interviewtraining.

Lernziel Sie lernen was ein „knackiges“ Interview ausmacht, Kernaussagen zu formulieren, dem Druck standzuhalten, was Sie mit „richtiger“ Artikulation alles erreichen und wie Sie kritische Fragen meistern.

Zielgruppe Führungskräfte, die Interviews in Funk und TV geben müssen bzw. wollen sowie Presse-referent*innen, die ihr Unternehmen in den Medien thematisch positionieren wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 8

„Spannendes Thema, hervorragend referiert, sowie toughe sogar symphatische KollegenInnen. Das ist nicht selbstverständlich! Dr. Michael Achard, GFAW Thürigen

Souverän vor jeder Kamera

Berlin 28.–29.4.2020 / 16.–17.6.2020

27.–28.10.2020 / 15.–16.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 15 Uhr

Mit Videoanalyse

Programm

- Theoretische Grundlagen und Auswahlkriterien von Filmemacher*innen
- Was ist ein O-Ton? Was macht ein gutes Interview vor der Kamera aus? Worauf muss man achten, um nichts Falsches zu sagen? Wie bereitet man sich vor?
- Übungseinheiten: Der perfekte O-Ton, Das gelungene 2er-Gespräch, Video-Podcast für einen YouTube-Kanal, In der Krise vor der Kamera, Snippets für Soziale Medien
- Persönliches Feedback



Claudia Bender

ist Fernsehjournalistin und Medientrainerin in Berlin. Sie produziert unter anderem den Polittalk „Studio Friedman“ des Nachrichtensenders WELT,

zahlreiche Reportagen und Web-TV-Formate sowie Unternehmensfilme zur Unterstützung der internen und externen Kommunikation von Unternehmen und Institutionen. Sie ist seit 2004 Referentin an der Deutschen Presseakademie, sie leitet Seminare am LEAD Mercator Capacity Building Center for Leadership & Advocacy und ist auditiertes Coach der Volkswagen Group Academy.

Methode Praxisnahe Trainingseinheiten mit persönlicher Analyse und Feedback in einem kleinen Kreis von Teilnehmenden.

Lernziel Souverän und sicher vor jeder Kamera kommunizieren.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen, Verbänden und Institutionen, insbesondere Unternehmens- und Pressesprecher*innen.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	3 bis 5

„Raus aus dem eigenen Saft und der eigenen Welt, rein ins offene und sehr gute Feedback von Außen. Eine sehr gute Mischung aus Theorie, Praxis, Erfahrung und sehr nützlichem Feedback von Außen. Tobias Knieling, Siemens

Das perfekte Foto

Einstieg in die digitale Fotografie

Berlin 11.–12.5.2020

Hamburg 3.–4.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Von der Idee bis zur Umsetzung: Bildkonzeption und Bildkomposition (Storytelling, Imagefoto, Porträt- und Gruppenfoto, Titelbild)
- Blende, Belichtungszeit, Lichtempfindlichkeit, Umgang mit natürlichem Licht, Blitzlicht, Einsatz von unterschiedlichen Brennweiten
- Bildredaktion, Einsatzmöglichkeiten von Bildern in Print und Internet, Bild/Textkombination
- Bildbesprechung und Analyse von mitgebrachtem Bildmaterial



Iris Wolf

lebt und arbeitet seit ihrem Studium als selbständige Fotografin im Ruhrgebiet. Neben Auftragsarbeiten für Unternehmen, wie AWO Dortmund und

Spar- und Bauverein eG Dortmund, realisiert sie eigene Kunstprojekte. Ihre Arbeitsfelder reichen von der Konzeption und Durchführung von Imagekampagnen über Businessporträts bis hin zu gut recherchierten Fotoreportagen.

Methode Vortrag und praktische Übungen, Analyse eigener Bilder, Bildbesprechung, Gruppendiskussionen.

Lernziel Sie lernen Ihre Ideen in Fotos zu verpacken und konzeptionieren und erstellen eine eigene Fotostrecke. Sie können mit der Kamera umgehen und fühlen sich sicher für den kommenden Fotoauftrag.

Zielgruppe Pressesprecher*innen, Mitarbeiter*innen in der PR- und Unternehmenskommunikation, die die Grundlagen der Fotografie erlernen möchten.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 10

” Das Seminar hat einen guten Einblick in die Technik der digitalen Fotografie vermittelt. Mir ist klar geworden, was für ein großes Feld die Fotografie ist und dass man die Funktionen der Kamera außerhalb der Automatik unbedingt kennen sollte. Bärbel Ballaschke, Hochschule Flensburg

Daten-PR

Wie man mit Daten relevanten PR-Content entwickelt

Berlin 20.4.2020 / 23.11.2020

10 – 18 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Was können Daten für die PR tun?
- Aufspüren von Datenquellen: Wo und wie finden Sie relevante Daten?
- Content entwickeln: Wie Sie PR-Inhalte mit Daten anreichern oder komplett darauf aufbauen
- Datenvisualisierung: Wie stellen Sie durch Grafiken und Visualisierungen die Daten verständlich und pointiert dar?
- Vermarktung: Wie kommunizieren Sie Ihre Daten-PR mit passenden Formaten und Kanälen?



Vivien Nikolic

hat sich nach ihrem Bachelor in Germanistik, Kulturwissenschaften und BWL für einen Master in Nachhaltigkeitsökonomie entschieden. Es folgte ein

Volontariat bei OTTO. Heute ist sie Redakteurin und Beraterin für Nachhaltigkeitsthemen.



Nick Marten

begann seine berufliche Laufbahn als Zeitungsreporter. Seit 2013 arbeitet er im Bereich Corporate Communications. Seit 2015 ist er im Team Corporate PR

beim Onlinehändler OTTO und kommuniziert zu den Themen Branding, Onlinemarketing & E-Commerce.

Methode Impulsvorträge, praktischen Übungen, Einzel- und Gruppenübungen, Best-Practice-Beispiele.

Lernziel Ihre Kommunikationsstrategie um datengetriebene Inhalte anreichern, relevante Datenquellen aufspüren, aus den gewonnenen Daten PR-relevante Geschichten und eigenständig Ideen für die Visualisierung von Daten entwickeln.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche, die ihre PR-Arbeit um datengetriebenes Storytelling erweitern bzw. mit der Kraft der Daten für eine positive Reputation sorgen möchten.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Daten sind der Rohstoff des 21. Jahrhunderts. Und in der Kommunikation können sie zur einzigartigen Zutat für spannende Geschichten werden. Vivien Nikolic & Nick Marten

Journalismus – Blick hinter die Kulissen

Kollege, Sparringspartner, Gegner? Wie Journalisten ticken und was Pressearbeit ihnen bieten muss

Berlin 27.–28.4.2020 / 16.–17.11.2020

1. Tag: 12.30 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Wie (Wirtschafts-)Presse funktioniert
- Brainstorming und Morgenkonferenz – Wie sich Ideen in der Zeitung durchsetzen
- Redaktionsbesuch im Büro einer führenden Tageszeitung
- Was Journalist*innen wirklich interessiert
- Wie ein Thema interessant werden kann
- Übung: Sie entwickeln Strategien, um die eigenen Interessen und die der anderen Seite miteinander zu verbinden. Gemeinsam wird darüber diskutiert.



Birgit Marschall

berichtete zehn Jahre lang für die „Financial Times Deutschland“ aus Berlin. Zuvor arbeitete die Diplom-Volkswirtin für die „Berliner Zeitung“, die „Wirtschaftswoche“ und die „Berliner Morgenpost“. Seit Anfang 2010 verstärkt sie das Berliner Büro der „Rheinischen Post“. Sie ist dort vor allem für Wirtschafts- und Finanzpolitik zuständig.

Methode Theoretische Wissensvermittlung und nützliche Tipps gehen einher mit der Erarbeitung einer Strategie für den erfolgreichen Umgang speziell mit der Wirtschaftspresse.

Lernziel Wissen, wie die andere Seite heute arbeitet, wie journalistische Stories in der Praxis entstehen und wie Sie das Vertrauen der Journalist*innen gewinnen.

Zielgruppe Pressesprecher*innen von Unternehmen, Verbänden und Behörden sowie Mitarbeiter*innen anderer Abteilungen in der Unternehmenskommunikation und in PR-Agenturen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Das Seminar ist ein klarer Mehrwert für alle PR-Fachleute und Pressesprecher, die Wirtschaftsjournalisten besser verstehen möchten. Die Kombination aus Seminar und Redaktionsbesuch ist unter den Presseworkshops einzigartig. Marc Chalupsky, Messe Frankfurt

Pressemitteilungen mit Wirkung

Nachrichten für Medien

Berlin 18.–19.6.2020/ 5.–6.10.2020

Düsseldorf 2.–3.3.2020**

München 26.–27.11.2020**

Frankfurt a.M. 27.–28.8.2020**

1. Tag: 10 – 17 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- PR und Journalismus im Miteinander
- Wer ist eigentlich der*die Empfänger*in von Pressemitteilungen?
- Aufbau von Pressemitteilungen, Textstruktur und Gliederung
- Das richtige Thema finden
- Packende Headlines formulieren
- Versand und Veröffentlichung von Pressemitteilungen – offline und online
- Mit Wirkung? – Wie kontrolliere ich meinen Erfolg?



Peter Nietzold

war langjährig für börsennotierte Unternehmen als Pressesprecher und Leiter IR tätig, hat mehrjährige Erfahrung als Projektmanager einer PR-Agentur und ist seit 1999 als Dozent, Studien- und Akademieleiter in der PR-Aus- und Weiterbildung tätig.



Claudius Kroker

studierte Politik, Theaterwissenschaft und Jura in Erlangen und Leipzig. Er war Journalist bei Zeitungen, Hörfunk und Nachrichtenagenturen.

Methode Praktische Übungen stehen im Wechsel zum Theorieteil. Gruppenaustausch und Diskussionen sind ebenfalls Bestandteile des Seminars.

Lernziel Ein Gespür für konzeptionelle und systematische Pressearbeit entwickeln und die vielfältigen Aufgaben einer Pressestelle durch praktische Hinweise und kleine Kniffe effizienter bewältigen können.

Zielgruppe Einsteiger*innen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, gern aber auch Quereinsteiger*innen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Sehr gutes Handwerkszeug für die Erarbeitung von Pressemitteilungen. Maik Simon, MIBRAG

Pressestellenarbeit

Berlin 12. – 13.12.2019** / 25. – 26.5.2020** /
7. – 8.12.2020**

Düsseldorf 23. – 24.4.2020

München 26. – 27.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Aufgaben, Anbindung und Gliederung einer Pressestelle
- Medienlandschaft und Medienauswahl
- Redaktionsabläufe und Folgen für die Pressearbeit
- Instrumente der Pressearbeit
- Medienrelevanz und Nachrichtenfaktor
- Die Pressemitteilung
- Die Pressekonferenz
- Strategische Pressearbeit
- Austausch, Vernetzung und Kooperation von Pressestellen



Markus Kringel

arbeitet als Kommunikations- und PR-Berater, freier Autor und Coach, vor allem in der Unternehmens- und Krisenkommunikation.



Claudius Kroker

studierte Politik, Theaterwissenschaft und Jura in Erlangen und Leipzig. Er war Journalist bei Zeitungen, Hörfunk und Nachrichtenagenturen.

Methode Praktische Übungen stehen im Wechsel zum Theorieteil. Gruppenaustausch und Diskussionen sind ebenfalls Bestandteile des Seminars.

Lernziel Ein Gespür für konzeptionelle und systematische Pressearbeit entwickeln und die vielfältigen Aufgaben einer Pressestelle durch praktische Hinweise und kleine Kniffe effizienter bewältigen können.

Zielgruppe Einsteiger*innen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, gern auch Quereinsteiger*innen – und diejenigen, die trotz Routine mal einen kritisch-distanzierten Blick auf ihr eigenes Tun werfen wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Das Seminar hat in einer gut strukturierten Form die wichtigen Inhalte der Pressestellenarbeit vermittelt. Ich bin mit viel Wissen und Eindrücken aus der Veranstaltung gegangen und freue mich, das Gelernte im Alltag umzusetzen. Sabrina Chaudhry, Lufthansa Cargo

PR-Konzepte für Einsteiger

Grundlagen der Strategieentwicklung

Berlin 16. – 17.3.2020 / 4. – 5.6.2020** / 19. – 20.11.2020

Düsseldorf 20. – 21.4.2020 / 10. – 11.9.2020

München 19. – 20.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm

- Kommunikation planen – Definitionen und Missverständnisse
- SWOT Analyse: wie man sich einen Überblick verschafft
- Strategisch denken – Wegentscheidungen treffen
- Ideen entwickeln und ausbreiten
- Übung! Ein ganzes Konzept von der Aufgabe bis zum Zeitplan erarbeiten
- Präsentieren! Und die Wirkung prüfen
- Ein anspruchsvoller Kreativ-Workshop



Renée Hansen

ist seit 1991 als Kommunikationsberaterin tätig. Derzeit ist sie als Kommunikationsberaterin und Trainerin tätig.



Stephanie Bernouilly

ist selbständige Kommunikationsberaterin, Kreativ- und Konzeptionstrainerin sowie Autorin.

Methode Einführungsvortrag, Gruppenaustausch, Diskussion sowie geführte Gruppenarbeit, Präsentationen und viele praktische Übungen.

Lernziel Sicherheit im Aufbau von Ihren Konzeptionen, im Auftritt gegenüber Auftraggeber*innen, Absicherung Ihrer kommunikativen Vorschläge und Abgleich mit den Unternehmenszielen, Verständnis von Beratung.

Zielgruppe Menschen in Kommunikationsberufen, die noch wenig/keine Erfahrung im eigenständigen Entwickeln von Konzepten haben.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Enorm lehrreiches Seminar mit einer optimalen Verzahnung von Theorie und Praxis. Ich habe viel mitgenommen für meine Arbeit und mich. Lorena Mayer, Roche Diagnostics

PR-Konzepte für Fortgeschrittene

Strategien und Steuerung

Berlin 15.–16.6.2020 / 16.–17.11.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –16 Uhr

Programm

- Neugeschäft: Ein potenzieller neuer Kunde lädt zum Briefinggespräch, Vorbereitung und Verhalten
- Wettbewerbspräsentation: langer Vorlauf und plötzliche Umstellung kurz vor Abschluss
- Strukturschwäche: Hinter dem Auftrag verbirgt sich ein ungünstiger Aufbau der Zuständigkeiten. Das Projekt droht zu scheitern
- Anrufe, Briefe, Mails, Kundenbesuche – wie im richtigen Leben



Renée Hansen

ist seit 1991 als Kommunikationsberaterin tätig. Derzeit ist sie als Kommunikationsberaterin und Trainerin tätig.

Methode Planspiel in verschiedenen Räumen, Gruppenarbeit, Präsentation und Kundengespräche in kurzen Taktungen, Supervision.

Lernziel Sicherheit im ganz normalen „Kommunikationschaos“ – Springen zwischen unterschiedlichsten Aufgabenstellungen, Teammanagement, Kundenführung, Reflexion der eigenen Beraterrolle.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Agenturen, Unternehmen, Organisationen, die eine höhere Verantwortung, auch Teamverantwortung, haben und Konzepte nicht nur entwickeln, sondern Prozesse steuern müssen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 8

“ Der Austausch mit den Kommilitonen war ein echtes Plus und das Salz in der Suppe. Durch die Praxistermine konnten wir die Studententheorie einem weiteren Realitätscheck unterziehen, der über den eigenen Arbeitsalltag hinausreichte. Florian Amberg, Munich Re

Themenfeld

Schreiben, Reden und Auftreten in der PR

Textstärke bleibt eine zentrale Fähigkeit für Kommunikationsprofis. Die Content-Fokussierung verstärkt ihre Bedeutung noch – genauso wie neue Kanäle, die eine unterschiedliche Ansprache verlangen. Die Klaviatur aus journalistischen, marketingorientierten und PR-Texten zu beherrschen und Zielgruppen Empathie zu vermitteln, sind essenzielle Skills.

Wirkungsvoll auftreten und professionell sprechen

Berlin 15. – 19.6.2020 / 9. – 13.11.2020

Programm

- 1. Tag:** Sie erlangen ein erhöhtes Selbst-Bewusstsein dafür, welche Stärken Sie in Ihrer spontanen Sprechweise ausstrahlen.
- 2. Tag:** Authentisch betonen „Der Lebendigkeits-Code“: In kleinen Teams arbeiten Sie an Ihrer typgerechten Ausdruckskraft.
- 3. Tag:** Der Inhalt bestimmt die Form! Quick Wins für Ihre Erfolgs-Rhetorik und Navigationstool für Ihre Sprechdenke.
- 4. Tag:** Unter Zeitdruck rhetorisch punkten. Wir arbeiten an allen für Sie relevanten Redegenres von der PK-Eröffnung bis zum Mini-Statement.
- 5. Tag:** Präsentationen vor der Gruppe und vor der Kamera. (vorgearbeiteten Beiträge sowie Ihre spontane Rede)



Nika Triebe

ist ausgebildete Schauspielerin, TV-Moderatorin, Journalistin, seit 2001 Trainerin, diplomierter Coach, 12 Jahre lang Abteilungsleiterin für Rhetorik an der „Schule des Sprechens“ in Wien. Drei Jahre lang moderierte sie unter anderem jeden Tag live ihre Sendung „Menschen“.



Wolf-Christian Puchner

schloss nach Schauspielstudium und Tätigkeit als Sprech- und Stimmtrainer an großen deutschen Theatern 2007 die Ausbildung zum staatl. geprüften Atem-, Sprech- und Stimmlehrer ab. Er gibt branchenübergreifend Coachings und Seminare.

Methode Praktische Übungen, Ausarbeiten eigener Redebeiträge, individuelles Feedback, Auftritte vor der Gruppe im kleinen Kreis.

Lernziel Sie erfahren alles Wesentliche für Stimme, Körpersprache und sprecherische Wirkungskraft. Bewusstsein für die Außenwirkung in mehreren Sprechsituationen erlangen. Einen vollen Werkzeugkoffer Techniken und Strategien für die Vorbereitung von Redebeiträgen.

Zielgruppe Pressesprecher*innen, Führungskräfte und Mitarbeiter*innen in Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Behörden.

Preis 2.890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

Die Schreibwerkstatt I

Stilsicher schreiben

Berlin 2. – 3.3.2020 / 11. – 12.5.2020 / 9. – 10.11.2020

Düsseldorf 10. – 11.9.2020

Frankfurt a.M. 15. – 16.6.2020 / 26. – 27.11.2020

Hamburg 6. – 7.4.2020

München 9. – 10.7.2020

Stuttgart 12. – 13.12.2019 / 10. – 11.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Wahrhaftigkeit, Respekt, Mumm
- Sich auf die Leser*innen einstellen
- Verständlich und wirkungsvoll schreiben
- Kreativ sein
- Stoff und Ideen sammeln
- Originell einsteigen
- Effektiv enden



Markus Franz

war Leiter des Redenschreiberteams von Kanzlerkandidat Peer Steinbrück und von SPD-Generalsekretärin Andrea Nahles. Der gelernte Jurist

arbeitete bei unter anderem bei der taz und der Süddeutschen Zeitung als Journalist, politischer Korrespondent und in leitender Funktion. Anschließend war er Pressesprecher des DGB und danach Sozialattaché der Deutschen Botschaft in Washington. Seit 16 Jahren trainiert er Journalist*innen, Pressesprecher*innen und Politiker*innen im kreativen Schreiben.

Methode Alle Inhalte werden anhand von Beispielen und Übungen vermittelt. Kein Powerpoint-Vortrag. Sie schicken dem Referenten vorher Ihre Texte, die im Seminar besprochen und analysiert werden.

Lernziel Sie werden das Handwerk des Schreibens erlernen, können mit unterschiedlichen Textformen Ihre Ziele erreichen.

Zielgruppe Wenig geübte Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte in Pressestellen und der Öffentlichkeitsarbeit oder in PR-Agenturen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Das Seminar ist eine absolute Bereicherung für jeden, der in der Kommunikation arbeitet. Die praxisnahe Vermittlung und die vielen Übungen erleichtern einem die Umsetzung der Lerninhalte am eigenen Arbeitsplatz. Astrid Sahler-Willems, BASF

Die Schreibwerkstatt II

Klar denken, mutig entscheiden, souverän schreiben

Berlin 5.–6.12.2019 / 27.–28.4.2020 / 25.–26.5.2020
31.8.–1.9.2020 / 26.–27.10.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 16.30 – 19.30 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Die richtige Erzählerrolle
- Klare Gedanken, klare Botschaft
- Mut zur Kürze, weg mit dem Wortmüll
- Ein Aufbau, der immer funktioniert
- Treffende Worte, starke Sätze
- Die Kunst des kraftvollen Redigierens
- Kluges Zeit-Management, Konzentrieren aufs Wesentliche



Dr. Hajo Schumacher

schreibt seit fast 40 Jahren für Tageszeitungen und Magazine, für Websites und Führungskräfte. Unter seinem Pseudonym „Achim Achilles“ ist er dienstältester Kolumnist von SPIEGEL Online. Er war zehn Jahre beim SPIEGEL, zuletzt Leiter des Berliner Büros, und diente der Zeitschrift MAX bis 2002 als Chefredakteur. Seither schreibt er die Sonntagskolumne für Berliner Morgenpost und Hamburger Abendblatt und kommentiert für RBB und WDR.

Methode Die theoretischen Inhalte werden anhand von ausgewählten Praxisbeispielen intensiv besprochen und diskutiert.

Lernziel Sie bekommen auf der Grundlage Ihrer Erfahrungen durch neue Anregungen mehr Spaß am Formulieren und werden zu begeisterten Sprach- und Textexpert*innen.

Zielgruppe Absolvent*innen der „Schreibwerkstatt I“, fortgeschrittene Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte in Pressestellen und der Öffentlichkeitsarbeit oder PR-Agenturen, mit Erfahrungen im Schreiben von Texten.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 10

” Ein sehr intensives und praxisorientiertes Seminar, das viel konkreten Nutzen bringen kann. Dr. Christian Taaks, Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Einführung in das journalistische Schreiben

Düsseldorf 19.–20.3.2020 / 1.–2.10.2020

Frankfurt a. M. 2.–3.12.2019 / 8.–9.6.2020
7.–8.12.2020

Berlin 9.–10.11.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Mit der richtigen Technik zum guten Text
- Passende Wörter, Synonyme und Verben
- Klare Botschaft und roter Faden
- Besonderheiten verschiedener Textarten z. B. Presstexte, Interviews, Kommentare
- Geschichten erzählen, Interesse wecken
- Passende Überschriften formulieren
- Kontrolle: Die Freude am Überarbeiten



Claudius Kroker

war zehn Jahre als freier Journalist bei Zeitungen, Rundfunksendern und Nachrichtenagenturen tätig, bevor er Berater und Redaktionsleiter in PR-Agenturen wurde. Heute unterstützt er Unternehmen, Verbände und Hochschulen bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und verfasst als selbstständiger Autor Texte für Websites, Imagebroschüren und Jahresberichte.

Methode Neben der Vermittlung von theoretischem Wissen (verschiedene Textarten, Textaufbau, Arbeitstechniken) lebt das Seminar vor allem von praktischen Übungen und dem Austausch untereinander.

Lernziel Sie lernen Grundlagen und Fertigkeiten, Texte für verschiedene Anlässe verständlich und sicher formulieren zu können.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in Pressestellen und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Behörden und Verbänden sowie an Beschäftigte in PR-Agenturen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Der Referent hat den Stoff verständlich und beispielhaft vermittelt. Ich habe sehr gute Tools mitgenommen, die ich bei meiner täglichen Arbeit anwenden kann. Claudia Behlen, Deutsche Börse

Kreativ schreiben und (ver-)dichten

Berlin 20.–21.2.2020 / 10.–11.12.2020

Düsseldorf 18.–19.5.2020 / 28.–29.9.2020

Frankfurt a.M. 9.–10.12.2019 / 16.–17.3.2020 / 20.–21.8.2020 / 26.–27.10.2020

München 23.–24.11.2020

Stuttgart 23.–24.4.2020 / 25.–26.6.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Schlagzeilen machen
- Spannende Einsteige verfassen
- Kurzfassen und aktiv schreiben
- Amtsdeutsch und Fachdeutsch in gute Texte überführen
- Das immer Gleiche anders erzählen
- Informationswirrwarr: entscheiden, was wichtig ist
- Journalistische Grundlagen und Nachrichtenwerte
- Geschichten dichten



Stephanie Bernouilly

ist selbständige Kommunikationsberaterin, Kreativ- und Konzeptions-trainerin sowie Autorin. Zu ihren Auftraggebern zählen verschiedene

Bundesministerien, Medienanstalten, Gemeinden und Institutionen aus Wissenschaft und Kultur sowie Bildungseinrichtungen.

Methode Viele Übungen, die das Verständnis von Ausdruck, Kurzfassung und pointiertem Schreiben schulen. Kurzvorträge über Methoden des Brainstormens, Textaufbau, Einzelübungen.

Lernziel Textsicherheit und die Fähigkeit auch unter Druck kreativ zu schreiben.

Zielgruppe Menschen, die häufig Texte für unterschiedlichste Zielgruppen verfassen müssen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 10

” Absolut empfehlenswert! Aus der Routine rauskommen, von außen auf die eigenen Texte schauen und sehr viele Ideen und Tipps mit nach Hause nehmen. Petra Koch, Rhein-Kreis Neuss

Redenschreiben

Berlin 30.–31.3.2020 / 18.–19.6.2020

Düsseldorf 4.–5.5.2020

Frankfurt a.M. 29.–30.10.2020

Hamburg 10.–11.8.2020

München 5.–6.12.2019 / 7.–8.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Den Stoff für die Rede finden
- Einsteigen, gliedern, enden
- Rühren, überzeugen, begeistern
- Von Menschen, über Menschen, für Menschen
- Leichtigkeit und Humor



Markus Franz

war Leiter des Redenschreiberteams von Kanzlerkandidat Peer Steinbrück und von SPD-Generalsekretärin

Andrea Nahles. Der gelernte Jurist

arbeitete bei WAZ, der Märkischen Oderzeitung, der taz, und der Süddeutschen Zeitung als Journalist, politischer Korrespondent und in leitender Funktion. Anschließend war er Pressesprecher des DGB und danach Sozialattaché der Deutschen Botschaft in Washington. Seit 16 Jahren trainiert er Journalist*innen, Pressesprecher*innen und Politiker*innen im kreativen Schreiben.

Methode Dialogischer Vortrag ohne Powerpoint, Diskussionen anregen, alles an Beispielen verdeutlichen, viel üben.

Lernziel Sie beherrschen das Handwerk des Redenschreibens. Sie rühren zudem den richtigen Mix aus Argumenten, Bildern, Persönlichem, Informationen und Gefühl an, um Ihre Zuhörer*innen zu packen. Sie nehmen Ihre Zuhörer*innen ernst, sind wahrhaftig und lassen es auch nicht an Leichtigkeit und Witz fehlen.

Zielgruppe Pressesprecher*innen, Kommunikations- und PR-Verantwortliche, die lernen wollen, die Rede wirksam einzusetzen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Das Seminar des Referenten ist eine gelungene Offensive gegen schlechte Reden. Es öffnet, ermutigt oder bestärkt, gutes „Redenschreiben“ zu wagen – und sagt, übt und lehrt auch das „Wie“. Dr. Markus Folgner, Stadt Halle (Saale)

Redenschreiben für Fortgeschrittene

Düsseldorf 19. – 20.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Der*die Redenschreiber*in: Funktion/ Kompetenz als Texter*in und Berater*in
- Der*die Redner*in: Amt/Funktion/Kompetenz/ Ansehen, individuelle Voraussetzungen, Nähe/ Einstellung zum*zur Redenschreiber*in
- Die Bedingungen: Ausgangslage, Rede-Ort und Rede-Umfeld, Aufgabenstellung, Zeit, Redeziel
- Der Redestoff: Aktualitäts- und Relevanzwert
- Die Rede: Sympathiewert, Gefühlswert, Unterhaltungswert
- Qualitätssicherung nach der Rede



Dipl.-Volkswirt Andreas Franken

trainiert und berät seit über 25 Jahren Redenschreiber*innen, Redner*innen und Präsentator*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verbänden und Vereinen. Der Inhaber der Bonner Akademie für Management-Kommunikation und Redenschreiben hat

2010 Deutschlands ersten Redenschreiber-Lehrgang mit IHK-Abschluss initiiert und ist Mitautor des Handbuchs „Redenschreiben“ (Helios Media Verlag, Juni 2011).

Methode Neben der Theorie steht das Learning by Doing im Mittelpunkt. Ihre Redemanuskripte werden diskutiert.

Lernziel Ihre Fähigkeit, Reden zu schreiben, verbessert sich weiter. Anhand von praktischen Übungen wird Ihnen das professionelle Redenschreiben vermittelt.

Zielgruppe Redenschreiber*innen, die bereits Erfahrung haben und den Austausch suchen, um noch professioneller und effizienter agieren zu können.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Der Referent hat es verstanden, im zur Verfügung stehenden knappen Zeitrahmen, zahlreiche wertvolle und neue Aspekte praxisnah zu vermitteln. Toll war, dass die gesamte Gruppe in den Lern- und Lehrprozess interaktiv eingebunden wurde. Mag. Wolfgang Weninger, Raiffeisen-Landesbank Tirol

Kommunikationstraining – Essential Skills für Ihren überzeugenden Auftritt

Strategie, Taktik und Technik für Präsentationen und Verhandlungen

Berlin 3. – 4.4.2020 / 13. – 14.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Mit Videoanalyse

Programm

- Grundlagen der Rhetorik: überzeugend, erfolgreich und zielgerichtet
- Körpersprache: Sympathie und Autorität durch Mimik, Gestik und Stimme
- Aufbau und Dramaturgie: Struktur, Argumente, Emotion, Mischung aus Fakten und Beispielen
- Kommunikation im Alltag: Gesprächsführung und Verhandlungsrhetorik
- Videoanalyse: Kontinuierliches und individuelles Feedback durch Analyse der Übungen



Patrick Kammerer

hat als Redenschreiber in der Politik begonnen und arbeitet seit 20 Jahren in internationalen Unternehmen: als Leiter der Marken PR bei Reemtsma,

als Kommunikationschef für Nike in Europa, als Leiter der europäischen Krisenkommunikation für Shell sowie als Leiter der weltweiten Public Relations für Shell Retail in London. Seit 2012 ist Kammerer als Mitglied der Geschäftsleitung von Coca-Cola in Berlin für die Public Affairs & Communications in Deutschland, Dänemark, Finnland und Island verantwortlich.

Methode Theoretische Einführung, praktische Übungen für Präsentationen, Gesprächsführungen und Verhandlungen, Videoanalyse und Erfahrungsaustausch.

Lernziel Sie lernen überzeugend aufzutreten, zielgerichtet zu präsentieren und erfolgreich zu diskutieren und zu verhandeln – und dabei authentisch zu bleiben.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in der Unternehmenskommunikation, in PR-Agenturen, Marketing- und Presseabteilung.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Ein Top-Praktiker. Er vermittelt nicht nur, sondern lässt auch an seinen Erfahrungen teilhaben. Dr. Elisabeth Zuber-Knost, ZKonsult Karlsruhe

Wirkungsvoll und authentisch sprechen

Mit Stimme und Körpersprache überzeugen

Berlin 12.–13.12.2019 / 2.–3.4.2020 / 27.–28.8.2020 / 10.–11.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 10 – 16 Uhr

Mit Videoanalyse

Programm

- Überzeugend, authentisch, sympathisch und konkret sprechen
- Verbindlichkeit, Tatkraft und Selbstsicherheit ausstrahlen
- Struktur der dynamischen Sprechtechnik, Argumentieren, glaubhafter Stimmklang und Artikulation
- Telefonat, Meeting, Verhandlung, Präsentation, Rede, Vorstellungsgespräch
- Videoanalyse: Gewohnheitsmuster aufzeigen und aufbrechen
- Audioanalyse: Kongruenz von Inhalt und stimmlicher Akzentsetzung, Sprechrhythmus, Stimmklang und Dynamik verdeutlichen



Wolf-Christian Puchner

schloss nach Schauspielstudium und Tätigkeit als Sprech- und Stimmtrainer an großen deutschen Theatern 2007 die Ausbildung zum staatl. geprüften

Atem-, Sprech- und Stimmlehrer ab. Er leitete 2011 – 2015 die Abteilung Stimmbildung und Körpersprache an der Schule des Sprechens GmbH in Wien.

Methode Hörbeispiele, Wahrnehmungsübungen, Differenzialtraining in Sprechweise sowie mimischer und gestischer Bewegungskoordination, Video- und Audioanalyse.

Lernziel Sie kennen Ihre persönlichen Schwachstellen und lernen mit individuellen Techniken und Übungen Ihren Auftritt zu verbessern, zielgerichteter zu präsentieren, erfolgreicher zu diskutieren und zu verhandeln – und dabei authentisch zu wirken.

Zielgruppe Geschäftsführer*innen und Mitarbeiter*innen in der Unternehmenskommunikation, in PR-Agenturen, im Marketing und in Presseabteilungen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 9

” Erfrischendes und vom Schema F abweichendes Seminar. Es schafft eine persönliche und robuste Basis, die sofort genutzt und selber ausgebaut werden kann. Dr. Ricardo Gent, Deutsche Industrievereinigung

New: Presentation Training

(ENGLISH)

Put ist straight: Presentation!

Berlin 15.–16.6.2020 / 30.11–1.12.2020

Day 1: 10 am – 6 pm / Day 2: 9 am – 5 pm

Programme

- Be brave: Presentation needs decision
- Be clean: Preparations and expectations
- Be straight: Rhetorical hints and clues
- Be prepared: Disturbances, tension and charisma
- Be fine: Exercise
- Be yourself: The presentations!



Anke Stessun

News-Anchor TV, correspondent, editor, coverages in many European countries and in the US. Communication trainer for interviews, presentation,

rhetoric, key messaging and profiling. Lecturer at Quadriga Media Berlin GmbH, Heinrich-Böll-Stiftung, international organisations, politicians, press officers and business executives.

Method The seminar works with keynotes, single person working for individual preparations, discussions for clarifications, case studies to deepen the theory and with exercises. On the second day of the seminar there will be a presentation to be held by everyone. The presentations will be taped and discussed afterwards.

Benefit You can apply the insights in all kinds of communicative situations. In presentations of course, but also in meetings, pitches or decision making.

Audience The seminar is hosted for executives.

Price 1.390 Euro*
Participants 4 to 8

” The world works together in companies, organisations and politics. We need to talk english. No start up, no global meeting without english conversation and presentation. The seminar provides both: Deepen the knowledge in presentations and apply your english skills while exercising. Anke Stessun

Kommunikationsmanagement

Kommunikation zu managen heißt Kampagnen und Maßnahmen sauber zu implementieren. Dafür muss man seine eigenen Prozesse im Griff haben. Technologie, Programme und Apps können helfen. Tools ersetzen nur keine Skills! Mit Journalist*innen kommunizieren, souverän in sozialen Netzwerken unterwegs sein, die Stärken eines Teams nutzen – Management.

Grundlagen der PR in drei Tagen

Berlin 26.–28.2.2020 / 2.–4.6.2020 / 18.–20.8.2020
1.–3.12.2020

Düsseldorf 25.–27.3.2020

Frankfurt a. M. 29.9.–1.10.2020

Hamburg 4.–6.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr /

3. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Was ist PR? Definition, Geschichte, Selbstverständnis
- Steuern, koordinieren, berichten – Tausendsassa PR-Treibender
- Instrumente alt und neu – wo steht PR heute?
- Social Media – tool oder toy?
- Steuerung von Agenturen und anderen Dienstleistern
- Methodische Bausteine zur PR-Konzeption
- Vom Umgang mit Medien und ihren Vertreter*innen
- Eine Pressemitteilung professionell schreiben



Birgit Ihlau

arbeitet freiberuflich als PR-Dozentin und Audio-Sprecherin in Berlin.

Als Pressesprecherin war sie über 12 Jahre tätig, v. a. im internationalen

Umfeld wie der Britischen Botschaft und den Vereinten Nationen. Sie leistete für verschiedene Agenturen Berater*innen mit Schwerpunkten Public Affairs, Hörfunk-PR und Medienarbeit.

Methode Theoretische Wissensvermittlung, praktische Übungen, Erfahrungsaustausch, Diskussion, Intensivtraining zur Erarbeitung eines eigenen PR-Konzepts.

Lernziel Erfolgreich Pressemitteilungen verfassen können, effizienter in der Projektplanung werden und strategische PR-Konzepte entwickeln.

Zielgruppe (Quer-)Einsteiger*innen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Für alle, die handwerklich sauber arbeiten möchten und praktische Tipps und Einblicke schätzen.

Preis 1.690 Euro*

Teilnehmer 4 bis 12

” Der Mix aus Theorie und Praxis in diesem Grundlagenseminar vermittelt einen richtig guten Überblick. Sehr wertvoll waren die Tipps und Kniffe aus dem reichen PR-Erfahrungsschatz der Referentin. Juliane Vettermann, Mitteldeutscher Verkehrsverbund

Corporate Communication – Positionierung auf allen Kanälen

Strategien und Kommunikationsmaßnahmen für differenzierte Zielgruppen

Berlin 12.–13.3.2020 / 19.–20.11.2020

Frankfurt a.M. 25.–26.5.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Eine Firma, eine Botschaft, ein Medium? Warum ein Unternehmen intern wie extern mehr als eine Stimme braucht
- Wie lassen sich Kommunikationsziele klar bestimmen?
- Ins Büro oder besser nach Hause? Was ich über die Empfänger*innen meiner Message wissen sollte
- Teuer und trotzdem für den Papierkorb? Weshalb eine E-Mail besser ankommt als manches Hochglanzmagazin



Theo Probst-Bartolomee
als branchenweit anerkannter Spezialist in der Medienkonzeption, ist er Creative Director und Leiter Corporate Media Design beim wdv.



Prof. Dr. Björn Peter Böer
der frühere F.A.Z.-Redakteur ist Chefredakteur Wirtschaftsmedien und Leiter des Geschäftsbereiches Business Communication beim wdv.

Methode Darstellung zentraler Kommunikationsmodelle, Transfer auf Ihre Kommunikationsaufgaben und Entwicklung maßgeschneiderter medialer Umsetzungen.

Lernziel Fähigkeit zur systematischen Top-down-Analyse. Die Kommunikationsstrategie von der Zielformulierung bis zum eingesetzten Medium optimieren.

Zielgruppe Führungskräfte, Projektverantwortliche, Mitarbeiter*innen der Corporate Communication, PR, IR und Presse.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Zwei kurzweilige Referenten, praxisnahe Beispiele und ausreichend Thesen für Diskussionen. Es gab spannende Antworten und gute Ideen für die tägliche Praxis von Kommunikatoren, die auch morgen noch mitreden wollen. Andreas Hoffbauer, Konzernkommunikation Volkswagen

Kommunikationscontrolling

Erfolg messen, steuern und sichtbar machen

Berlin 14.–15.5.2020

Frankfurt a.M. 19.–20.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Welchen Nutzen hat Kommunikationscontrolling?
- Woraus bestehen Kennzahlen und wie werden sie gebildet?
- Welche Methoden und Instrumente eignen sich zur Erhebung?
- Welche Erkenntnisse bringt es und was muss bei der Implementierung beachtet werden?
- Wie messen und steuern Unternehmen in der Praxis?
- Praktische Übung: Erarbeiten einer eigenen Kommunikationscontrolling-Konzeption



Ariana Fischer

ist selbständige Kommunikationsberaterin und Organisationsentwicklerin. Zu ihren Beratungsfeldern zählt Kommunikationscontrolling, das sie für den

Einsatz in der Unternehmenskommunikation weiter entwickelt hat. Heute widmet sie sich zunehmend der Konzeption und Implementierung von Kommunikationsstrategien und deren organisatorische Verankerung im Unternehmen sowie der wichtigen Schnittstelle zwischen Mitarbeiterkommunikation und Personalarbeit in Employee bzw. Employer-Branding-Projekten.

Methode Präsentation von Theorie und Praxisbeispielen, Diskussion und Erfahrungsaustausch, Gruppenarbeit und Präsentation eines Fallbeispiels.

Lernziel Grundlagen zum aktiven Steuern von Kommunikation mit Hilfe von Kennzahlen; Methoden und Instrumente des Kommunikationscontrollings optimal einsetzen; Kennzahlen von der Theorie zur Praxis verstehen.

Zielgruppe Unternehmens-/Pressesprecher*innen, Mitarbeiter*innen in Presse und PR-Stäben von Unternehmen, Leiter*innen und Mitarbeiter*innen der internen und externen Unternehmenskommunikation.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Es reicht nicht nur, gute Arbeit zu leisten, man muss das auch mit Zahlen belegen können – das ist für mich dank des Seminars sehr viel leichter geworden! Bettina Kaus, Logica, now part of CGI

Neues Konzept: Event. Up. Great.

Heben Sie Ihre Event-Kreativität auf die nächste Stufe.

Düsseldorf 1.–2.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm

- Welchen Events gehört die Zukunft?
- Welche Formate funktionieren?
- Von der Idee bis zum Konzept
- Erfahren Sie mehr über kreative Techniken
- Storytelling, Dramaturgie, Inszenierung und Interaktion auf den Events



Michael Veidt-Molzberger

ist Geschäftsführer und Gründer des freien Kreativ-Büros für Live-Kommunikation FEDERFREI in Köln. Das Büro konzipiert und inszeniert Live-Erlebnisse in den Bereichen Event, Incentive, Promotion, klassische Verkaufsförderung und Sponsoring. Zuvor war Veidt Creative Director in einer der größten Agenturen für Live-Kommunikation Deutschlands. Als Dozent lehrt er u. a. an der Deutschen Sporthochschule, der Design Akademie Berlin, dem IMK Düsseldorf, Management Circle sowie an der TU Chemnitz.

se in den Bereichen Event, Incentive, Promotion, klassische Verkaufsförderung und Sponsoring. Zuvor war Veidt Creative Director in einer der größten Agenturen für Live-Kommunikation Deutschlands. Als Dozent lehrt er u. a. an der Deutschen Sporthochschule, der Design Akademie Berlin, dem IMK Düsseldorf, Management Circle sowie an der TU Chemnitz.

Methode Theoretische Wissensvermittlung, Bearbeitung von Fallbeispielen, Workshop mit eigener Konzept- und Ideenentwicklung.

Lernziel Konkrete Praxislösungen zu den Fragestellungen, wie Sie Ihre Events im Rahmen eines strategischen Kommunikationskonzeptes professionell erstellen und erfolgreich durchführen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Public Relations, Produkt- und Markenmanagement, Event- und Veranstaltungsmanagement.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Wenn der Referent so für das Thema brennt, dann brennt man selbst mit! Erst prägen, dann kleben – das Motto des Referenten ging auf mich über! Super! Sonja Zeigerer, Evangelische Stiftung Hephata

Amt 2.0

Social Media in der Behördenkommunikation

Berlin 20.4.2020 / 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Facebook: Auch in Zeiten sinkender organischer Reichweite und rechtlichem Chaos lassen sich Bürger*innen hier hervorragend erreichen. Aber wie?
- Twitter: Politiker*innen, Medien und Kolleg*innen ansprechen
- Instagram: Von wegen Lifestyle-Netzwerk – wie man es perfekt in der Behördenkommunikation einsetzen kann
- Personal und Budget: Wie aufwändig ist Social Media wirklich und welche Ressourcen müssen Sie investieren?
- Community-Management für Ämter: Wie kommuniziert eine Behörde mit ihren „Fans“?



Christiane Germann

Sie ist Gründerin der Amt 2.0 Akademie. Die ehemalige Ministerialbeamtin unterstützt als Beraterin unter anderem Kommunen, Landes- sowie Bundesbehörden dabei, sinnvoll und erfolgreich in sozialen Netzwerken zu kommunizieren.

Sie ist Gründerin der Amt 2.0 Akademie. Die ehemalige Ministerialbeamtin unterstützt als Beraterin unter anderem Kommunen, Landes- sowie Bundesbehörden dabei, sinnvoll und erfolgreich in sozialen Netzwerken zu kommunizieren.

Methode Impulsvortrag, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten.

Lernziel Es besteht die Gelegenheit zur Vernetzung und zum Austausch mit den Social-Media-Verantwortlichen und -Interessierten anderer „Ämter“ innerhalb der Gruppe.

Zielgruppe Behördenleiter*innen sowie weitere Führungskräfte, behördliche Pressesprecher*innen, Social-Media-Verantwortliche, Datenschutzbeauftragte und Personalräte in Behörden.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Das wichtigste Element in der behördlichen Social Media-Arbeit ist der Dialog. Sparen Sie beim Thema Social Media in Ihrer Behörde an allem, nur nicht am Personal. Christiane Germann

Digital Natives – Kommunikation mit jungen Zielgruppen

Social Media, Influencer, Trends: Mit den Generationen Z und Y auf Augenhöhe kommunizieren

Berlin 25.05.2020 / 26.10.2020
9 – 17 Uhr

Programm

- Zielgruppenanalyse: Fakten zur Zielgruppe, Merkmale und soziale Faktoren, Sinus-, Shell- und JIM-Studie
- Kommunikationsräume: Nutzer- und Nutzungsverhalten, Social Media und klassische Medien
- Ansprache-Konzepte: Ziele und Zielgruppe, Positionierung und Strategische Ansätze, Maßnahmen und Umsetzung
- Trendmarketing: Megatrends, Bedürfnisentwicklung, gesellschaftliche Entwicklung und Best Cases



Sergius Seebohm

ist Experte für Public Affairs mit gut 15 Jahren Erfahrung in politischer Kommunikation und Beratung. Zuletzt trug er als führender Mitarbeiter zum

Wachstum der Petitions- und Kampagnenplattform Change.org in Deutschland bei. Zuvor führte er als Leiter Kommunikation von ONE in Deutschland mehrere Initiativen zu Weltgesundheit und Armutsbekämpfung an, organisierte dazu Spitzentreffen für Persönlichkeiten.

Methode Input des Referenten, Vorstellung von Best-Practices, Diskussion relevanter Studien und praktischer Erfahrungen.

Lernziel Die effektive Ansprache der 18–35-jährigen sowie die wichtigen Grundlagen, Instrumente und Trends der Jugendkommunikation.

Zielgruppe Kommunikator*innen aus Bundestag, Parteien, Unternehmen, Agenturen und Verbänden bzw. Nicht-Regierungs-Organisationen.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

Storytelling

Berlin 12.–13.12.2019 / 16.–17.3.2020 / 31.8.–1.9.2020
10.–11.12.2020
Düsseldorf 18.–19.6.2020
Frankfurt a.M. 17.–18.2.2020
Hamburg 2.–3.11.2020
München 20.–21.4.2020
Stuttgart 21.–22.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was ist Storytelling? Was macht eine gute Geschichte aus?
- Praktische Einsatzmöglichkeiten und Grenzen von Storytelling in der Unternehmenskommunikation
- Analyse und Übungen von gelungenen und weniger gelungenen Beispielen aus der Praxis
- Geschichtenwerkstatt: Wie muss ich ein Interview führen, damit sich mein*e Protagonist*in öffnet und mir seine*ihre Geschichte erzählt?
- Kreativrunde zur Entwicklung von Stories für die eigenen Themen



Conrad Giller

entwickelt und realisiert als Trainer und Berater mit seiner Agentur Conrad Giller | Medien Kommunikation Führung firmeninterne und offene Seminare,

Coachings und Beratungen zum Thema „Konflikt und Kommunikation in der Öffentlichkeit und im Team“.

Methode Diskussion über Geheimrezepte erfolgreicher Geschichten, Analyse von Fallbeispielen und Übungen anhand von Ihren Beispielen.

Lernziel Wissen, worauf es bei guten Geschichten ankommt und wie man gute Geschichten entwickelt. Außerdem sollen Sie einen Ansatz für eine gute eigene Geschichte mit nach Hause nehmen.

Zielgruppe Alle, die interne oder externe Kommunikation interessant und nachhaltig gestalten wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 10

” Herr Giller ist während dieser spannenden Heldenreise Erzähler, Mentor, Helfer und auch Schwellenhüter in einer Person. Der Seminarteilnehmer überschreitet eine ihm bis dato wenig oder unbekannte Schwelle, um versorgt mit dem richtigen Rüstzeug, gestärkt wieder aufzutauhen. Ralph Schüller, ÖAMTC Akademie

” Analysis First. Technologies Second.
Sergio Seebohm

Neu: Storytelling in der B2B-Kommunikation

Mehr Erkenntnisse, Emotion und Botschaften mit Stories vermitteln

Berlin 4.–5.6.2020 / 19.–20.11.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Was ich mit einer Story gut kommunizieren kann und was nicht. Besonderheiten der B2B-Kommunikation
- Bestandteile einer tollen Story, die wirkt
- Analyse wirkungsvoller Geschichten mit Beispielen
- Eine eigene Dramaturgie für die Verbreitung aufbauen
- Der ideale Media-Mix aus analogen und digitalen Welten
- An Beispielen der B2B-Welt lernen und mit B2C vergleichen
- In Workshops eigene Erkenntnisse gewinnen
- Mit Spielen und Tools die eigene Kreativität entfesseln



Kai Sievers

ist geschäftsführender Gesellschafter bei der B2B-Agentur gernBotschaft. Als Dozent für Marketing und Kommunikation lehrt er an der internationalen

Hochschule Bad Honnef sowie als freier Dozent insbesondere Kommunikationsthemen der B2B-Welt.

Methode Das Seminar wird abwechslungsreich mit Impulsvorträgen, Workshops und Praxisbeispielen gestaltet.

Lernziel Sie verfügen über ein neues strategisches Kommunikationsinstrument und setzen es gezielt für Ihre Ziele ein. Sie bewerten künftig, ob eine Story über das gewünschte Wirkungspotenzial verfügt oder die Story zu schwach ist. Sie beurteilen die Qualität einer Story.

Zielgruppe Das praxisorientierte Seminar richtet sich an Entscheider*innen, Führungskräfte, Manager*innen in Marketing, Geschäftsleitung, Strategie und Werbung, die Möglichkeiten der strategischen und kommunikativen Differenzierung finden wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Communication is one of the future resources of a changing economy. Kai Sievers, gernBotschaft

Neu: B2B-Change: Wie Kommunikation die Erfolgsweichen stellt!

Kommunikation ist in B2B-Unternehmen das maximale Werkzeug zum Erfolg.

Berlin 18.–19.6.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Betrachtung externer und interner Unternehmensinflüsse und Megatrends als Grund für Veränderungen
- Change-Modelle als Basis für Kommunikation
- Kommunikationsanalyse und Standortbestimmung
- Formulierung der Kommunikationsziele
- Projektmanagement, Agile Work & New Work als Methodik in der Zusammenarbeit
- Workshop und Praxisbeispiele
- Umgehen mit den Ergebnissen der Veränderungen



Kai Sievers

ist geschäftsführender Gesellschafter bei der B2B-Agentur gernBotschaft. Als Dozent für Marketing und Kommunikation lehrt er an der internationalen

Hochschule Bad Honnef sowie als freier Dozent insbesondere Kommunikationsthemen der B2B Welt.

Methode Das Seminar wird abwechslungsreich mit Impulsvorträgen, Workshops und Praxisbeispielen gestaltet.

Lernziel Die Teilnehmer*innen kennen die Chancen und Risiken von Veränderungskommunikation und wissen, wie man ein Kommunikationskonzept entwickelt und in der Praxis realisiert.

Zielgruppe Das praxisorientierte Seminar richtet sich an Entscheider*innen der Bereiche Human Resources, CEO, Geschäftsbereichsleiter*innen und Führungskräfte in Funktionen und besonders an Führungskräfte die grundsätzliche Fehler in der Kommunikation bei einem Change-Projekt vermeiden wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Communication is one of the future resources of a changing economy. Kai Sievers, gernBotschaft

Neu: Pressearbeit für kleine und mittelständische Unternehmen

Wie Sie Medien professionell und wirksam für sich gewinnen

Berlin 2. – 3.4.2020 / 24. – 25.8.2020

Düsseldorf 25. – 26.5.2020 / 23. – 24.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Definitionen/Geschichte und Entwicklung/ Grundlagen der PR-Kommunikation
- Was macht gute PR aus /Welchen Nutzen hat sie
- Unterschied Werbung und PR
- Bestandteile PR-Konzept, Handlungsfelder PR
- Instrumente (Klassisch/Online Social Media/ Blogger Relations)
- Pressemeldung Grundlagen/Formelles/ Aufbau/Übung
- PR-Plan, PR-Datenbank/Evaluation
- Viele Erfahrungen und Tipps aus der Praxis



Nina Claudy

Nina Claudy ist seit fast 20 Jahren PR-Beraterin und Texterin. Sie leitet seit 2008 ihr PR-Büro in Herdecke/ Ruhrgebiet. Seit 2007 engagiert sie

sich an unterschiedlichen Hochschulen und Bildungseinrichtungen in der beruflichen Weiterbildung mit zahlreichen Themen aus PR und Öffentlichkeitsarbeit. Sie hat die Bücher „Doppelpack“ und „Pressearbeit für kleine und mittelständische Unternehmen“ veröffentlicht.

Methode Vortrag, Beispiele aus der Praxis, Übung (Pressemeldung schreiben/PR Plan erstellen), Erfahrungsaustausch

Lernziel Die Teilnehmer*innen lernen, wie Sie vorgehen müssen, um die Presse effektiv in mittelständischen Unternehmen zu erreichen.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich an Personen, die für ihr eigenes Unternehmen oder für Ihren Arbeitgeber Pressearbeit verantworten.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Wenn man den richtigen Content über die richtigen Medien zum perfekten Zeitpunkt an die gewünschte Zielgruppe transportiert, die Botschaft bei der Zielgruppe richtig ankommt und auch verstanden wird. Dann würde ich sagen, ist Pressearbeit gelungen. Nina Claudy

Neues Konzept: Kommunikation für Infrastrukturprojekte

Durch Partizipation zur Akzeptanz

Berlin 28. – 29.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm

- Wutbürger*innen und NIMBYs: Machen Ängste die Menschen radikal?
- Organisierte Wut: Betreiben NGOs den Konflikt als Geschäftsmodell?
- Von Shareholdern und Stakeholdern: Das Instrument „Freund-Feind-Radar“
- Interessenausgleich: Akzeptanz durch Partizipation
- Dos und Don'ts: Warum es in der Praxis immer wieder knirscht
- Individuelle Konzepte: Gemeinsame Überlegungen zu Ihren „Baustellen“
- Was wäre wenn? Per Planspiel zur Ablauf-Antizipation



Peter Höbel

ist Chef von crisadvice und berät Unternehmen vom Mittelständler bis zum Weltkonzern in Krisen-Prävention und Intervention. Er ist Autor zahlreicher

Veröffentlichungen und war Stern-Redakteur, Minister-sprecher und Lufthansa-Nachrichtenchef.

Methode Theoretische Wissensvermittlung und praktische Übungen anhand von Ihren Fallbeispielen, Diskussion, gemeinsame Überlegungen zu Konzeptionen, Erfahrungsaustausch, wahlweise Arbeit in Kleingruppen oder kleines Planspiel.

Lernziel Verständnis entwickeln für die Besonderheiten der Infrastrukturkommunikation als Sonderform der Risiko- und der Krisenkommunikation. Erarbeiten eigener strategischer Kommunikationskonzepte.

Zielgruppe Geschäftsführer*innen und Mitarbeiter*innen aus den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, die mit der Kommunikation von Infrastrukturprojekten betraut sind.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Dieses Seminar liefert weit über das eigentliche Thema hinaus interessante und praktische Hinweise und Informationen zum kommunikativen Umgang mit „schwierigen“ Themen. Frank Hadamczik, STADT UND LAND Wohnbauten-GmbH

Geschäftsberichte von Print bis Digital

Königsdisziplin der Unternehmenskommunikation

Berlin 26.–27.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Rechtliche Anforderungen, Rahmenbedingungen und Trends im Corporate Reporting
- Inhalte: Pflicht und Kür oder die Frage, welche Inhalte ein Geschäftsbericht haben muss und kann
- Nachhaltigkeit und Integrated Reporting: Kombinations- und Integrationsformen
- Typographie für Geschäftsberichte
- Fotografie und Illustration: Bildsprache, Vorstandsfotografie, Grafiken & Co.
- Wie kontrolliere ich meinen Erfolg?



Philipp Mann

ist geschäftsführender Gesellschafter von mpm Corporate Communication Solutions. Er berät Unternehmen in den Bereichen Corporate Publishing,

Investor Relations und Öffentlichkeitsarbeit. Sein Schwerpunkt liegt dabei auf der Verknüpfung von Kreation und Technologie mit dem Ziel, ganzheitlich crossmediale Kommunikationslösungen mit effizienten Prozessen zu verbinden.

Methode Analyse von Fallbeispielen der „besten Geschäftsberichte“ in Deutschland und von diversen DAX-Unternehmen. Vermittlung des notwendigen theoretischen Know-hows und zahlreiche Praxisübungen als Hilfestellung für den Alltag.

Lernziel Grundlegendes, aber auch Tipps für Profis. Am Ende stehen neue Impulse zum Erstellen eines eigenen Geschäftsberichtes.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in Stabsstellen für Pressearbeit, Marketing, Werbung, Corporate Publishing-Medien bei Unternehmen, Banken und Versicherungen, Institutionen und Verbänden, Non-Profit-Organisationen, PR- und Werbeagenturen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Ein gelungenes Rezept zum Schreiben von Geschäftsberichten: das Wissen des Dozenten rund um Konzeption, Redaktion und Projektmanagement verbunden mit der guten Seminar-Organisation der depak. Anna Marit Herrmann, Evangelische Bank

Kundenmagazine

In 10 Schritten zum perfekten Medium

Berlin 4.–5.6.2020

Frankfurt a.M. 2.–3.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Kund*innen binden, Image stärken, Vertrieb forcieren: Das Potenzial von Kundenmagazinen kennenlernen vom klassischen Coffee-Table-Book bis zum iPad-Magazin
- Zielgruppe finden und fesseln: Den perfekten Sound für das eigene Magazin entwickeln
- Klartext contra Weichspüler: Wie sich objektiver Journalismus mit PR-Botschaften verträgt
- Bunte Farben, schräge Optik: Storytelling mit Bildern und Layout
- Gleiche Denkweise, unterschiedliche Kanäle: Wie lassen sich Print und Digital vernetzen?



Theo Probst-Bartolomee

als branchenweit anerkannter Spezialist in der Medienkonzeption, ist er Creative Director und Leiter Corporate Media Design beim wdv.



Prof. Dr. Björn Peter Böer

der frühere F.A.Z.-Redakteur ist Chefredakteur Wirtschaftsmedien und Leiter des Geschäftsbereiches Business Communication beim wdv.

Methode In zehn Schritten von der Idee bis zum fertigen Heft. Wechsel zwischen Theorie- und Praxisteilen. Lernmodule zu speziellen Magazin-Aspekten. Analyse und Optimierung des eigenen Kundenmediums.

Lernziel Fähigkeit zur systematischen Analyse von Schwachstellen des eigenen Kundenmagazins. Zielgenaue Optimierung des Inhalts und der Optik. Strukturierte Entwicklung neuer Kundenmedien.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte von Pressestellen, Marketing- und PR-Abteilungen, Projektverantwortliche für Corporate Media und Kundenmedien. Redakteur*innen im Corporate Publishing.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Sehr empfehlenswert für alle, die ihr Kundenmagazin einem Generalcheck unterziehen wollen. Man macht es nach dem Seminar sicher besser. Gerald Rücker, EVN

Podcasts strategisch und nachhaltig konzipieren

Berlin 30.–31.3.2020

Frankfurt a.M. 3.–4.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Audio in der Unternehmenskommunikation
- Chancen und Vorteile von Audio im veränderten Mediennutzungsverhalten
- Strategische Entwicklung eines Podcast-Konzepts
- Einbindung in die Kommunikations- und Marketingstrategie
- Erfolgskriterien von Podcasts
- Betrachtung der Stakeholder-Relevanz
- Formatentwicklung und Umsetzung
- Platzierung und Bewerbung
- Erfolgsmessung



Stephan Schreyer

berät Unternehmen und Kommunen zu strategischer Kommunikation und dem Thema Audio. Aktuell arbeitet er an seinem Buch „Podcast in der Unter-

nehmenskommunikation“, das im Springer-Gabler Verlag erscheint. Vor seiner Selbstständigkeit frischte er die Unternehmenskommunikation bei einem Industrieverband auf und verantwortete Media Relations & Public Affairs bei einem börsennotierten Finanzdienstleister.

Methode Kombination aus Impulsvortrag und theoretischer Wissensvermittlung mit Praxisbeispielen und Gruppenübungen.

Lernziel Effektiv, praxisorientiert und unterhaltsam erhalten Sie ein fundiertes Wissen, das Sie im Anschluss gezielt im Arbeitsalltag einsetzen können. Sie können ein strategisches Konzept für einen eigenen Podcast auf- und operativ umsetzen.

Zielgruppe Kommunikations- und Marketingmitarbeiter*innen von Unternehmen, Agenturen, Behörden und Verbänden, die sich mit dem Thema „Podcast“ befassen – im Rahmen der Digitalisierung und der strategischen Kommunikation bzw. des Marketings.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Mit Podcasts direkt ins Ohr! Audio weckt Aufmerksamkeit und Emotionen. Stephan Schreyer

PR-Recht in der Praxis

Sicher in der Off- und Online-Kommunikation

Frankfurt a.M. 12.–13.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Trennungsgebot, Urheberrecht – Die Rechte der Kreativen im PR-Alltag
- Der Urheber- und/oder ©-Vermerk, Die Nutzungsrechte, rechtliche Grenzen bei der (Teil-)Übernahme von kreativen Leistungen Dritter, Haftung, Honorar, Vergütung, Gehalt
- Der Pitch, der Pressespiegel, Domains, Marken- und Kennzeichenrecht, Rechtliche Risiken bei Referenzlisten
- Recht am eigenen Bild gemäß Kunsturhebergesetz (KUG)
- Impressumspflicht und Kenntlichmachung, die Künstlersozialkasse, Rechtliche Folgen von Rechts-Verletzungen



Alexander Unverzagt

ist Gründungspartner der international tätigen Rechtsanwaltskanzlei UN-VERZAGT VON HAVE Hamburg/Berlin/Köln mit dem Arbeitsschwerpunkt

Medien-, Kultur-, Kommunikations- sowie Online-Recht. 2018 erschien die 2. Auflage seines „Handbuch PR-Recht“ (Springer-Verlag GmbH), das das grundlegende Werk zu diesem Themenbereich darstellt.

Methode Vermittlung von Grundlagen, Checklisten, Analyse von Fall- und Praxisbeispielen, Gruppenaustausch und Diskussion.

Lernziel Verständnis über die rechtlichen Grundlagen der PR-Arbeit und ihrer Grenzen.

Zielgruppe Unternehmens- und Pressesprecher*innen sowie Mitarbeiter*innen in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und PR-Agenturen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Mit Humor, Leidenschaft und exzellenter Sachkenntnis führt Herr Unverzagt die Seminarteilnehmer in die Welt der Paragraphen – sehr informativ, anspruchsvoll und sympathisch. Anna Saldern, Autostadt

Neu: Mitarbeitermagazine konzipieren (online/offline/crossmedial)

Strategie, Konzeptentwicklung und Umsetzung

Berlin 27.–28.4.2020 / 29.–30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Aktuelle Trends und Herausforderungen im Update Corporate Publishing
- Veränderte Rahmenbedingungen: Digital und Mobile Publishing, Benchmarks
- Von der Strategie zur Konzeption eines eigenen Mitarbeitermagazins u. a. Aufbau, Zielsetzung, Zielgruppen, Positionierung
- Handwerk: Redaktionelle Konzeption und Editorial Design
- Projektmanagement: Planung, Steuerung, Themen- und Qualitätsmanagement, Distribution, Controlling



Robert Döing

ist ein sehr erfahrener Journalist, Blattmacher und Kommunikationsberater. Er verantwortet als Geschäftsfeldleiter für Content Marketing und

Corporate Publishing den Düsseldorfer Standort von MPM Corporate Communication Solutions.

Methode Impulsvorträge, Gruppenarbeit, Case Studies, Analyse Ihrer Fallbeispiele, Entwicklung von Verbesserungen für Ihre eigenen Fallbeispiele.

Lernziel Sie werden befähigt, passgenaue Konzepte für Mitarbeitermagazine zu entwickeln, die erfolgreich auf die Kommunikationsziele des Unternehmens einzahlen. Zudem lernen Sie, wie Sie Ihre bestehenden Magazin-Konzepte optimieren können. Ihre eigenen Mitarbeitermagazine sind gerne gesehen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, die sich mit interner Kommunikation und internen Medien befassen und ihr Wissen im Bereich der Mitarbeitermagazine auffrischen und vertiefen möchten.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Das Mitarbeitermagazin ist nach wie vor das Flagship der internen Kommunikation. Sie bieten die große Bühne, erklären Zusammenhänge, vermitteln Wertschätzung und stiften Identität – in Zeiten fortwährenden Wandels ein unschätzbare Wert. Robert Döing

Neu: Sein oder Nichtsein – so gelingt wirkungsstrategische Kommunikation

Mit Instrumenten der Theaterdramaturgie wirkungsvoll und einflussreich kommunizieren

Berlin 5.6.2020 / 23.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Grundsätze der Theaterdramaturgie kennenlernen und adaptieren
- Aspekte des Impression Managements sinnvoll einsetzen
- Relevanzanalyse und Zielgruppendefinition durchführen
- Kernbotschaften erarbeiten und Storytelling nutzen



Saskia Fetten

ist selbstständig als Kommunikations- und Strategieberaterin und berät bundesweit Unternehmen und Kulturinstitute. Nach beruflichen Stationen

als Journalistin für Print und Hörfunk sowie als Ballettdramaturgin und Theater-Pressesprecherin war sie von 2013 bis 2017 Leiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing am ältesten Fusionstheater Deutschlands.

Methode Theoretischer Teil mit Beispielen und Grundlagenwissen als auch Einzel- und Gruppenübungen zur individuellen Praxisanwendung.

Lernziel Sie lernen die Mechanismen wirkungsstrategischer Kommunikation zu erkennen und anzuwenden. Sie werden befähigt, zielgerichtete Kommunikation optimal zu erzeugen und damit größtmögliche Wahrnehmung und positive Aufmerksamkeit für Ihre Sache zu gewinnen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Kommunikation und Public Affairs in Unternehmen, Verbänden und NGOs.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

“ Wirkung hat mit Strategie zu tun: Wenn ich Menschen erreichen will, muss ich optimal kommunizieren, sonst wird das Ergebnis blutleer. Saskia Fetten

Kommunikationsstrategie

In der Kommunikation ohne Strategie loszurennen und auf den Zufall zu vertrauen, kann nur zum Scheitern führen. Die Seminare vermitteln die Fähigkeit, Zielgruppen zu analysieren und Kampagnen erfolgreich zu konzipieren. Elemente aus PR, Content, Social Media, Advertising und Events gilt es zu verknüpfen und in kreativen Maßnahmen zu denken.

Komplexe Themen erfolgreich kommunizieren

Berlin 4.–5.6.2020 / 16.–17.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Umfangreich, vielschichtig oder kompliziert – komplexe Themen zuverlässig einschätzen
- Passgenau die Empfänger*innen identifizieren: Wer ist die Zielgruppe?
- Die richtige Wahl: Vereinfachte Darstellung oder komplexes Kommunikationskonzept – Strategien für den Umgang mit Thema und Zielgruppe
- Analyse Ihrer realer Praxisfälle
- Erarbeitung von Lösungswegen in der Gruppe



Gabriele Collier

ist Inhaberin und Geschäftsführerin der Hansen Kommunikation Collier GmbH mit Sitz in Köln. Während die Agentur bereits auf 30 Jahre Erfahrung

im Bereich Soziale Kommunikation zurückblicken kann, startete Gabriele Collier ihre Agenturlaufbahn zunächst im Bereich Unternehmens- und Finanzkommunikation. Seit 2007 konzentriert sie sich mit Hansen Kommunikation auf die Vermittlung komplexer Inhalte. Dabei reicht die Bandbreite von gesellschaftlich relevanten Themen bis hin zu erklärungsbedürftigen Produkten.

Methode Theorie, Gruppenarbeit und Bearbeitung von Cases anhand Ihrer realen Praxisfälle.

Lernziel Verständnis für das Thema „Komplexität“ in der Kommunikation entwickeln, passgenaue Strategien für den Alltag entwickeln und die Schlüsselrollen sowie Aufgaben der Kommunikation bei Komplexität erkennen.

Zielgruppe Kommunikator*innen, die komplexe Themen und Botschaften in der internen und externen Kommunikation erfolgreich kommunizieren möchten.

Preis 1.390 Euro*

Teilnehmer 4 bis 15

” Die Seminarleiterin war gut vorbereitet und hat mir den Inhalt praxisnah und kompetent vermittelt.
Uschi Horstmann, zeb

Total vernetzt – Agile Unternehmenskommunikation

Kollaboration statt Silos: Wie Pressearbeit, Social Media und Marketing Stärken bündeln können

Berlin 5.6.2020

München 30.10.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Vergleich Kommunikationswege in linearen versus netzwerkbasierenden Strukturen
- Wie das Arbeiten in kollaborativen Strukturen Zuständigkeiten und bisherige Abläufe verändert
- Wie sich die digitale Transformation des Arbeitgebers auf die Unternehmenskommunikation auswirkt
- Wie sich die kommunikativen Schwerpunkte in der Zusammenarbeit mit anderen Fachbereichen verändert und wie man es lernt, damit umzugehen
- Welche Vorteile die Employee Experience der Unternehmenskommunikation im digitalen Umbruch bietet



Silvia Hänig

ist Dipl.-Kauffrau und war vor der Gründung ihrer eigenen Beratung bei den internationalen Netzwerk-Agenturen Maisberger WhiteOaks sowie

Waggener Edstrom in leitenden Positionen für internationale Konzerne tätig. Seither lenkt sie mit iKOM Strategische Kommunikation im Netzwerkverbund Kommunikationsprojekte auf Top-Management-Ebene.

Methode Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Use Cases, Working out Loud.

Lernziel Ziel ist es, das Erlernte schnell und unkompliziert auf den eigenen Kommunikationsalltag zu übertragen. Zudem dient dieses Seminar dazu, eine praktische Einführung dafür zu geben, die Unternehmenskommunikation entlang digitaler Herausforderungen neu zu justieren.

Zielgruppe Leiter*innen der Unternehmenskommunikation, Leiter*innen interne Kommunikation, und alle, die kommunikativ die digitale Transformation des Unternehmens unterstützen.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Viele Pressestellen sind entlang kommunikativer Angebote organisiert, es wird höchste Zeit für ein Out-of-the-Box Denken. Silvia Hänig

Internationale Unternehmenskommunikation

Berlin 11.–12.5.2020

München 26.–27.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Grundlagen und Voraussetzungen der internationalen Unternehmenskommunikation
- Richtlinien zur Erstellung einer internationalen Kommunikationsstrategie
- Social Media und Digitale PR im internationalen Einsatz: Trends und Tools
- Organisation und Koordination von internationaler Kommunikation
- Besonderheiten einzelner Medienmärkte und länderspezifische Botschaften
- Krisen-PR im internationalen Umfeld



Andres Wittermann

ist Gründer von LEWIS Deutschland und leitet das Tagesgeschäft aller LEWIS Büros in der EMEA-Region und Lateinamerika. Er ist verantwortlich

für die Einhaltung von Qualitätsstandards auf Kundenservice-Ebene sowie in allen anderen Business-Bereichen. Der Aufbau neuer Büros im süd- und osteuropäischen Raum sowie die Implementierung einer Corporate PR Division ist ein weiterer Zweig seiner Tätigkeit.

Methode Neben der Theorie werden Beispiele aus der alltäglichen Praxis sowie Werkzeuge der modernen internationalen PR in Gruppenarbeiten und Diskussionen vorgestellt.

Lernziel Ziel ist es Ihnen zu vermitteln, wie Sie Ihre länderübergreifende Kommunikation möglichst effizient gestalten, ohne die lokalen Besonderheiten aus den Augen zu verlieren.

Zielgruppe Unternehmens- und Pressesprecher*innen sowie Mitarbeiter*innen in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und PR-Agenturen, die international tätig sind.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Eine ausgezeichnete Einführung in die Welt der Internationalen Unternehmenskommunikation – immer spannend, anschaulich, reflektiert und mit einem hohen Maß an Erfahrung präsentiert. Neill Busse, Rittal

Corporate (Social) Responsibility

Berlin 25.–26.5.2020**

Frankfurt a.M. 9.–10.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Theorien und Modelle zu CSR, Corporate Citizenship (CC) und Nachhaltigkeit
- Entwicklung von CSR-Profilen – Prozess für ein CSR-Leitbild
- Interne und externe CSR
- Handlungsfeld gesellschaftliches Engagement, insbesondere Corporate Volunteering und Partnerschaften mit Non-Profits
- CSR in der Unternehmens- und Markenkommunikation



Georg Lahme

ist Partner bei Klenk & Hoursch und gehört zum Startteam der Agentur für methodische Unternehmenskommunikation. Seit einigen Jahren

betreibt er bei Klen & Hoursch den Beratungsbereich Responsibility & Sustainability.



Norbert Taubken

leitet seit 2007 die CR-Beratung Scholz & Friends Reputation innerhalb der Kommunikationsagentur Scholz & Friends. Er lehrt CR an der Hamburger

School of Business Administration und an der Deutschen Presseakademie.

Methode Impulsvorträge zu Grundlagen der Theorie und Praxis, Einzel- und Gruppenarbeit an CSR-Profilen, Diskussion und Analyse von Fallbeispielen.

Lernziel Basiswissen über grundlegende Konzepte und Vermittlung von Ansätzen für die Entwicklung eines CSR-Profiles sowie Planung von Kommunikationsstrategien und Maßnahmen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, Mitarbeiter*innen in Kommunikations- und Presseabteilungen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

“ Das Seminar CSR war interessant und lehrreich. Die gelungene Mischung aus Theorie und Praxis hat mir viele gute Anregungen für meine tägliche Arbeit gegeben. Simone Thelen, Mayersche Buchhandlung

Neu: Neue Anspruchsgruppe Öffentlichkeit? – Grundsätze erfolgreicher Nachhaltigkeitskommunikation

Nachhaltigkeitskommunikation als Dreh- und Angelpunkt der Unternehmenskommunikation

Berlin 10.12.2019 / 25.5.2020 / 24.8.2020

Frankfurt a.M. 13.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Basis- und Grundlagen
- Nachhaltigkeitsmanagement als License to Operate des Unternehmens
- Verständnis für Anspruchsgruppen von Unternehmen, Operationalisierungen in der Online- und Offline-Kommunikation
- Ziele der Nachhaltigkeitskommunikation
- Best Practices erfolgreicher Nachhaltigkeitskommunikation am Beispiel der Sustainable Development Goals (SDGs)



Caroline Krohn

ist Managerin, Unternehmerin und Politikerin. Sie ist die Inhaberin der Wirtschaftsdiplomaten Krohn & Partner und Geschäftsführende Gesellschafte-

rin der Vindler GmbH und der VITA – Vindler ITalents Academy GmbH sowie Co-Gründerin des European Institute für Privacy & Security in Luxemburg.

Methode Interaktive Gruppenarbeiten, gesprächsorientierte Methoden, die helfen, das Gelernte besser zu verinnerlichen. Es werden Best-Practice-Beispiele gezeigt und diskutiert.

Lernziel Die Teilnehmer*innen werden herausgefordert, Kommunikation von einer grundsätzlichen Perspektive neu zu bewerten. Das Seminar dient dazu, sich einen Überblick über aktuell diskutierte Handlungsfelder und Best Practices zu verschaffen..

Zielgruppe Nachhaltigkeitskommunikatoren*innen von Unternehmen und diejenigen, die es werden wollen.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Nachhaltigkeitskommunikation ist eine Kommunikation über Wertstiftung, die ihrerseits Wert stiftet. Caroline Krohn

* zzgl. Mehrwertsteuer | ** Seminar führt Norbert Taubken durch. | Auch als Inhouse-Seminar buchbar.

* zzgl. Mehrwertsteuer | Auch als Inhouse-Seminar buchbar.

Neu: Deep Dive Nachhaltigkeitskommunikation

Werden Sie zum Treiber eines wertestiftenden Unternehmens

Berlin 18.–19.6.2020 / 28.–29.9.2020

Frankfurt a.M. 26.–27.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm:

- Nachhaltigkeitsmanagement als License to Operate des Unternehmens
- Sustainable Development Goals
- Regulation – Dokumentation – Kommunikation
- Identifikation und Analyse sich verändernder Bedürfnisgruppen von Unternehmen
- Stakeholdermanagement im Kontext der Nachhaltigkeitskommunikation
- Strategien für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation
- Nachhaltigkeitskommunikation im Zusammenspiel mit anderen Kommunikationsdisziplinen



Caroline Krohn

ist Managerin, Unternehmerin und Politikerin. Sie ist die Inhaberin der Wirtschaftsdiplomaten Krohn & Partner und Geschäftsführende Gesellschafterin der Vindler GmbH und der VITA – Vindler ITalents Academy GmbH sowie Co-Gründerin des European Institute für Privacy & Security in Luxemburg.

Methode Interaktive Gruppenarbeiten und gesprächsorientierte Methoden, die helfen, das Gelernte besser zu verinnerlichen. Gleichwohl wird es 2–3 Impulsvorträge von erfolgreichen Nachhaltigkeitskommunikator*innen geben.

Lernziel Die Teilnehmer*innen werden herausgefordert, Kommunikation von einer grundsätzlichen Perspektive neu zu bewerten. Es gibt konkrete Umsetzungsmöglichkeiten und Best Practices, wie eine Nachhaltigkeitskommunikation den Unternehmen eine glaubwürdige Reputation und einen nachhaltigen Geschäftserfolg sichert.

Zielgruppe Nachhaltigkeitskommunikator*innen von Unternehmen und diejenigen, die es werden wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Unternehmen sind glaubwürdig, wenn sie die Fähigkeit haben, schlüssig zu kommunizieren.
Caroline Krohn

Neu: Diversity Kommunikation

Bewusstsein für Diversity Kommunikation für interne und externe Zielgruppen entwickeln

Berlin 28.–29.4.2020 / 1.–2.12.2020

Düsseldorf 15.–16.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm:

- Sie erfahren das Wesentliche über den Diversity-Ansatz.
- Sie erlangen Bewusstsein für das Wirken unbewusster Stereotype in Ihrer Kommunikation.
- Sie verstehen, wie gute Diversity-Kommunikation gelingt.
- Sie bekommen Werkzeuge für das Entwickeln einer eigenen internen und externen diversen Kommunikationsstrategie an die Hand.
- Sie können eigene Beispiele und Problemstellungen aus Ihrer Praxis mitbringen.



Stefanie Lohaus

ist Gründerin des Missy Magazines, das einen Diversity-Ansatz hat. Sie ist freie Journalistin; Artikel von ihr erschienen u. a. auf Zeit Online, Vice.com, in der FAZ und FAS. Sie Leiterin Kommunikation der EAF Berlin.



Tina Weber

ist in der EAF Berlin als Director zuständig für das Geschäftsfeld Wirtschaft und konzipiert zielgruppenspezifisch Trainings, Workshops und Seminare für Fach- und Führungskräfte im Bereich Diversity.

Methode Impulsvortrag, Gruppen- und Einzelarbeit, Case Studies, Videobeispiele.

Lernziel Binden Sie Ihre Kund*innen effektiver durch gezielte Kommunikationsstrategien an Ihr Unternehmen. Geben Sie Ihren diversen Mitarbeiter*innen das Gefühl in Ihrem Unternehmen ernst genommen zu werden.

Zielgruppe Das Intensivseminar richtet sich an Mitarbeitende und Führungskräfte in Kommunikation und PR von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Behörden sowie Diversity-Beauftragte.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Diversity zielt darauf ab, sich auf die Vorteile und Stärken der unterschiedlichen Menschen zu besinnen. Eine gute Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg ihrer Diversity-Maßnahmen.

History Communication

Kommunikationsmanagement von Tradition und Geschichte

Berlin 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Erfahrungsaustausch über den Umgang mit der Ressource Geschichte im eigenen Unternehmen bzw. in der eigenen Organisation
- Handlungsfelder und Instrumente von HC
- HC im Management- und Kommunikationsprozess
- Beispiele gelungener und weniger gelungener HC
- Umgang mit kritischen (Firmen-)Geschichtsthemen (Issues Management)
- Das Firmenjubiläum: Basics, Dos & Don'ts



Matthias Koch

ist geprüfter Public Relations-Berater (DAPR), Dozent und Fachprüfer (PZOK) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Berlin: Basierend auf einer langjähri-

gen Tätigkeit als Consultant in namhaften GWA- bzw. GPRA-Kommunikationsagenturen ist Matthias Koch seit 1997 als freier PR-Berater von Berlin aus tätig, darunter als PR-Manager für eine regionale Großsparkasse sowie als kommissarischer Pressesprecher und Coach für ein Tochterunternehmen der Charité – Universitätsmedizin Berlin.

Methode Präsentation theoretischer Grundlagen sowie Best-Practice-Beispiele, Diskussion, Einzelübungen und Gruppenarbeiten.

Lernziel Grundlagen der Planung, Entwicklung und Steuerung von History Communication in der eigenen Organisation. Know-how, über die Chancen und Herausforderungen Geschichte zu kommunizieren.

Zielgruppe Unternehmens-/Pressesprecher*innen, Unternehmensarchivare, Mitarbeiter*innen in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie historischen Archiven von Unternehmen und Organisationen.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

“ Gutes Einstiegsseminar, das die Besonderheiten der Kommunikation von historischen Themen in Unternehmen beleuchtet. Vor allem für Unternehmensarchivare ohne oder mit wenig PR-Hintergrund empfehlenswert. Bianca Braun, Siemens Healthcare

CEO- Positionierung in der Praxis

CEO-Reputation erfolgreich managen: Strategien, Konzepte und Instrumente

Berlin 25.5.2020

München 23.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Chancen und Herausforderungen der CEO-Positionierung: Trend zur medialen Personalisierung
- Rollen des CEOs: Identifikationsfigur, Vertrauensanker, Talentmagnet, Image- und Wertetreiber
- Stakeholder-Erwartungen und Agenda-Setting
- Vom CEO-Profil zum CEO-Kommunikationsplan
- Social CEOs: Positionierung über soziale Medien
- Reputation aufbauen und messen: Durch strategische CEO-Positionierung Mehrwert schaffen



Dr. Harald Maass

ist Geschäftsführer der Münchener Agentur Keynote Kommunikation, die auf strategisches Reputationsmanagement und CEO-Positionierung

spezialisiert ist. Zu seinen Kunden gehören namhafte börsennotierte Konzerne sowie große Familienunternehmen. Der Journalist und Kommunikationsmanager war fünfzehn Jahre als Korrespondent und Bürochef für renommierte Medien in Deutschland tätig.

Methode Vortragsblöcke mit theoretischen Grundlagen, Best & Worst Cases. Bearbeitung Ihrer Beispiel-Positionierungen und realer Fallbeispiele.

Lernziel Sie lernen die Grundlagen und Methoden der strategischen CEO-Positionierung kennen und wissen, wie diese angewendet werden.

Zielgruppe Kommunikationschef*innen und -manager*innen, die für die interne und externe Kommunikation des Vorstands verantwortlich sind, sowie Geschäftsführer*innen und Vorstände von Unternehmen und Non-Profit-Organisationen.

Preis 990 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

“ Das Seminar hat die verschiedenen Facetten der CEO-Kommunikation hervorragend aufgegriffen. Ich konnte die Themen sofort auf meine Aufgaben transferieren und hatte schon während des Seminars Ideen, wie ich die CEO-Kommunikation in meinem Unternehmen voranbringen kann. Lena Birkenfeld, Deutsche Leasing

Neu: Shareholder Engagement

Wie Unternehmen die Verwundbarkeit gegenüber Angriffen von Investoren systematisch reduzieren können

Berlin 18.5.2020 / 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm:

- Der neue Typus von Investor*innen – Ursachen und Merkmale
- Angriffsflächen von Unternehmen kennen und beurteilen
- Benchmark-Vergleich des Shareholder Engagement Levels von börsennotierten Unternehmen aus der DACH-Region
- Handlungsoptionen von Unternehmen
- Organisatorische Anforderungen an ein ganzheitliches Shareholder Engagement



Andreas Martin

ist Principal bei Roland Berger. Der Experte für Krisen- und Kapitalmarktkommunikation war zuvor für unterschiedliche Agenturen, zuletzt Edelman, und Industrieunternehmen tätig.

Methode Impulsvortrag, Deep Dive Benchmarkanalyse, Case Study, Gruppenarbeit: Entwicklung und Diskussion der Handlungsoptionen

Lernziel Teilnehmer*innen lernen, die Technik des Benchmark-Vergleichs auf ihr Unternehmen anzuwenden und Schwachstellen systematisch zu identifizieren. Auf dieser Basis können sie Maßnahmen zur Risikominimierung über ein aktives Shareholder Engagement im Unternehmen implementieren.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich in erster Linie an Investor Relations Manager*innen und Corporate Communications Verantwortliche börsennotierter Unternehmen bzw. von Börsenkandidaten.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Aktivismus ist zum Breitenphänomen auf Aktionärsseite geworden. Für Unternehmen ist die neue Normalität weniger Bedrohung als Chance. Ein neuer Benchmark-Index von Roland Berger zeigt, wo der Handlungsbedarf liegt. Andreas Martin

Themenfeld

Digitale Transformation & Zukunft der Kommunikation

Unternehmen, NGOs, Verbände, Parteien, Institutionen – sie durchleben die digitale Transformation. Change und „Thought Leadership“ sind zentrale Themen. Die Gegenwart der Kommunikation ist digital. Die Zukunft wird noch digitaler. Newsrooms und künstliche Intelligenz verändern Arbeitsprozesse. Wie kann Kommunikation die Digitalisierung gestalten?

Kommunikation als Treiber der digitalen Transformation

Berlin 11.–12.5.2020 / 26.–27.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–15 Uhr

Programm

- Digitale Transformation – Verständnis und Grundannahmen
- Digitalisierung als Megatrend und die Bedeutung für Kommunikator*innen
- Aktuelle Trends und Entwicklungen
- Die neue Rolle von Kommunikator*innen
- Ansätze zur Entwicklung einer Transformationsstrategie mit kommunikativem Ansatz
- „Digital Narrative“ – Bedeutung und Herleitung



Baha Jamous

ist CMO und Sprecher der Hapimag AG, einem Tourismus-Konzern mit Sitz in der Schweiz. Zuletzt fungierte er als Associate Director bei der strategischen

Kommunikationsberatung Hering Schuppener in Berlin. Er studierte Wirtschaftsrecht in Dresden und absolvierte anschließend ein Masterstudium in Kommunikationspsychologie und Management. In verschiedenen Positionen war er insgesamt fünf Jahre in der sächsischen Landespolitik tätig – unter anderem als Landesgeschäftsführer der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung Sachsen.

Methode Gruppenarbeit am fiktiven Fallbeispiel, Präsentation von Beispielen aus der Praxis, Diskussionen.

Lernziel Sie erkennen die Relevanz für Ihre Unternehmensstrategie im Kontext der digitalen Transformation. Sie erhalten ein kleines „Playbook“, wie und wo Sie mittels Kommunikation ansetzen können und wie Sie einen Strategieprozess initiieren.

Zielgruppe Führungskräfte und Mitarbeiter*innen in Kommunikationsabteilungen, die strategisch an digitalen Transformationsprozessen beteiligt sind.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

Digital Newsroom

Berlin 4.–5.12.2019 / 2.–3.4.2020 / 16.–17.6.2020
31.8.–1.9.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Aufbau-Organisation, Input-/Output Prozesse, agile Strukturen, Social Collaboration
- Skill-Set des*der Kommunikator*in im digitalen Zeitalter
- Einsatz von Content Modellen als Effizienztreiber und „Friedensstifter“
- Aufbau und Funktionsweise eines Content Studios
- Aufbau und Nutzen eines Content Governance Modells für die Organisation



Thomas Mickeleit

ist seit Juli 2006 als Director of Communications Mitglied der Geschäftsleitung von Microsoft Deutschland. Bei Microsoft hat er früh die Organisation

der Kommunikation auf die Digitalisierung zugeschnitten. Die Funktion arbeitet seit einigen Jahren mit Content- und Channel Captains in einem Newsroom und versteht sich als Content Lieferant für alle Bereiche bei Microsoft. Viele Unternehmen haben sich in ihren Change-Prozessen an Microsoft orientiert und ihre Kommunikationsfunktionen erfolgreich modernisiert.

Methode Impulsvorträge, Einzelübungen, Gruppenarbeiten.

Lernziel Sie lernen u. a. was einen guten Newsroom ausmacht, welche Kompetenzen/Rollen in einem Newsroom benötigt werden, wie Produktion von Content effizient organisiert wird und was Content Governance bedeutet.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen und Leitungsfunktionen in der Unternehmenskommunikation, die ihre Kommunikation fit für das digitale Zeitalter machen wollen und ein Digital Newsroom planen bzw. optimieren möchten.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

» Ein Specialguest aus der Digitalszene teilt und diskutiert innovative Lösungen für die Arbeit von Kommunikatoren mit Ihnen. Baha Jamous

» Der Newsroom wird zum digitalen Hub der Unternehmenskommunikation. Ihn zu entwickeln und zu bespielen erfordert neue Kompetenzen, die jeder Kommunikator erwerben sollte. Thomas Mickeleit

Kommunikation gestalten mit Design Thinking

Kreative Methoden für PR-Vordenker

Berlin 9.–10.12.2019 / 15.–16.6.2020 / 29.–30.10.2020
7.–8.12.2020

Düsseldorf 22.–23.4.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm

- Einführung in die Design-Thinking-Methode: Warum Kommunikation mit Design Thinking mehr Relevanz in Innovationsprozessen bekommt
- Die Marshmallow-Challenge: Über den Wert von schnellen Kommunikations-Prototypen
- Wallet-Exercise: Wie funktioniert Human Centered Communication?
- Prototyping & Storytelling: Fail early & often
- Test & Iteration: Wenn das Ende uns zum Anfang zurückführt



Ellen Blümm

ist Diplom-Sozialpädagogin, Kommunikations-Expertin, Innovationsberaterin und Design Thinking Coach. Seit Ende 2015 ist sie Partnerin bei DIE NEUEN,

einer Agentur für Marken, Kommunikation und Events. Hier hat sie ein Prinzip entwickelt, dass agile Techniken wie Design Thinking, Storytelling oder Prototyping bündelt und für Workshops und Fragestellungen der Kommunikation einsetzt. Sie hat außerdem Lehraufträge an Hochschulen in Berlin und in der Schweiz.

Methode Sie arbeiten mit einer Auswahl aus dem Methoden-Set von Design Thinking. Kurze Input-Sessions wechseln sich ab mit Einzelaufgaben und Gruppenübungen.

Lernziel Das Methodenset des Design Thinking befähigt Sie zu einem proaktiven Umgang mit den Themen Digitalisierung und der zunehmenden Verschmelzung von Public Relations, Marketing und Werbung.

Zielgruppe PR-Expert*innen in Unternehmen und Agenturen, die auf innovative Kommunikationsstrategien setzen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Ein absolut empfehlenswertes Seminar für alle, die neue Herangehensweisen an Ideengenerierung und Problemlösungen kennenlernen möchten und mehr Customer-Focused denken und arbeiten wollen.
Lea Gleixner, LSG Lufthansa Service Holding

Neu: Auf- und Ausbau des Corporate Newsroom

Der Weg in die redaktionelle Zusammenarbeit

Berlin 18.–19.6.2020 / 1.–2.10.2020 / 9.–10.11.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm:

- Die Säulen des Newsrooms
- Die Prozesse der redaktionellen Zusammenarbeit
- Agiles Projektmanagement für den Auf- und Ausbau des Newsrooms
- Die erfolgreiche Planung
- Rollen und Personal im Newsroom
- Erarbeiten von Vorlagen für die eigene Umsetzung
- Ausblick – der Newsroom der Zukunft



Eckhard Klockhaus

ist Gründer, Geschäftsführer und als Aufsichtsrat tätig. Er beschäftigt sich seit mehr als 20 Jahren mit der Digitalisierung von Unternehmen und Arbeitsprozessen. Eckhard Klockhaus hat für zahlreiche Rundfunkanstalten, Medienunternehmen und Verlage in Projekten gearbeitet.

Methode Das Seminar findet in interaktiver Form mit kurz gehaltenen Impulsvorträgen und zahlreichen Gruppen- und Einzelarbeiten statt.

Lernziel Die Teilnehmer*innen erhalten praxisnahe Informationen und Empfehlungen für die Optimierung der Unternehmenskommunikation und Anleitungen für den Auf- und Ausbau des eigenen Newsrooms. Ziel ist es, den Teilnehmenden konkrete Rezepte und Empfehlungen mit auf den Weg zu geben.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich an Entscheider*innen und Projektleiter*innen für den Auf- und Ausbau des Corporate-Newsrooms

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Der erfolgreiche Auf- und Ausbau des Corporate-Newsrooms ist die wichtigste Aufgabe für die Unternehmenskommunikation der Zukunft.“

Visuelle Kommunikation

Weshalb Content im digitalen Zeitalter journalistisch und grafisch gedacht werden muss

Berlin 19.–20.3.2020 / 31.8.–1.9.2020

Frankfurt a.M. 5.–6.12.2019 / 7.–8.12.2020

1. Tag: 10 – 17.30 Uhr / 2. Tag: 9 – 16.30 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Visuelle Chiffren: Die inneren Bilder und wie man sie abrufen kann
- Bildhaft schreiben: Worte, in denen Bilder stecken
- Infografiken: Kunst der Vereinfachung
- Storytelling, Content & Co.: Inhalt muss erlebbar sein
- Rollenwechsel: Wie man Text und Form zusammen denken kann
- Prozesse: Weshalb Regeln wie „Grafik vor Text“ Unfug sind?



Theo Probst-Bartolomee

ist Creative Director und Leiter Competence Centrum Design beim wdv. Ausgezeichnet u. a. mit dem Red Dot Award, ist er ein branchenweit anerkannter Spezialist für Neukonzeptionen und Relaunches von Magazinen und Medienreihen sowie deren crossmediale Vernetzung.



Steffen Rohe

ist Creative Director Digital beim wdv und bald 14 Jahre im digitalen Umfeld zu Hause. Er hat den Wandel vom Nischenprodukt zum Massenmedium begleitet und erstellt digitale Kommunikationslösungen.

Methode Praxisorientiert, „kreativ“ ausgerichtet mit Übungen, Diskussionen, Best-Practice-Beispielen.

Lernziel Sie erlernen Medien in allen Phasen der Entstehung zu bewerten, Techniken für den bewussten Einsatz von Text, Bild, Layout und Qualität der eigenen digitalen und gedruckten Medien steigern zu können.

Zielgruppe Medienverantwortliche, Konzeptioner*innen, Redakteur*innen, Gestalter*innen aus Corporate Media, Verlagen, Agenturen und Unternehmen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Visuelle Kommunikation ist weder greifbar, noch handwerklich einfach zu erlernen. Die vielen Facetten werden im Seminar beleuchtet: voller Inspiration, Mut zum Querdenken und spannenden Informationen. Marieke Beuße, UMPR

Marketing Strategien für die digitale Transformation

Kreatives Marketing für digitale Champions

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2.–3.4.2020 / 5.–6.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Grundlageneinführung in die digitale Transformation im Marketing
- Disruption im Marketing: Strategische Impulse für das digitale Zeitalter
- Game Changer: Wie sich Business-Modelle ändern und wie sich daraus Chancen und Risiken im Marketing ergeben
- Data-Driven-Marketing: Mit Smart und Big Data effiziente Analysen und Planungen für effektives Marketing erstellen
- Learnings aus dem Silicon Valley: Tools und Methoden von den Vorreitern des Digital Marketings



Norbert Barnikel

gilt in Fachkreisen als ein Mann der ersten Stunde im deutschsprachigen Digital Marketing. Sein umfassendes Know-How aus Wissenschaft,

Forschung, Lehre & Praxis gibt er international als leidenschaftlicher Dozent an der ICN Business School, Akademien, Instituten und an Unternehmen als unabhängiger Gutachter und Berater weiter. Seine Veröffentlichungen, der (V)Blog und seine Social-Media-Kanäle werden jeden Monat von vielen tausend Menschen verfolgt.

Methode Theoretische Inhaltsvermittlung, Gruppen- und Einzelarbeit in Hands-On Workshops.

Lernziel Lernen Sie Denk- und Handlungsweisen der Digitalen Economy im Umfeld der Digitalen Marketing Transformation kennen. Holen Sie sich Impulse und identifizieren Sie mögliche Strategien für sich.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen und Führungskräfte aus Marketing, PR und Vertrieb, die ihr Unternehmen fit für die Zukunft der digitalen Transformation machen wollen.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Ein sehr praxisnahes Seminar mit wertvollen Inhalten. Vermittelt von einem sympathischen sowie authentischen Referenten und Querdenker. Marc Ludewig, ERGO Direkt Versicherungen.

Neu: Virtual Collaboration

Wirksame Kommunikation in der virtuellen Zusammenarbeit und Design von Web- und Videokonferenzen
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 9.6.2020 / 28.8.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Einführung in die verschiedenen Formen virtueller Kommunikation
- Die wichtigsten Erfolgsfaktoren für effektive Videokonferenzen: Rollen verteilen, Regeln entwickeln, Resonanz erzeugen
- Maßnahmen zur Überwindung der räumlichen Distanz in verteilten Teams
- Schweigespirale, Ablenkungen und Störungen: wie Sie die Herausforderungen virtueller Konferenzen in produktive Bahnen lenken und kommunikative Resilienz entwickeln
- Technische Aspekte von Videokonferenzen



Silke Nevermann

gründete 2015 ihr Unternehmen Office Concepts, ist ausgebildete Lean Office Master und Digital Transformation Managerin.



Carola Kaurisch

ist seit 2008 bei der Cisco Systems GmbH tätig. Als freie Dozentin an der HKBIS Hamburg beschäftigt sie sich mit der Kommunikation in virtuellen Teams.

Methode Das Wissen wird durch eine abwechslungsreiche Kombination aus Vortrag, Fallbeispielen und Erfahrungsaustausch vermittelt, neue Handlungsstrategien werden mit Hilfe interaktiver Übungen, Simulationen und Gruppenarbeit schrittweise erarbeitet und praxisnah trainiert.

Lernziel Sie lernen Methoden, um Web- und Videokonferenzen gezielt zu planen und im Berufsalltag erfolgreich einzusetzen.

Zielgruppe Führungs- und Nachwuchsführungskräfte, Projektmanager*innen und Projektleiter, Teamleitungen sowie alle Mitarbeiter*innen administrativer Bereiche, die virtuell kommunizieren.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	5 bis 15

” Es gibt Webmeetings, die deutlich effektiver sind als persönliche Meetings. Man muss sie nur kreieren.
Silke Nevermann und Karola Kaurisch

Neu: Gamification

Die Aktivierung von Mitarbeitern, Mitgliedern und Stakeholdern durch Engagement und Mobilisierung
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 20.4.2020 / 21.9.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Wie funktioniert Gamification als Anwendung der Psychologie des Spiels im nicht spielerischen Kontext?
- Was sind die verhaltenspsychologischen Treiber, um Betroffene zu Beteiligten zu machen?
- Wie designt man einen Gamification-Prozess?
- Welche Probleme können auftreten und wie löst man sie?
- Welche Techniken und Instrumenten der Digitalisierung helfen?
- Welche praktischen Beispiele zeigen den Erfolg?
- Wie entwickelt man Gamification im Unternehmen oder NGOs?



Prof. Dr. Mario Voigt

Prof. Dr. Mario Voigt lehrt und forscht als Professor für Digitale Transformation und Politik an der Quadriga Hochschule Berlin. Nach dem Studium der Politikwissenschaften, Neueren Geschichte und des öffentlichen Rechts an den Universitäten Jena, Bonn und Charlottesville (USA) promovierte Voigt nach mehrmonatiger Wahlbeobachtung in den USA an der Universität Chemnitz zum amerikanischen Wahlkampf und Campaigning.

Methode Impulsvortrag, Gruppen- und Einzelarbeit sowie Case Studies sind Bestandteil des Seminars.

Lernziel Wer das kommunikative Potential seiner Stakeholder, Mitarbeiter*innen und Mitglieder aktiv nutzen will, muss sie zu mobilisieren wissen. Nach dem Seminar können Sie selbstständig Mobilisierungsaktionen und -kampagnen entwickeln und managen.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter*innen aus Unternehmen, NGOs, Parteien, Agenturen, sowie HR Kommunikator*innen und Public Affairs Manager*innen.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Gamification ist ein neuer Weg, mit Verhaltenspsychologie, Kommunikation und Digitalisierung zu motivieren und zu mobilisieren. Prof. Dr. Mario Voigt

Neu: Künstliche Intelligenz

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 16.3.2020 / 24.8.2020

10 – 18 Uhr

Programm:

- Eine (unfertige) Technologie-Landkarte der künstlichen Intelligenz
- Digitale Kompetenz: Die Nutzung von künstlicher Intelligenz und deren Auswirkung
- Digital Diversity – Welche digitalen Kompetenzen Sie und Ihr Team künftig benötigen und wie Sie sich diese aneignen
- Die Herausforderung durch Technologie-monopolisten wie Google, Amazon, Facebook, IBM, Adobe, Apple, Microsoft annehmen



Norbert Barnikel

gilt in Fachkreisen als ein Mann der ersten Stunde im deutschsprachigen Digital Marketing. Sein umfassendes Know-how aus Wissenschaft, Forschung, Lehre & Praxis gibt er international als leidenschaftlicher Dozent an der ICN Business School, Akademien, Instituten und an Unternehmen als unabhängiger Gutachter und Berater weiter. Seine Veröffentlichungen, der (V)Blog und seine Social-Media-Kanäle werden jeden Monat von vielen tausend Menschen verfolgt.

Methode Workshop-Sprints durch Methoden wie Design Thinking, Kanban oder Customer Centricity Design.

Lernziel Sie erhalten eine Momentaufnahme vom aktuellen Stand künstlicher Intelligenz im Marketing, Vertrieb, Prozess und Robotik. Sie erfahren, wie Sie Artificial Intelligence in Ihre bestehende System-Architektur sinnvoll integrieren und anreichern können und welche Kosten und Aufwände dabei entstehen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen bis Entscheider*innen, die sich für den digitalen Wandel interessieren und lernen wollen, welche Veränderung künstliche Intelligenz mit sich bringt.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Raus aus dem digitalen Sandkasten! Willkommen im digitalen Wunderland. Norbert Barnikel

Neu: Chatbots in Ihrer Kundenkommunikation

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 10.6.2020 / 23.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Trend: Chatbots
- Vorteile für Ihr Unternehmen
- Wie versteht der Bot den*die Kund*in?
- Wo starte ich im Unternehmen mit Chatbots?
- Wie sichere ich die Qualität des Bots?
- Akzeptanz von Chatbots
- Erfahrungen aus der Praxis



Patrick Zimmermann

ist Geschäftsführer der Entwickler Agentur knowhere GmbH, die sich seit Anfang 2016 auf Chatbots und Conversational Interfaces spezialisiert

hat. Als eine der führenden deutschen Agenturen für Chatbots zählen viele namhafte deutsche Unternehmen zu ihren Kunden. Zudem ist er Mitgründer des sehr erfolgreichen Hamburger Meetup zum Thema Chatbots, gibt Seminare, Talks und Workshops sowie Gastdozent in der Jung von Matt Academy.

Methode Das Seminar hat Workshop-Charakter und gibt mithilfe von Kurzvorträgen Impulse für die Kerninhalte.

Lernziel Sie erhalten eine Einführung sowie einen generellen Überblick in die Automatisierung der Kundenkommunikation mithilfe von Chatbots. Sie bekommen Hintergrundwissen zur Technologie und Beispiele aus der Praxis aufgezeigt. Damit können Sie anschließend auf Augenhöhe mit Anbietern und Expert*innen den Einsatz von Chatbots in Ihrem Unternehmen diskutieren.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich an Führungskräfte, Entre- und Intrapreneur*innen aus den Bereichen Marketing, Produkt, Technologie und Innovation.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Chatbots im Kundenservice müssen Bestandteil der digitalen Transformation von Unternehmen verstanden werden. Patrick Zimmermann

Themenfeld

Digitale Kommunikation & Digitales Marketing

Der Erfolg von digitaler Kommunikation entsteht durch spannenden Content und die richtigen Channels. Inhalte lassen sich in Artikeln, Bildern, Videos oder Podcasts aufbereiten. Digitales Marketing sorgt für die Distribution. Mailings und Newsletter gehören in den Marketing-Mix genauso wie Online-Ads. Elementar: die Verbindung zu Social Media.

Zertifikatskurs

Digitale Kommunikation

Online PR und Social Media in der Online Kommunikation

Berlin 2. – 6.12.2019 / 16. – 20.3.2020 /
11. – 15.5.2020 24. – 28.8.2020 / 30.11. – 4.12.2020

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- 1. Tag:** Oliver Albiez zeigt, wie Sie Website und Content fit für eine optimale Ansprache Ihrer Zielgruppen machen und so eine max. Aufmerksamkeit und Reichweite für Ihre Botschaften erzielen.
- 2. Tag:** Sie lernen, wie Sie Social Media strategisch einsetzen und Ihre Zielgruppen und Kommunikationsziele am besten erreichen.
- 3. Tag:** Von Thomas Praus lernen Sie, wie man Social-Media-Kanäle am besten nutzt, um sich eine Reputation aufzubauen und für den Krisenfall gewappnet zu sein.
- 4. Tag:** Oliver Loock-Wagner erklärt Ihnen wiederkehrende Rechtsprobleme anhand von anschaulichen Praxisbeispielen.
- 5. Tag:** Ein Workshop bereitet Sie darauf vor, das Erlernte in Ihrem Unternehmen sofort umzusetzen.



Oliver Albiez

ist seit 2002 mit seinem Unternehmen tapintoweb® unabhängiger Berater, Trainer und Interim Manager für Online-PR, Online-Marketing & Social Media.



Thomas Praus

studierte Kommunikation und Wirtschaft in Berlin und Barcelona. Er ist Partner und Geschäftsführer bei PANORAMA3000. Seit mehr als zehn Jahren ist er als Blogger und Online-Kreativer unterwegs.



Oliver Loock-Wagner

ist diplomierter Medienberater, Kommunikationsmanager und Buchautor zum Internetrecht. Zuvor hat der Jurist mehrere Jahre als Journalist und Redakteur für Verlage gearbeitet.

Methode Präsentationen, Übungen, Diskussionen, Analysen sowie Einzel- und Gruppenarbeiten.

Lernziel Grundlagen des WEB 2.0 und Social Media. Sicherheit im Umgang mit der Online-Kommunikation, Chancen und Risiken erkennen und nutzen.

Zielgruppe Pressestellen, PR-Agenturen und der Öffentlichkeitsarbeit, deren Arbeitsbereich mit Online-Kommunikation und sozialen Netzwerken zu tun hat.

Preis 2.890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

Marketing Essentials

Berlin 3. – 7.12.2019 / 10. – 14.3.2020 /
25. – 29.8.2020 / 8. – 12.12.2020

Programm

- 1. Tag:** Wie formuliere ich Vision und Mission? Was ist neu in der Markenkommunikation? Worin liegen die Unterschiede in der B2B- und B2C-Kommunikation?
- 2. Tag:** Wie funktioniert medienübergreifendes Storytelling? Wie kann ich Content Marketing in meinem Unternehmen nutzen und was brauche ich dafür?
- 3. Tag:** Warum ist Influencer Marketing wichtiger denn je? Wie nutze ich Mund-zu-Mund-Propaganda für mein Unternehmen? Was ist der Wertbeitrag von Brand Ambassadors?
- 4. Tag:** Wie beherrscht man Google, setzt kostenpflichtige Google Kampagnen richtig ein und wie textet man richtig? Wie muss dann aber auch meine Website aussehen?
- 5. Tag:** Was kann man vom Design Thinking lernen? Wie erstelle ich zielsichere Medien, die nicht immer gleich aussehen?



Philip Kalisch

arbeitet als freier Konzepter und Texter für erneuerbare Energieunternehmen, Software Firmen, Modebrands, Parteien, NGOs, Sparkassen, Automobil-

hersteller und gründet seit 2014 Startups. Zuvor war er Geschäftsführer von Helios Media Arena und führte Wahlkampfkampagnen für die SPD.



Heiko Mehnert

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung. Sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor,

Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite. Heute leitet Mehnert die brand campus® Marketingagentur GmbH als Geschäftsführer.

Methode Wir vermitteln alle aktuellen Must Knows spielerisch und anschaulich durch Best Practices.

Lernziel Es befähigt Sie zur effizienten Planung, Umsetzung und Steuerung von Marketing-Maßnahmen und zur realistischen Bewertung von deren Wirkungen.

Zielgruppe Alle, die sicher, schnell und effektiv Marketing-Maßnahmen konzipieren und durchführen wollen.

Preis 2.890 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

Content Marketing

Berlin 30.11.–4.12.2020
Düsseldorf 20.–24.4.2020 / 7.–11.9.2020
Frankfurt a.M 15.–19.6.2020

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- 1. Tag:** Alle Grundlagen für den Start ins Content Marketing
- 2. Tag:** Guter Content für alle! Ein spannender Rundflug über geeignete Darstellungsformen im Content Marketing. Content Marketing und Geschichtenerzählen: In welchen Situationen eignet sich Storytelling als Konzept für die Markenkommunikation?
- 3. Tag:** In dieser Schreibwerkstatt lernen Sie, die Social-Media-Schreibe von der Pike auf.
- 4. Tag:** Ausführliche Einblicke hinter die Kulissen aktueller Content-Projekte von Agenturen
- 5. Tag:** Ab wann ist Content eigentlich erfolgreich? Relevante Rechtsgrundlagen für Medienschaffende



Thorsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig.



Barbara Ward

schreibt für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.



Jonathan Scholz

ist als Berater für Social Media und Content Marketing tätig.



Marcus M. Hotze

ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und Partner der Heussen Rechtsanwalts-gesellschaft mbH.

Methode Vermittlung von Praxiswissen und Theorien durch Impulsvorträge, Praxisbeispiele, Gruppenarbeit und Workshops.

Lernziel Sie lernen, wie Sie im Rahmen einer fundierten Content-Strategie Inhalte erstellen und über verschiedene Kanäle verbreiten.

Zielgruppe Einsteiger*innen aus Marketing und Unternehmenskommunikation.

Preis 2.890 Euro*
Teilnehmer 6 bis 12

Brand-PR – Professionelle Markenführung

Wie Marken mit Storytelling auf allen Kanälen erfolgreich sein können

Berlin 4.–5.6.2020 / 16.–17.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm:

- Paradigmenwechsel in der Kommunikation: Communities und liquide Marken
- Die Meinungsmacher*innen: Wer ist eigentlich alles Influencer*in?
- Content für Ihre Kanäle: was muss, was kann, was soll?
- Prozesse und interne Netzwerke: alleine geht es nicht
- KPIs und Reporting: so machen Sie Erfolg messbar und überzeugen Chef*innen und Kollegen*innen



Thomas Praus

studierte Kommunikation und Wirtschaft in Berlin und Barcelona und ist Partner und Geschäftsführer bei PANORAMA3000 – Agentur für digitalen Wandel. Seit mehr als zehn Jahren ist er als Blogger und Online-Kreativer unterwegs, hat schon auf Konferenzen wie Next, Re:publica und dem Kommunikationskongress gesprochen, ein Startup gegründet sowie zahlreiche Bücher und Fachartikel veröffentlicht.

Methode Impulsvortrag, Case Studies, Gruppen- und Einzelarbeit zur Erarbeitung von Strategien und Maßnahmen.

Lernziel Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen und Lösungsansätzen für die tägliche Praxis. Klarheit im Begriffswirrwarr: Content Marketing, Native Advertising, Brand Journalism.

Zielgruppe Unternehmensleitung, PR-, Marketing und Vertriebsleiter*innen, Produkt-, Kommunikations- und Werbemanager*innen, Fach- und Führungskräfte mit PR-Verantwortung.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Reputationspflege ist ohne digitales Monitoring, Themen- und Feedbackmanagement nicht möglich.
Thomas Praus

Digitales Storytelling

Berlin 25.–26.5.2020

Frankfurt a. M. 22.–23.10.2020

Hamburg 30.11.–1.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 14 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Aufbau und Elemente für ein erfolgreiches Storytelling
- Der digitale Baukasten: Kanäle, Plattformen und Instrumente wie Facebook, LinkedIn, Blogs, Videos, Scrollytelling
- Strategie: Entwicklung einer integrierten Content-Strategie und Aufbereitung für unterschiedliche Kanäle
- Erfolgsmessung: Kundengewinnung und Customer Journey
- Anforderungen an Prozesse, Strukturen und Organisation



Ingo Bosch

hat über 20 Jahre beim WDR, dem Gerling-Konzern und in Kommunikationsagenturen gearbeitet und dort unzählige Wettbewerbspräsentationen verantwortet. Mit einer Schauspielerin entwickelte er Präsentations- und Dialog-Trainings, in die er zudem seine Erfahrungen aus Leistungssport und Wirtschaft einbaute. Des Weiteren ist er Lehrbeauftragter für Präsentationstechnik und Verhandlungsführung an der University of Applied Sciences Düsseldorf.

Methode Mix an theoretischem Grundlagenwissen, Praxisbeispielen sowie Übungen, um das Erlernete anzuwenden und zu vertiefen.

Lernziel Sie erhalten einen Überblick über die relevanten digitalen Kanäle, erarbeiten durch Übungen eine digitale Storytelling-Strategie und bekommen einen Einblick in die Erfolgsmessung.

Zielgruppe PR-Berater*innen, Mitarbeiter*innen aus Unternehmenskommunikation und Marketing, die digitales Storytelling strategisch integrieren wollen. Voraussetzung sind Grundkenntnisse des Storytellings.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Wie können Themen interessant und spannend als Content für verschiedene Kanäle aufbereitet werden: Diese Frage wurde mir im Seminar bestens beantwortet.
Andreas Hölzel, ADAC

Neu: Faktencheck, Taktiken und Tools gegen Falschbehauptungen im Web

Fake News und Reputation

Stadt 2.–3.4.2020 / 19.–20.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm:

- Beherrsche deinen Browser: Add-ons/ Extension, Bookmarks
- Intelligente Web-Suche: Verborgene Studien auf Unternehmensseiten finden
- Gezielte Recherche in der Vergangenheit
- Recherche in Sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter
- Unbekannte User*innen, Influencer*innen und Botschafter*innen identifizieren: Strategien und Facebook-Tools
- Grundlagen der Verifikation: Foto-Rückwärtssuche, Ortsbestimmung, Posts lokalisieren
- Gelöschte Posts/Tweets/Webseiten wiederfinden: Web-Archiv, Google Cache, Tricks



Stefan Voß

arbeitet seit über 20 Jahren für die Deutsche Presse-Agentur, davon (noch) die längste Zeit als Auslands-korrespondent in Moskau. Seit Sommer

2017 kümmert er sich um die Verifikation von Inhalten aus dem Social Web. Bei dpa macht er „Botschafter“ aus allen Redaktionen fit im Digitalen Journalismus.

Methode Kennenlernen und Ausprobieren von Web-Tools, Case Studies, praktische Übungen.

Lernziel Sie werden in der Lage sein, Behauptungen aus den Sozialen Netzwerken auf Herz und Nieren zu prüfen. Wer die Tricks der Fälscher*innen im Netz kennt, kann darauf souverän reagieren.

Zielgruppe PR-Berater*innen, Mitarbeiter*innen aus PR, Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Digitales Wissen ist der beste Schutz gegen Fakes aus den Sozialen Netzwerken. Das gilt für den Journalismus ebenso wie für die Unternehmenskommunikation. Und in beiden Bereichen herrscht bis heute eine gefährliche Unwissenheit vor. Stefan Voß

Online PR next level – Botschaften optimal digital verbreiten

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit mit Website, Blog und Social Media

Berlin 18.–19.5.2020 / 19.–20.11.2020

München 24.–25.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Aktuelle Entwicklungen & Trends
- Usability und Suchmaschinenoptimierung (SEO) als Erfolgsfaktoren
- Vom Pressebereich zum Social Media Newsroom
- PR-Inhalte erfolgreich distribuieren
- Videos und Podcasts produzieren und einsetzen
- Social Media: Strategie & Umsetzung



Oliver Albiez

ist seit 2002 mit seinem Unternehmen tapintoweb® unabhängiger Berater, Trainer und Interim Manager für Online-PR, Online-Marketing & Social

Media. Er entwickelt Strategien und realisiert deren Umsetzung für zahlreiche große und mittelständische Unternehmen sowie für Organisationen. Bereits seit 1994 arbeitet er in der Online-Kommunikation für Verlage, Agenturen und Online-Portale. Seine langjährigen Erfahrungen umfassen Projekte für Industrie, Handel, Medien, Dienstleister und Regierung.

Methode Grundlagenvermittlung, Praxisbeispiele, Erfahrungsaustausch, Analyse von Chancen und Risiken.

Lernziel Spezifische Einsatzmöglichkeiten und Chancen aktueller Online-PR-Instrumente kennenlernen und bewerten können, Sicherheit im Umgang mit Risiken gewinnen.

Zielgruppe PR-Berater*innen und Mitarbeiter*innen in den Abteilungen PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation, die Online-PR als festen Bestandteil im Kommunikationsmix etablieren möchten.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Sehr informatives Seminar, das wirklich den Kern des Titels – Online-PR – getroffen hat. Der Referent ist gezielt auf die Veränderungen hinsichtlich Pressearbeit eingegangen, ohne dabei ins Online-Marketing abzuschweifen. Stefanie Dietz, Thomas Cook

Storytelling im Content Marketing

Mit Geschichten Produkte verkaufen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.4.2020 / 9. – 10.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Storytelling im Content Marketing: Warum ist Storytelling en vogue? Wofür dient es im Marketing? Wo sind seine Grenzen?
- Storytelling-Mechanik: Wie bauen sich Geschichten auf? Wie kann ich selber ans Geschichten schreiben rangehen?
- Geschichten beurteilen und verbessern: Übungen zur Analyse von Geschichten. Was ist gut, was könnte man besser machen?
- Geschichten schreiben: Wir schreiben selber Geschichten und analysieren und verbessern sie gemeinsam.



Jonathan Scholz

ist als Berater für Social Media und Content Marketing tätig. Unter anderem betreute er drei Jahre die deutschlandweit bekannte #weilwirklichlieben-Kampagne der Berliner Verkehrsbetriebe und gewann damit alle namhaften Marketing-Preise. Weitere Kunden sind und waren Zalando, Mercedes, E.On und Lufthansa.

Methode Vortrag, Gruppen- und Einzelarbeit sowie Diskussionsrunden sind Bestandteile des Seminars.

Lernziel Das Seminar befähigt Sie, interessante Inhalte zu entwickeln. Sie werden kreativer, aufmerksamkeitsstärker und effektiver kommunizieren. Das gilt für Ihre eigenen Geschichten oder die, die sie gemeinsam mit einem Dienstleister konzipieren und umsetzen.

Zielgruppe Interessierte Entscheider*innen, Operative und Kreative aus Marketing und Kommunikation – insbesondere mit Interesse an Video-Inhalten und Online-Fokus.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

” Ein guter Witz bleibt stundenlang im Gedächtnis. Eine gute Geschichte ein Leben lang. Jonathan Scholz

Grundlagen Online Marketing

Erfolgreiche Internet-Strategien und ihre Instrumente

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 29. – 30.10.2020

Düsseldorf 5. – 6.3.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Überblick und Trends im Online Marketing
- Kund*innen binden mit mehr Benutzerfreundlichkeit/Usability der Website
- Auffindbarkeit verbessern mit Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Neue Kund*innen gewinnen mit Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Umsätze im Onlineshop steigern mit Newsletter-Marketing
- Zielgruppen erweitern und Reichweite erhöhen mit Social-Media-Marketing (SMM)
- Maßnahmen planen, budgetieren und deren Erfolg messen



Oliver Albiez

ist seit 2002 mit seinem Unternehmen tapintoweb® unabhängiger Berater, Trainer und Interim Manager für Online-PR, Online-Marketing & Social Media. Er entwickelt Strategien und realisiert deren Umsetzung für zahlreiche große und mittelständische Unternehmen sowie für Organisationen.

Methode Grundlagenvermittlung, Übungen, Praxisbeispiele, Diskussionen.

Lernziel Aktueller Überblick über die wichtigsten Instrumente des Online Marketing, Vorstellung erfolgreicher Strategien und Voraussetzungen zur Maßnahmenplanung.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Marketing, PR, Vertrieb und Produkt-Management, die sich das Internet als Marketing-Instrument erschließen möchten.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

” Dieser Kurs war ein Feuerwerk aus Informationen, vorgestellt und moderiert von einem exzellenten Referenten. Felix Dhom, Omnia Med Deutschland

E-Mail-Marketing – aber richtig!

Ansprache und Kundenbindung im E-Mail-Marketing
Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 20.3.2020

Frankfurt a.M. 30.10.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Dos and Don'ts im E-Mail-Marketing
- Wie Ihre Mail aus der Flut heraussticht
- Die richtige Versandzeit und Frequenz
- Aufbau, Textgestaltung und Design
- Kriterien für die Software-Auswahl
- Anbindung an CRM-Systeme
- So schützen Sie sich vor Abmahnungen
- Drei Wege, um die Relevanz zu erhöhen



Torsten Schwarz

ist Herausgeber des Standardwerks „Leitfaden Online Marketing“ und mehrerer Bücher über E-Mail-Marketing. Seit 1987 hält er Vorträge und Seminare zu Internet-Themen. 1994 setzte er einen der weltweit ersten Webserver auf. Er war Marketingleiter eines E-Mail-Softwareherstellers und berät heute internationale Unternehmen. Schwarz ist Initiator der Portale Email-Marketing-Forum, Online-Marketing-Experts und marketing-BÖRSE. Seit über zehn Jahren leitet er die Kompetenzgruppe Online-Marketing im Verband der deutschen Internetwirtschaft.

Methode Mischung aus Impulsvortrag, Teilnehmerdiskussion und Übungen. Live-Versand eines selbst gestalteten Newsletters und anschließende Auswertung der Öffnungs- und Klickraten.

Lernziel Sie erfahren, warum professionelles E-Mail-Marketing heute keine Option, sondern ein Muss ist.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte aus Online-Marketing, Marketing, Produktmanagement, Kommunikation, Werbung, PR, Customer Service, e-Commerce, Geschäftsführer*innen, Inhaber*innen und all diejenigen, die sich grundlegendes Know-how rund um das Thema E-Mail-Marketing aneignen wollen.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Die Atmosphäre des Seminars war sehr angenehm und ausgeglichen, was mir beim Lernen wichtig ist. Die vermittelten Inhalte konnte ich direkt am nächsten Arbeitstag anwenden. Jaqueline Wotke, BIOTRONIK

Integrierte Marketing-Kommunikation

Mit On- und Offline-Strategien aus der Werbung transmediale Kampagnen designen
Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 27.–28.4.2020 / 5.–6.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Grundlagen des Marketing und Integration von Online Marketing
- Wie ist man kreativ? Und wie erreicht man Menschen?
- Werbekampagnen: Noch mehr Beispiele, am liebsten integriert
- Ideen, Ideen, Ideen – Brainstorming-Übungen
- Werbetexte: von Bildheadlines und Longcopies
- Unterbrecherspots, Hauswurfsendungen und sonstige Belästigungen
- Soziale Netzwerke und Online-Kampagnen: Grauzonen der Werbung oder das heilige Land der Kommunikation?



Heiko Mehnert

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung. Sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor,

Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite.

Methode Vortrag, Übungen, Gruppenarbeit, Präsentation.

Lernziel Einblick in die Welt der Werbung. Differenzierte Sichtweise auf Aufgaben und Verantwortungen von Werbe- und Kommunikationsagenturen. Schreibe und Denke von Kreativen verstehen und nachvollziehen. Orientierung verschiedenster Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen umsetzen.

Zielgruppe Personen in Kommunikationsberufen, die mit Werbern zusammenarbeiten müssen oder sie endlich verstehen wollen.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Der Referent weiß genau wovon er redet und geht bei Fragen individuell auf einzelne ein. Ein tolles Seminar mit interessanten Inhalten! Ramona Gunkel, SOPTIM

Multichannel Marketing

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 6.12.2019 / 11.5.2020 / 30.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Übersicht und Einführung in das Multichannel-Marketing
- Charakteristika und Spezifika der verschiedenen Kommunikationskanäle
- Zielgruppen-Segmentierung
- Content-Strategien
- Multichannel-Kampagnen und Kanalmanagement
- Best Practices



Matthias Wesselmann

ist Vorstand bei fischerAppelt AG und Geschäftsführender Gesellschafter bei der ENGN GmbH. Von 2012 bis Anfang 2015 war er als Director Group

Marketing & Communications bei der Vitra International AG für die globale Marken- und Vertriebskommunikation und das internationale Marketing des Schweizer Premium-Möbelherstellers verantwortlich. 2007 bis 2011 war er Standortleiter und Geschäftsführer der auf integrierte Kommunikation spezialisierten Agentur fischerAppelt in Stuttgart, 2005 bis 2007 Pressesprecher für die Agenturgruppe in Hamburg.

Methode Intensive Grundlagenvermittlung kombiniert mit einigen Gruppenübungen an eigenen, praktischen Beispielen (individuelle Vorbereitung) sowie intensiver Erfahrungsaustausch.

Lernziel Nach dem Seminar haben Sie einen Überblick darüber, wie Multichannel-Kampagnen funktionieren. Sie kennen die erfolgskritischen Faktoren, können Zielgruppen segmentieren und haben einen Überblick über mögliche Content-Strategien. Sie beherrschen die Grundlagen der Kampagnenstrategie und wissen, wie man die verschiedenen Kanäle orchestriert.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen.

Preis 990 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Das Marketing muss seine Rolle im Wertschöpfungsprozess von Unternehmen definieren und abgrenzen.
Matthias Wesselmann

Virale PR- und Werbekampagnen entwickeln und umsetzen

Virale Filme und Spots als Zentrum erfolgreicher Kampagnen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 19. – 20.3.2020 / 26. – 27.10.2020

1. Tag: 10 – 17.30 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Das Briefing für das Erstellen einer viralen Kampagne
- Die Auswahl der Medien
- Das Problem und die Lösung
- Die Pain Points der Zielgruppe und das Versprechen der Kampagne
- Die Gestaltungskriterien viraler Filme
- Die Erzählstrukturen transmedialer Kampagnen
- Die Entwicklung der Story für den viralen Erfolg
- Die Entwicklung der Filmidee



Dr. Albert Heiser

studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste, Berlin. Er arbeitete als Werbetexter und Kreativ Direktor, unter

anderem bei den Agenturen Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi und Grey/Dorland. Heiser wurde für seine kreativen Leistungen vielfach ausgezeichnet. 2001 gründete er das Forschungs- und Weiterbildungs-Institut Creative Game.

Methode Vermitteln des Wissens an Beispielen der Gestaltungs-Praxis. Gruppenarbeit, Workshop-Format und das Anwenden von Kreativtechniken.

Lernziel Sie fühlen sich rund um fit für die nächste Generation von Online-Kampagnen. Sie können virale Kampagnen planen, beurteilen, entwickeln und produzieren.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche und Mitarbeiter*innen aus PR-, Werbe- und Marketingabteilungen, die an der Planung, Konzeption, Beurteilung und Produktion viraler Kampagnen beteiligt sind.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Kompetente Trainer, fundierter Inhalt – das Kompaktseminar bereitet den Weg zu Social Media.
Hartmut Schmid, CDM Smith

Mehr sehen und erreichen mit Virtual und Augmented Reality?

Virtual und Augmented Reality in PR, Marketing, Kundenservice und Vertrieb

Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 16. – 17.3.2020 / 1. – 2.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was sind VR & AR, welche Rolle spielen Apps und mobile Anwendungen?
- VR & AR in der PR: statt Pressemitteilung zu erklärungsbedürftigen Produkten, Zusatz-Services & Informationen „on demand“ abrufen
- VR & AR in der Markenkommunikation: Brand Awareness steigern, Marken- und Werbebotschaften interaktiv erlebbar machen
- VR & AR in Marketing und Vertrieb: Motor für Printkataloge, Produkte virtuell ausprobieren, Kaufentscheidungen unterstützen und Kunden in den Laden bringen
- Kundenservice, Social Media und Viralität mit VR & AR



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Clubs Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Experte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut.

Methode Mix aus Vortrag, Erfahrungsaustausch, Fallstudien, gemeinsamen Brainstorming an eigenen Beispielen sowie Übungen und Gruppendiskussion.

Lernziel Dieses Seminar vermittelt Ihnen anhand vielfältiger Beispiele, wie Sie VR & AR in Ihre Kommunikation integrieren können und welche Nutzungsszenarien sich vor allem im Bereich Marketingkommunikation, PR, Vertrieb und Kundenservice bieten.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen oder Agenturen, die VR/AR in ihrem Marketing-Mix nutzen oder optimieren möchten.

Preis 1.190 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Wie Apple schon sagte: AR & VR könnten so große Umwälzungen hervorbringen wie das Smartphone.
Torsten Panzer

Neues Konzept: Unternehmensblogs professionalisieren und effektiv betreiben

Berlin 16.3.2020

Düsseldorf 26.10.2020

10 – 18 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Die Blogosphäre: So funktioniert Kommunikation in Blogs
- Ziele & Aufgaben: Was bringt ein Blog?
- Content-Strategie: Konzept, Themen und Formate
- Die Rolle der Suchmaschinen
- More than words: Multimedialer Blog-Content
- Blog-Alltag: Redaktionsprozess, SOS-Mittel bei akuter Blog-Blockade
- Blogger-Relations & Kommentarmanagement
- Netiquette: Dos & Don'ts beim Bloggen



Barbara Ward

arbeitete bereits mit Online-Medien und den sozialen Netzwerken als Facebook noch in den Kinderschuhen steckte. Später war sie Chefin vom

Dienst eines Online-Magazins. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content- Marketing-Projekte tätig.

Methode Grundlagenvermittlung, interaktiver Vortrag, Praxisbeispiele, Gruppendiskussion, Übungen.

Lernziel Im Anschluss an das Seminar können Sie Ihre Blogaktivitäten professioneller und auf den aktuellen Bedarf der User*innen hin ausrichten. Sie erhalten Ideen, um Ihren Themen-Mix zu erweitern und für mehr Reichweite zu sorgen. Sie erwerben die Kompetenz, einen Blog langfristig erfolgreich zu betreiben.

Zielgruppe Das Seminar ist ideal für alle, die bereits an einem Blog arbeiten und diesen breiter aufstellen möchten. Angesprochen sind aber auch Teilnehmer*innen, die mit einem Blog zukünftig starten möchten.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Informatives und gut gemachtes Seminar mit einer sehr versierten Referentin. Auch zur Entscheidungsfindung über Blogs zu empfehlen. Dirk Röse, Klasmann-Deilmann

Think B2B!

Marktzugang, Kernkompetenzen und Targeting stärken
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 05.–06.12.2019 / 12.03.–13.03.2020 /
10.–11.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm:

- Marktsegmente und Zielgruppe erkennen und strukturieren
- Kaufprozesse analysieren, Customer Journey ableiten, Funnel aufstellen
- Positionierung, Kundenansprache, Botschaften
- Content-Marketing, Marke und Storytelling
- Problemlösungsmethoden von Erwartungswert bis Entscheidungsbaum



Heiko Mehnert

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung: sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor,

Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite.



Philip Kalisch

konzipiert Targeting-, Positionierungs- und Vertriebsstrategien für internationale Solar- und Software-Unternehmen. Er ist Gesellschafter der Marketingagentur Hausdorff Mongré und weiterer Start-ups.

Methode Best Practice, Gruppenarbeiten, Werkstätten, Demonstrationen, Inputs, Cases.

Lernziel Sie werden befähigt effizienter Ihre Zielgruppe und Marktsegmente zu erkennen und zu strukturieren, fokussierter die potentiellen Kund*innen anzusprechen und auf sie zu reagieren, selbstbewusst die richtige Strategie zu erkennen und zu entwickeln, sich sicherer für die richtigen Medien zu entscheiden.

Zielgruppe PR Manager*innen, Marketing Manager*innen von kleinen und mittleren, national oder global tätigen Unternehmen mit oder ohne mehreren Dependancen und großen Interesse an modernem Targeting und Marketing.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Viele Impulse und konkrete Vorschläge, die sich auch im Arbeitsalltag implementieren lassen sollten, um noch analytischer und zielgerichteter vorgehen zu können. Timo Dick, VIDEOR E. Hartig GmbH

Schreiben für digitale Medien

Website, E-Mag, Online-PR

Berlin 19.–20.3.2020 / 4.–5.6.2020 / 14.–15.9.2020

Hamburg 26.–27.10.2020

Stuttgart 5.–6.12.2019 / 3.–4.12.2020

Düsseldorf 27.–28.4.2020

1. Tag: 10 – 17 Uhr / 2. Tag: 9 – 16.30 Uhr

Programm:

- Schreib's userfreundlich: knapp, verständlich, lebendig
- Klick mich: Wie schreibt man packende Teaser?
- Wie lang dürfen Online-Texte sein?
- Verlinken – wann und wie?
- Auf Kundenfang: Corporate Websites
- Google & Co. – SEO On-page
- Welche Möglichkeiten bietet multimediales Erzählen?



Udo Taubitz

vereint Expertise aus Journalismus und PR. Er schrieb u. a. für Stern, Spiegel Online, Financial Times Deutschland. Seine Radiobeiträge sendeten u. a.

Deutschlandfunk, ORF und Schweizer Rundfunk. Heute unterstützt er hauptsächlich Unternehmen bei ihren Kommunikationsaufgaben – vom Webauftritt über das Kundenmagazin bis zur Vorstandsrede. Im Kreativen-Verband KASPER Kommunikation leitet er den Bereich Content.

Methode Präsentationen, Übungen, Diskussionen und Analysen sowie Einzel- und Gruppenarbeit.

Lernziel Sicherheit im Umgang mit Online-Kommunikation, Kenntnisse zu Kriterien für journalistisches sowie zielgruppen- und zielspezifisches Schreiben für digitale Medien.

Zielgruppe Texter*innen, Journalist*innen, Mitarbeiter*innen der internen und externen Unternehmenskommunikation, Kommunikationsverantwortliche in Pressestellen, PR-Agenturen und der Öffentlichkeitsarbeit, die für digitale Medien schreiben oder dies demnächst tun.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Wer bisher geglaubt hat, dass Texte bis 350 Zeichen keine Aussagekraft haben, wird von Udo Taubitz eines besseren belehrt. Gerrit Vorjans, pr/omotion Gesellschaft für Kommunikation

Social Media Management

Social Media ist ständig in Bewegung. Die User*innen auch. Sie ändern ihr Nutzungsverhalten genauso schnell wie Netzwerke ihren Algorithmus. Plötzlich ist LinkedIn der Kanal für CEO-Kommunikation. Reichweite gibt es oft nur für „Paid“. Dazu Hate Speech, von staatlichen Akteuren gesteuerte Kampagnen, Fake News – all das gilt es souverän zu managen.

PR trifft Social Media – Chancen und Risiken digitaler Kommunikation

Kommunikationsziele mit Social Media erreichen

Berlin 11.3. – 13.3.2020 / 31.8. – 2.9.2020

Düsseldorf 15. – 17.6.2020

Stuttgart 9. – 11.12.2019 / 7. – 9.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr /

3. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Aktuelle Entwicklung & Trends: Was Social Media für die PR bedeutet
- Strategien erfolgreich entwickeln: Wie Sie mit Social Media Ihre Zielgruppen und Ziele erreichen
- Social Media Monitoring mit Übung: Warum Sie das Netz beobachten müssen und welche Tools Sie einsetzen
- Facebook, YouTube und Twitter: Wer hat schon mal die AGB gelesen?



Oliver Albiez

ist seit 2002 mit seinem Unternehmen tapintoweb® unabhängiger Berater, Trainer und Interim Manager für Online-PR, Online-Marketing & Social Media.



Marcus M. Hotze

ist Rechtsanwalt und Partner der Heussen Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Berlin.

Methode Intensiver Gruppenaustausch, Beispiele, Übungen sowie alltagstaugliche Wissensvermittlung.

Lernziel Sie erfahren wie soziale Netzwerke entscheidend zu einem positiven Unternehmensimage beitragen und erlernen das notwendige Basiswissen für die selbständige Vermeidung rechtlicher Fallstricke.

Zielgruppe Unternehmens- & Pressesprecher*innen, Mitarbeiter*innen in Presse und PR-Stäben sowie in PR-Agenturen, die bereits erste Erfahrungen mit Online-Kommunikation, Social Media und Netzwerkarbeit haben.

Preis 1.490 Euro*

Teilnehmer 4 bis 15

” Das Seminar hat mir einen umfassenden Überblick über die variantenreiche Welt der Social Media sowie geeigneter Planungs- und Auswertungstools vermittelt. Kann ich nur empfehlen! Sibylle Sterzer, Daimler Financial Services

Erfolgreiche Social Media Strategien und Tools für B2B

Berlin 10.–11.3.2020 / 29.–30.10.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm

- Human2Human anstatt B2C- oder B2B – Grundlagen und State of the Art Cases
- Trends und Erfolgsfaktoren für Social-Media-Marketing im B2B-Bereich
- Tools & Tipps zur Gewinnung und Bindung von B2B-Kunden
- Die wichtigsten Plattformen wie Blogs, Facebook, Twitter, Google+ oder XING richtig nutzen
- Storytelling & Content-Marketing
- Tipps zu Rahmenbedingungen wie Urheberrecht, Impressum, Guidelines, Krisensituation, Erfolgsmessung



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Experte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut. Er war Co-Founder der internationalen Word-of-Mouth Agentur Buzzer, Geschäftsführer der Social Media Akademie und Director Social Media bei der renommierten Agentur thjnk.

Methode Verbindung von Vortrag, Erfahrungsaustausch, Fallstudien, gemeinsamem Brainstorming an eignen Beispielen und praktischen Übungen.

Lernziel Sie erfahren, wie erfolgreiche B2B-Unternehmen Social Media im Bereich Marketing, Kommunikation, Kundenservice, Qualitätssicherung oder Produktentwicklung einsetzen.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche in B2B-Unternehmen oder Agenturen, die Social Media in ihrer Kommunikation und/oder Marketing-Mix nutzen und optimieren möchten.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Spannender Mix aus Anregungen zur Strategieentwicklung für ein gelungenes Social Media Marketing und guten Tipps, Tricks und Tools für die konkrete Umsetzung. Hannah Nora Milberg, DEG – Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft

Neues Konzept: Schreiben für Social Media: Das perfekte Posting

Bloggen, twittern, liken, sharen

Berlin 17.–18.3.2020

Düsseldorf 27.–28.10.2020

Stuttgart 20.–21.7.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –16 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Überblick: Social Media verstehen
- Der Corporate Blog: Intros und Headlines optimal texten
- Basics: Verständlich schreiben im ultraschnellen Netz
- SEO: So ticken die Suchmaschinen
- Facebook: Mit Witz und Stil die User*innen überzeugen
- Twitter: Sicher schreiben mit #Hashtag & Co.
- Krisenkommunikation: keine Angst vor Feedback



Barbara Ward

ist gelernte Werbekauffrau, studierte Medienwissenschaftlerin und Journalistin, lebte lange im englischsprachigen Ausland. Dort arbeitete sie bereits mit Online-Medien und den sozialen Netzwerken als Facebook noch in den Kinderschuhen steckte. Später war sie Chefin vom Dienst eines Online-Magazins. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.

Methode Präsentationen, Übungen, Diskussionen und Analysen sowie Einzel- und Gruppenarbeiten.

Lernziel Sicherheit im Umgang mit Social Media, vor allem im Hinblick auf Tonalität und Kurztexpte. Es ist nicht Ziel des Seminars, eine allgemeine Social-Media-Strategie zu erarbeiten.

Zielgruppe Fachkräfte in Pressestellen, PR-Agenturen und der Öffentlichkeitsarbeit, die sich mit Social Media auseinandersetzen oder die für die Social-Media-Aktivitäten ihrer Unternehmen zuständig sind. Auch Verbände, Universitäten und Organisationen sind ausdrücklich angesprochen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Barbara Ward ist ein Digital Native. Egal ob sie einen Tweet oder den Teaser für einen Online-Blog erläutert, man neigt dazu ihren Empfehlungen zu folgen. Benjamin Jung, Sparkasse Nürnberg

Neu: Social-Media-Strategie + Reporting

Social Media gezielt einsetzen, Erfolge systematisch messen

Berlin 19.– 20.3.2020 / 1.– 2.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm:

- Ableitung Social-Media-Ziele aus übergreifenden Zielen, Definition von Personas, Finden von Social-Media-Zielgruppen
- Entwicklung von Content-Strategien sowie von Inhalten und Formaten, die ankommen
- Facebook & Co.: Welche Plattformen eignen sich wofür?
- Welche Anforderungen gibt es an die Kommunikationsprozesse? Wie lässt sich Social Media integrieren?
- Evaluation: Mit welchen Tools lässt sich der Erfolg von Social Media messen? Welche KPIs sind wichtig? Wettbewerbsbeobachtung
- Reporting: Ergebnisse fokussiert und zielgerichtet darstellen



Michael Dallwig

ist freier Kommunikationsberater und spezialisiert auf integrierte Strategien für die Kommunikation in Social Media und ihre Evaluation sowie für die

Mitarbeiter-Kommunikation auf Social Collaboration Plattformen.

Methode Ein abwechslungsreicher Mix aus Vortrag, Diskussion, Erfahrungsaustausch, Fallstudien, gemeinsamem Brainstorming an eigenen Beispielen sowie Übungen und Gruppendiskussion.

Lernziel Sie erfahren, wie Sie eine Social-Media-Strategie entwickeln und Ihre Aktivitäten strategisch optimieren. Sie werden nach dem Seminar wissen, welche Monitoring- und Analyse-Tools sich für welche Anwendungsfälle eignen.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche sowie Fach- und Führungskräfte aus PR und Marketing von Unternehmen, die Social Media erfolgreich(er) einsetzen wollen und an effektiven Möglichkeiten zur Messung und Darstellung der Erfolge interessiert sind.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Social Media bleibt solange Selbstzweck, bis Sie eine Strategie entwickeln.

Visual Content – Kreative Bildgestaltung im Social Web

Mit Grafiken, Memes und Fotos zu mehr Likes und Interaktionen

Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 12.3.2020

Düsseldorf 9.11.2020

10 – 18 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop und optimalerweise ein Smartphone (Android oder iOS).

Programm

- Best Practice: Marken mit erfolgreichem Visual Content
- Educate or Entertain? Konzeption von Visual Content
- Memes, Gifs & Co.: Bild-Formate für Social Media
- Bilddatenbanken gezielt nutzen
- Tipps & Tools für die tägliche Arbeit mit Visual Content
- Visual Content auf Facebook optimal einsetzen



Barbara Ward

ist Buchautorin (u. a. „Fit für Content Marketing“) und Online-Redakteurin. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist für verschiedene

deutsche ContentMarketing-Projekte tätig.

Methode Grundlagenvermittlung, Praxisbeispiele, Kreativaufgaben und Gruppenübungen.

Lernziel Sie wissen, wie und wo Sie Bildmaterial finden, und können kreative Social Media Visuals planen und umsetzen. Sie bearbeiten Bilder mit Hilfe webbasierter Tools und Smartphone Apps und bereiten diese für Ihre Social-Media-Kanäle technisch optimal auf.

Zielgruppe Ideal für alle, die Postings für Social-Media-Kanäle produzieren, aber über keine grafische Ausbildung verfügen. Vorkenntnisse in der Bildbearbeitung sind nicht nötig. Angesprochen sind Mitarbeiter*innen in der Unternehmenskommunikation, Marketing, Presse und PR-Stäben sowie Online-Redakteure und Social-Media-Verantwortliche.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 6 bis 12

” Ich habe viele Tipps und hilfreiche Tools für meine tägliche Arbeit erhalten. Iris Göckeler, AOK Nordwest

Influencer Marketing

via Instagram, Snapchat & Co.

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.12.2019 / 12. – 13.3.2020

Frankfurt a.M. 19. – 20.11.2020

1. Tag: 10 – 17.30 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Influencer Marketing und wie ich es für meine Marke nutzen kann
- Wie binde ich digitales Word of Mouth und Influencer Marketing in meinen Marketing Mix ein?
- Strategie und Ideenentwicklung visuelles Storytelling
- Content-Marketing auf den wichtigsten Plattformen und Apps wie Instagram, Snapchat, Pinterest und Blogs
- Tipps zu Pricing, Do's and Don'ts, Erfolgsmessung, Dienstleistungsauswahl
- Relevante Best-Practice-Beispiele von Top Brands weltweit



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Ex-

perte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut.

Methode Ein Mix aus Vortrag, Diskussion, Erfahrungsaustausch, Fallstudien, gemeinsamen Brainstorming an eignen Beispielen sowie Übungen und Gruppendiskussion.

Lernziel Sie erfahren, wie erfolgreiche Top-Brands Influencer Marketing, Social Media und Word of Mouth in Ihrem Marketing-Mix einsetzen. Sie lernen die wichtigsten Plattformen für visuelles Content-Marketing, Storytelling und digitale Opinion Leader kennen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte aus Marketing und PR.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

” War ein superinformatives, intensives und inspirierendes Seminar. Nicole Di Natale, Bain & Company

Neu: Werden Sie Instagram-Story-Profi

Lernen Sie auf dem iPhone Filmen, Editieren und Schneiden speziell für Insta Stories

Berlin 27.4.2020 / 01.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Insta Stories verstehen lernen und strategisch einordnen
- Storytelling und Best Practices von Lifestyle Marken
- Filmen auf dem iPhone
- Editieren und Filter anwenden lernen
- Layouts und animierte Schrift hinzufügen
- Zusammenschneiden der Filme und Übergänge
- Hinzufügen von Musik
- Tipps und Tricks für das Posten auf Instagram



Mirco Gluch

produziert mit seiner Agentur u. a. Instagram Stories für Unternehmen wie Puma, Tinder und Zalando. Zuvor war er Head of Social Media

bei Peek&Cloppenburg und bei Zalando für den Aufbau der Influencer Marketing Plattform Collabary verantwortlich.

Methode Präsentation mit iPhone-Screensharing direkt auf dem Projektor Vorstellung der einzelnen Apps und Funktionen, die die Teilnehmer*innen auf ihren iPhones in Einzelarbeit direkt nachmachen können. Einzelne Challenges in Gruppenarbeit.

Lernziel Instagram Stories sind mit 500M täglichen Nutzern einer der wichtigsten Kanäle, um heutzutage mit seinen Kund*innen zu interagieren. Ich bringe Ihnen bei, wie Sie mit einfachen Mitteln sehr spannende vertikale Filmsequenzen auf dem iPhone erstellen, sodass Sie das Level Ihrer Instastories auf ein neues Level heben können.

Zielgruppe Fachkräfte in Pressestellen, PR-Agenturen und der Öffentlichkeitsarbeit, die sich mit Social Media auseinandersetzen oder die für die Social-Media-Aktivitäten ihrer Unternehmen zuständig sind.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” In Deutschland nutzen ca. 8-9 Millionen Menschen täglich Instagram Stories. Wer diesen Kanal noch nicht zu 100% ausschöpft, sollte dieses Seminar besuchen.

Social Media Marketing

Strategie, Tools und Trends für die Praxis

Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 16. – 17.6.2020 / 27. – 28.10.2020

Frankfurt a.M. 19. – 20.3.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Grundlagen Social-Media-Kanäle und deren Ausrichtung
- Die Rolle von Bewegtbild in Social Media
- Die Rolle des Community Managements und der richtigen Tonalität
- Rechtliche Anforderungen
- Wie nutze ich Social Media als Mediakanal, zur Aktivierung, zum Aufbau von Brand Awareness und Brand Engagement?
- Monitoring, Krisenkommunikation und Influencer-Management
- Social Media im Unternehmen (Erfolgsmessung, Reporting, KPIs)



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Ex-

perte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut.

Methode Der Fokus des Seminars liegt auf der Umsetzung aller Themenbereiche in Ihre konkrete und praktische Konzepte. Die Cases werden schließlich analysiert und mit wertvollen Tipps für den Transfer in die eigene Organisation bereichert.

Lernziel Praxisorientiertes Know-how, um Social Media erfolgreich in Ihre Marketingstrategie zu integrieren. Mit dem theoretischen Basiswissen und der Erarbeitung eigener Social-Media-Projekte können Sie das Erlernte direkt in der Praxis anwenden.

Zielgruppe Marketingentscheider*innen und -manager*innen, die intensiv in das Thema Social Media eintauchen möchten.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 12

” Das Seminar ist sehr interessant und informativ mit einem Experten im Social Media Marketing als kompetenten Referenten. Sandra Backhaus, follow red

Neu: Werden Sie TikTok-Marketing-Profi

Lernen Sie, wie Sie auf TikTok mit Gen Z kommunizieren können

Berlin 28.4.2020 / 02.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Warum muss meine Marke heute auf TikTok stattfinden?
- Funktionsweise der App
- Best Practices von Marketing-Kampagnen
- Erstellung von eigenem Content
- Marketing-Möglichkeiten auf TikTok
- Influencer-Marketing auf TikTok
- Tipps und Tricks



Mirco Gluch

produziert mit seiner Agentur u. a. Instagram Stories für Unternehmen wie Puma, Tinder und Zalando. Zuvor war er Head of Social Media bei

Peek&Cloppenburg und bei Zalando für den Aufbau der Influencer Marketing Plattform Collabary verantwortlich.

Methode Impulsvortrag mit Live-Screensharing vom Handy aus, Gruppenarbeit zum Ausprobieren einzelner Challenges auf dem Handy.

Lernziel Verständnis der Möglichkeiten, die einer Marke auf TikTok geboten werden. Praktisches Ausprobieren der App-Funktionalität. Direktes Anwenden der Tricks und Strategien auf den eigenen Kanal und den Marketing-Mix.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich an Social-Media-Manager*innen mit wenig bis mittlerer Erfahrung zum Thema TikTok und allen Interessierten.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” TikTok hat Gen Z im Sturm erobert. Hat deine Marke eine junge Zielgruppe? Dann verpasse dieses Seminar nicht. Mirco Gluch

Social Media Marketing für Fortgeschrittene

Der Battle im Newsfeed um Aufmerksamkeit
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 27.4.2020 / 3.12.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Die mobile Revolution: das Smartphone als persönlichstes Gerät aller Zeiten
- Wie konsumieren Menschen auf dem Smartphone Inhalte?
- Wie muss Content erstellt werden, damit er gesehen wird?
- Neues Medium, neue Regeln: die Bedeutung von Bewegtbild im Smartphone-Zeitalter
- Messaging, Live-Videos, Virtual Reality: Trends in der Kommunikation
- Wie messe ich Erfolg?



Alexander Lengen

ist Business Marketing Manager Content & Digital, Central Europe bei Facebook. Seine vorherige Stationen umfassten unter anderem die Adam

Opel AG, PayPal, eBay und Burton Snowboards.

Methode Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Case Studies.

Lernziel Nach diesem Seminar wissen Sie, wie man Inhalte für den Newsfeed erstellt. Mit den Kenntnissen zum Userverhalten wollen Sie Geschichten anders als vorher erzählen.

Zielgruppe Professionelle Anwender*innen im Bereich von Marketing und PR.

Preis 890 Euro*

Teilnehmer 6 bis 15

„Eine tolle Erfahrung, an die man sich gerne zurück erinnert! Durch die vielen anschaulichen Beispiele und die individuelle Betrauung, ist eine Übertragung des Gelernten in den Alltag ohne große Schwierigkeiten möglich. Einfach gut! Mareike Droste, Landal GreenParks

Twitter in der Unternehmenskommunikation

Berlin 13.3.2020

Düsseldorf 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Best Practice: Strategien erfolgreicher Twitter-Kanäle
- Der perfekte Tweet: Links und Längen
- Hashtags und @-Erwähnungen sinnvoll einsetzen
- Media Relations & Influencer-Recherche
- Evaluation: Der transparente Follower
- Tipps für erfolgreiche Live Tweets



Barbara Ward

hat mit „Fit für Content Marketing“ jüngst ihr drittes Fachbuch veröffentlicht. Sie arbeitete bereits mit Online-Medien und den sozialen Netzwerken

als Facebook noch in den Kinderschuhen steckte. Später war sie Chefin vom Dienst eines Online-Magazins. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig. Ihre Expertise gibt sie als Hochschuldozentin und Seminarleiterin weiter, und steht Kommunikationsagenturen als Beraterin zur Seite.

Methode Grundlagenvermittlung, Praxisbeispiele, praktische Aufgaben und Gruppenübungen.

Lernziel Sie können Tweets schreiben und kennen alle Funktionalitäten der Twitter-Oberfläche. Sie können Ihr Twitter-Konto analysieren und Ergebnisse bewerten. Außerdem wissen Sie, wie man sich als Expert*in positioniert und mit Multiplikator*innen in den Dialog geht.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in der Unternehmenskommunikation, Presse- und PR-Stäben sowie Online-Redakteur*innen und Social-Media-Verantwortliche. Das Seminar eignet sich auch für NGOs, Institute und Verbände aus Wissenschaft und Politik.

Preis 890 Euro*

Teilnehmer 4 bis 14

„Sehr hilfreiches Seminar für Twitter-Einsteiger. Ich werde in Zukunft viele theoretische Inhalte des Seminars in die Praxis umsetzen. Janina Wickel, Kaufland Stiftung

Neues Konzept: Content Marketing für B2B & Institutionen

Mit Content zum Thought Leadership
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 25.– 26.5.2020
Düsseldorf 5.– 6.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr
Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Grundverständnis Content-Marketing
- So funktioniert der Dialog im Web 2.0
- Schritt für Schritt zum Content-Marketing-Konzept
- Personas entwickeln
- Ein Zuhause für den Content finden
- Geeignete Kanäle auswählen
- Beliebte Content-Formate
- More than words: Es muss nicht immer ein Artikel sein
- Tipps & Tricks für die Content-Produktion
- Was ist „guter“ Content?
- Storytelling im Content-Marketing
- Marken emotional aufladen



Barbara Ward
ist Buchautorin (u. a. „Fit für Content Marketing“) und Online-Redakteurin. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.

Methode Gruppenübungen, Kreativaufgaben, Diskussion.

Lernziel In diesem Seminar lernen Sie u. a. wie Sie Content-Marketing im B2B-Unternehmen erfolgreich umsetzen und was guten Content ausmacht. Sie erfahren, was zu einer erfolgreichen Content-Marketing-Strategie gehört.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich an alle, die für die (Online-)Kommunikation eines B2B-Unternehmens oder einer Institution inhaltlich verantwortlich sind.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

“ Das Seminar Content Marketing vermittelt spannende Einblicke rund um das Thema und vermittelt praxisnahe Anregungen für die tägliche Arbeit. Diese zwei Tage Weiterbildung haben sich gelohnt! Gerd Fleischer, Messe Stuttgart

Mit Suchmaschinenmarketing mehr Erfolg im Internet

Die besten Tools und Strategien
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 30.– 31.3.2020 / 29.– 30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Grundlagen im Online-Marketing
- Keyword-Recherche, Keyword-Analyse
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Offsite
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Onsite
- Suchmaschinenmarketing Tools
- SEM Klinik – Anwendung der erlernten Lernziele anhand von Praxisbeispielen



Thorsten Piening
ist bereits seit über 15 Jahren im Online-Marketing tätig. In diesem Zeitraum konnte er sein Expertenwissen als selbständiger Unternehmer erfolgreich unter Beweis stellen. Aktuell ist er Geschäftsführer der qualitytraffic GmbH und der regionmatch GmbH. Seine Expertise vermittelt Thorsten Piening nicht nur im alltäglichen Tagesgeschäft. Er referiert und lehrt regelmäßig an öffentlichen Ausbildungsstätten.

Methode Theoretische Wissensvermittlung via Präsentation und Gruppendiskussion. Praktische Anwendung des Erlernten durch Gruppenarbeit und Einzelaufgaben.

Lernziel Ganzheitliches Verständnis für die wichtigsten Maßnahmen in der Suchmaschinenwerbung und der Suchmaschinenoptimierung. Die Teilnehmer*innen sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, eine Online-Marketing-Strategie eigenständig zu planen, umzusetzen und zu optimieren.

Zielgruppe Berufseinsteiger*innen und Berufserfahrene aus Marketing, Werbung und Vertrieb. Spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten werden nicht benötigt.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

“ Das Seminar gibt einen wunderbaren Einblick in die Welt des Suchmaschinenmarketings und seine Möglichkeiten. Vom kostenintensiven Advertising bis hin zur eigenen SEO – Top! Astrid Prüger, ELLINGTON HOTEL BERLIN

Neu: Usability und User Experience

Ihr Weg zu maximaler Kundenzufriedenheit

Berlin 30. – 31.03.2020 / 16. – 17.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm:

- Von Aufgabenangemessenheit bis Steuerbarkeit – Die Grundlagen der Usability
- Solide Werkzeuge der Optimierung: Benchmarks und Walkthroughs
- Prototyping – Visualisieren, Weiterentwickeln & Kommunizieren
- Personas: ein Leitfaden zur Erstellung
- User Research – Anwendung passender Research-Methoden zur Optimierung der Usability



Viktoria Zenker

arbeitet seit 2018 im Bereich UX-Design & -Reserch für Carglass® Deutschland. Davor war sie als UX (User Experience) Manager bei der Galeria Kaufhof GmbH tätig.

Methode Praxisnahe Vorträge, Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten. Jede Methode wird direkt in ihrem Kontext angewendet.

Lernziel Sie lernen konkrete Methoden kennen und anzuwenden, die Ihnen dabei helfen, die Nutzerfreundlichkeit Ihrer digitalen Anwendung zu optimieren. Nach dem Seminar haben Sie bereits konkrete Optimierungsideen erarbeitet, die Sie im Anschluss mit Ihrem Team umsetzen können.

Zielgruppe Alle Beteiligten an der Entwicklung und Gestaltung von digitalen Anwendungen aus Marketing, Kommunikation, Werbung PR und eCommerce. Außerdem: Projektleiter*innen, Produktmanager*innen, Usability-Tester*innen, sowohl Einsteiger*innen als auch Erfahrene, die ihr Praxiswissen auf Basis der ISO-Norm auffrischen und praxisnah anwenden möchten.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” User Experience ist entscheidend für den Erfolg Ihrer Webseite und bietet großes Potenzial, sich vom Wettbewerb abzuheben. Viktoria Zenker, Carglass Deutschland GmbH

Themenfeld

Video für PR & Marketing

Bewegtbilder haben aufgrund von Social Media an Bedeutung gewonnen. Es stehen mehr Formate und Kanäle zur Verfügung. Videos lassen sich mit dem Handy drehen. Es gilt, in zwei Richtungen zu denken.

1) Strategie – Mit welchen Botschaften lassen sich Reichweite und Interaktion erzielen?

2) Technologie – Welche Technik setzt meine Bilder stark in Szene?

Neu: PR und Marketing Filme selbst produzieren

Berlin 16. – 20.3.2020 / 26. – 30.10.2020

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- 1. Tag:** Filme verstehen und konzipieren lernen
- 2. Tag:** Gruppe 1: Praxis-Konzeption bei Referent Marcel Wehn/Gruppe 2: Praxis-Kameraeinführung bei Referent Daniel Möller
- 3. Tag:** Gruppe 1: Praxis-Kameraeinführung bei Referent Daniel Möller/Gruppe 2: Praxis-Konzeption bei Referent Marcel Wehn
- 4. Tag:** Die Dreharbeiten: Das Filmkonzept wird umgesetzt
- 5. Tag:** Schnitt und Postproduktion

An den Praxistagen 2 bis 5 teilen Sie sich in zwei Gruppen auf, um in einem kleinen Teilnehmerkreis jeweils die größtmögliche Praxisintensität zu erreichen.



Marcel Wehn

studierte an der Filmakademie Baden-Württemberg Filmregie. Er konzipiert und realisiert dokumentarische Filme für Fernsehen und Kino

sowie Corporate Filme u. a. für Unternehmen wie den dm-Drogeriemarkt oder die Robert Bosch Stiftung.



Daniel Möller

ist freischaffender Kameramann. Die von ihm gedrehten Imagefilme wurden u. a. mit dem Cannes Corporate Media & TV Award, dem intermedia-globe

und dem Deutschen Wirtschaftsfilmpreis ausgezeichnet.

Methode Sie unternehmen eine „Film Journey“, in der ein Filmbeitrag von der ersten Idee bis zum fertigen Endprodukt produziert wird. Nach einem theoretischen Einführungstag, an dem die Grundfrage diskutiert wird, werden in vier praktischen Tagen alle wichtigen Schritte von der Konzeption über den Dreh bis hin zum Schnitt und zur Postproduktion eines Films unternommen.

Lernziel Sie lernen kurze Filmformate für die interne und externe Kommunikation sowie für den Social-Media-Bereich komplett eigenständig zu konzipieren, zu drehen, zu schneiden und für verschiedene Videoplattformen zu exportieren.

Zielgruppe Fachleute aus den Bereichen PR, Marketing und Kommunikation.

Preis 2.890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

Videos für PR und Marketing mit der Handykamera produzieren

Berlin 9.–10.12.2019 / 27.–28.2.2020 / 30.–31.3.2020 / 27.–28.4.2020 / 4.–5.6.2020 / 13.–14.8.2020 / 14.–15.9.2020 / 19.–20.11.2020 / 7.–8.12.2020

Frankfurt a.M 16.–17.3.2020** / 3.–4.9.2020**

München 18.–19.5.2020** / 26.–27.10.2020**

1. Tag: 09.30–18 Uhr / 2. Tag: 9–18 Uhr

Programm

- Grundregeln des filmischen Geschichtenerzählens für die Sozialen Medien
- Wie entwickelt man in kurzer Zeit ein stimmiges Konzept für Onlinefilme?
- Welche Bilder & Statements drehe ich, um mit wenig Schnittaufwand einen Filmbeitrag herzustellen?
- Wie gehe ich mit Voice-Over, Tonmischung, Effekten und Titelsezung im Smartphone um?
- Praktische Übungen zum Herstellen eines eigenen Videobeitrags auf Grundlage des Erlernten



Marcel Wehn

studierte an der Filmakademie BW Filmregie. Er konzipiert, produziert und realisiert Filme für TV und Kino und u. a. für Unternehmen wie dm-Droge-

riemarkt, Robert Bosch Stiftung oder Messe Frankfurt.



Felix Graf Consolati

studierte Medien und Kommunikation an der TU München. Nach mehreren Filmprojekten in Nord- und Zentralamerika, realisiert er Image- und Werbefilme für u. a. Volkswagen, MAN oder auch die Caritas.

Methode Viele Praxistipps & Übungen, wie man mit einem Smartphone eigene Filme drehen kann.

Lernziel Sie erlernen, wie man kurze Videobeiträge für die sozialen Medien konzipiert, vorbereitet und dreht.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Marketing, PR, Online-Journalisten und Pressesprecher, die Filmbeiträge mit dem Smartphone konzipieren & drehen möchten.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 8

» Prima Übersicht über Möglichkeiten und Grenzen des Handyfilmens. Da die Inhalte sehr praktisch orientiert sind, kann ich das Gelernte gleich einsetzen.
Annika Postler, EnBW Energie Baden-Württemberg

Corporate Filme & Bewegtbildstrategien für Unternehmen planen, anleiten und führen

Berlin 2. – 4.12.2019 / 25. – 27.5.2020 28. – 30.9.2020 / 2. – 4.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr / 3. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was ist ein Corporate Film? Was kann er leisten?
- Fünf wichtige W-Fragen bei der Konzeption von Videobotschaften
- Grundlagen der Dramaturgie und Storytellings
- Vom Briefing bis zum Drehbuch: Konzepte, Storyboards und Kalkulationen
- Die richtigen Darsteller, Stimmen und die beste Musik für meinen Film
- Rechtliches: Einverständniserklärungen, Rechteübertragungen, etc.



Marcel Wehn

studierte an der Filmakademie Baden-Württemberg Filmregie. Er konzipiert, produziert und realisiert dokumentarische Filme für Fernsehen und Kino

sowie Corporate Filme u. a. für Unternehmen wie den dm-Drogeriemarkt, die Robert Bosch Stiftung oder die Messe Frankfurt.

Methode Analyse von Corporate Filmen, Erarbeitung von der Idee bis zur Filmdramaturgie, Analysieren/Festlegen von Botschaften, Zielgruppen/Verbreitungsplattformen.

Lernziel Sie lernen Corporate Filme zu konzipieren, zu planen, Agenturen und Filmteams anzuleiten und über Filmformate eine Zuschauercommunity aufzubauen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Marketing, PR, Pressesprecher*innen aus Unternehmen, Verbänden und Organisationen.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	4 bis 10

” Wer ganz kompakt die wichtigsten Grundregeln zur Konzeption und Erstellung von Unternehmensfilmen sucht, ist hier genau richtig. Das Seminar ist unheimlich kurzweilig, anschaulich gestaltet und durch die Referenten sehr sympathisch und kompetent umgesetzt. Olesja Kehler, Reed Exhibitions

Neu: Moderne Videoformate und Bewegtbildtrends

Storytelling im digitalen Zeitalter

Berlin 16. – 17.6.2020 / 1. – 2.12.2020

München 27. – 28.4.2020 / 19. – 20.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Moderne Videoformate: Welche modernen Formate gibt es, um im digitalen Zeitalter mit Bewegtbild präsent zu sein?
- Videos auf YouTube, Instagram und Facebook – der Bewegtbildboom im Netz anschaulich dargestellt
- Vertikales Storytelling
- Crossmediale Vernetzung: Wie kann ich Inhalte in Print, Social Media und Onlinebereich sinnvoll miteinander verbinden?
- Ein Exkurs in die Welt von 360 Grad und Videoformate der Zukunft
- Klassisches vs. modernes Storytelling: der Unterschied zwischen der Heldenreise und modernem, kurzweiligen Storytelling
- Hands on: Verwenden Sie Ihr Smartphone als Tool, um modernen Videocontent zu bekommen



Felix Graf Consolati

studierte Medien und Kommunikation an der TU München. Nach mehreren Filmprojekten in Nord- und Zentralamerika, realisiert er Image- und Werbefilme für u. a. Volkswagen, MAN oder auch die Caritas.

Methode Gruppen- und Einzelarbeit, Videofeedback, Impulsvortrag, Case-studies, Hands on.

Methode Gruppen- und Einzelarbeit, Videofeedback, Impulsvortrag, Case-studies, Hands on.

Lernziel Theoretische und praktische Einführung in die Grundlage des modernen Storytellings auf inhaltlicher und visueller Ebene. Vermittlung von Methoden, wie man im modernen Zeitalter Videocontent aufbereitet und umsetzt.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Marketing und PR, Online-Journalisten und Pressesprecher*innen aus Unternehmen, Verbänden und anderen Organisationen, die modernen Videoformate für ihr Unternehmen kennenlernen wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 10

” „Eine gute Kamera alleine reicht nicht aus – Wichtig ist das Wissen derer die hinter ihr stehen“ Felix Graf Consolati

Interne Kommunikation & HR-Kommunikation

Interne Kommunikation ohne HR funktioniert nicht. Informationen von „Oben“ müssen die Mitarbeiter*innen erreichen. Es muss auch Kanäle in die andere Richtung geben. Innovative Kommunikationstools stehen zur Verfügung: Apps, Social Intranet, digitale Mitarbeiter-events. Im Mittelpunkt steht Leadership: Mitarbeiter*innen wertschätzen und ihnen Chancen eröffnen.

Neu: Interne Kommunikation

Berlin 30.3. – 3.4.2020 / 16. – 20.11.2020

Programm

- 1. Tag:** Grundlagen: Aufgabenfelder, Herausforderungen, Rahmenbedingungen, Standing IK
- 2. Tag:** Change Kommunikation: Grundlagen, Zielgruppe, Instrumente
- 3. Tag:** Intranet und Digitaler Workplace
- 4. Tag:** IK als Geschäftsfeld im Unternehmen
- 5. Tag:** IK als Konzept to go: Finalisierung, Entwicklung IK, Trends & Ausblicke



Dr. Andrea Wels

promovierte in Philosophie und ist Coach & Beraterin für Organisationsentwicklung, Unternehmenskultur, Change Management und Leadership Development.



Jana Hohlweg

unterstützt Unternehmen jeder Branche und Größe bei der Etablierung und Integration neuer digitaler Lösungen in den Arbeitsalltag der Mitarbeiter*innen.

Methode Impulsvortrag, Rollenspiele, Diskussion, Gruppenarbeit, Case Studies, Erarbeitung von individuellen, Konzepten, Pre-Mortem-Analyse

Lernziel Ziel ist es, dass alle Teilnehmer*innen mit einem eigenen fundierten Konzept für die Interne Kommunikation zurück ins Unternehmen gehen. Das Lernziel besteht darin, die (neue) Rolle der Internen Kommunikation einordnen, bewerten und weiterentwickeln zu können.

Zielgruppe Dieser Zertifikatskurs richtet sich an (Quer-)Einsteiger*innen, die die Grundlagen der Internen Kommunikation erlernen und sich mit aktuellen Themen und Trends auseinandersetzen wollen und natürlich an alle Internen Kommunikationsmanager*innen.

Preis	2.890 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

Grundlagen der internen Kommunikation

Berlin 19.–20.3.2020 / 12.–13.11.2020

Düsseldorf 15.–16.5.2020

Frankfurt a.M. 28.–29.9.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm

- Rollen, Aufgaben und Verständnis einer stakeholderorientierten Kommunikation
- Rahmenbedingungen im Unternehmen: Auftraggeber, Schnittstellen, Strukturen und Kultur
- Strategie- und Konzeptentwicklung: Kommunikationsziele, Zielgruppen, Controlling und Maßnahmenplanung
- Kommunikationswege & internes Storytelling
- Veränderungs- und Krisenkommunikation
- Trends & künftige Aktionsfelder im Zeitalter der digitalen Transformation



Katja Ubben

arbeitet seit über 15 Jahren in der internen und externen Unternehmenskommunikation. Sie war bei der EWE AG in verschiedenen Tochterunter-

nehmen für die interne Kommunikation verantwortlich und baute die interne Kommunikation des internationalen Finanzdienstleisters Arvato Financial Solutions (Bertelsmann) auf.

Methode Fachliche Vorträge, Präsentationen von Fallbeispielen, Gruppenarbeit, Diskussionen, praktische Übungen.

Lernziel Vermittlung von Grundlagen und von methodischem Vorgehen bei der Konzept- und Strategieentwicklung, Präsentation von Instrumenten und Inhalten der internen Kommunikation, Sensibilisierung für die Bedeutung der internen Kommunikation als wertschöpfender Geschäftsprozess.

Zielgruppe Verantwortliche aus Unternehmen, Verbänden, Behörden und Non-Profit-Organisationen, die keine oder wenig Erfahrung in der internen Kommunikation vorzuweisen haben.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

“ Das Seminar war inspirierend für meine Arbeitsinhalte. Vor allen Dingen der Austausch mit den anderen Teilnehmern hat mir sehr gut gefallen.
Laura Gögelein, GLS Gemeinschaftsbank

Interne Kommunikation im Change Management

Berlin 27.–28.2.2020 / 13.–14.8.2020 / 3.–4.12.2020

Düsseldorf 20.–21.4.2020

Frankfurt a. M. 18.–19.6.2020 / 26.–27.10.2020

Hamburg 28.–29.9.2020

München 17.–18.3.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm

- Theoretischer Kontext und praxisbezogener Einsatz von professioneller interner Kommunikation
- Veränderungen in Unternehmen: Anforderungen an die interne Kommunikation, Rolle und Aufgaben
- Konzeption, Planung und Steuerung von interner Kommunikation in Change-Prozessen und Krisen
- Leadership: Verantwortung und Verantwortlichkeit
- CEO-Positionierung und Führungskräftekommunikation



Dr. Andrea Wels

promovierte in Philosophie und ist Coach & Beraterin für Organisationsentwicklung, Unternehmenskultur, Change Management und Leadership

Development. Sie hat kommunikationsstrategische Expertise durch ihre langjährige Tätigkeit im Konzern Deutsche Telekom AG. Schwerpunkte ihrer Arbeit: Unternehmenskommunikation, Marketingethik und Konzeption.

Methode Vortrag, Diskussionen, gemeinsamer Erfahrungsaustausch, Fallbeispiele, Best Practice, Übungen, Selbstreflexion.

Lernziel Vertiefung von Grundlagenwissen. Schärfung von strategischem Denken und taktischem Geschick im Umgang mit Veränderungsprozessen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus Unternehmen, Verbänden, Behörden und Non-Profit-Organisationen, die bereits über einschlägige Berufs- und ggf. Führungserfahrung in der internen Kommunikation verfügen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

“ Spannende Themen, umfangreiche und interessante Diskussionen und Praxisbeispiele. Dazu noch eine sympathische und erfahrene Referentin – die richtigen Zutaten für eine vollkommen gelungene Veranstaltung.
Nicolas Bächle, Endress+Hauser Messtechnik

Neu: Corporate Influencer für das Content Marketing einsetzen

Wie Mitarbeiter die Content-Distribution verbessern und davon profitieren

Berlin 17.6.2020 / 7.12.2020

München 24.4.2020 / 21.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm

- Was ist ein Corporate-Influencer-Programm
- Strategische Voraussetzungen für ein Corporate-Influencer-Programm (Engagement, Unternehmenskultur, Wertschätzung)
- Employer Branding und Kommunikation
- Best Practices Corporate-Influencer-Programme (Otto, Siemens, Microsoft, LV1871 etc.)
- Maßnahmen für das Personal Branding, LinkedIn und Twitter als Personal-Branding-Plattform entdecken
- Aufbau einer Guideline für Corporate Influencer, Definition der Ziele eines Corporate-Influencer-Programms



Klaus Eck

ist Gründer und Geschäftsführer der Münchner Content-Marketing-Agentur d.Tales. Er ist Social-Media-Pionier, selbst aktiver Blogger, Content-Marketing-Profi und fokussiert sich auf Spezialgebiete wie Reputation Management, Content-Distribution, Content- und Corporate-Influencer-Strategie.

Methode Praktische Einzel- und Gruppenübungen. Der interaktive Charakter des Seminars ermöglicht es Ihnen, Ihre Fragen zu stellen. Zahlreiche Praxisbeispiele.

Lernziel Die Teilnehmer*innen lernen, wie sie sich selbst und ihre Mitarbeiter*innen erfolgreich in Social Media positionieren können und davon ihre Unternehmensmarke profitieren lassen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen aus der HR, Kommunikations- und Marketing-Abteilung. Idealerweise haben Sie Erfahrung mit Social Media und der Content-Erstellung.

Preis 890 Euro*

Teilnehmer 1 bis 15

” Unternehmen müssen keine Angst vor dem Kontrollverlust in der Kommunikation haben [...]. Sie können ihren gut geschulten Mitarbeitern vertrauen, sollten ihnen aber auch klare Regeln in Form einer Guideline an die Hand zu geben. Klaus Eck

Neu: Content-Strategie für interne Kommunikation

Berlin 27.–28.4.2020 / 29.–30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Entwicklung, Einsatzmöglichkeiten, Nutzen
- Planungsdimensionen für Content-Strategien: inhaltliche Substanz, Struktur und Technologie, Workflow, Governance
- Publikumsanalyse und Persona-Entwicklung mit der Empathy-Map
- Themenentwicklung mit dem Thementrichter
- Einführung Kanban für das Management von Content-Projekten
- Content-Planung mit der Content-Channel-Map



Sascha Stoltenow

ist Partner bei SCRIPT Communications. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die Entwicklung und Umsetzung von Konzepten und Content-Strategien für die Unternehmens- und Marketingkommunikation.



Renate Sommer

ist Beraterin bei SCRIPT Communications. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in der strategischen Beratung, in der konzeptionellen Arbeit, in der internen und Führungskräfte-Kommunikation sowie bei der kommunikativen Begleitung von Change.

Methode Impulsvorträge, Gruppenarbeit, Übungen, gemeinsamer Erfahrungsaustausch, Fallbeispiele.

Lernziel Sie lernen Methoden aus der Content-Strategie kennen und anwenden. Die Bearbeitung von Fallbeispielen aus der Unternehmens- und Beratungspraxis stellt einen unmittelbaren Transfer sicher.

Zielgruppe Kommunikations- und HR-Verantwortliche aus Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen, Non-Profit-Organisationen und Agenturen.

Preis 1.390 Euro*

Teilnehmer 4 bis 12

” Die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das intelligenteste Publikum der Unternehmenskommunikation. Sascha Stoltenow & Renate Sommer

Neu: Interne Krisenkommunikation

Mitarbeiterpotenziale erkennen und nutzen

Berlin 26.5.2020 / 27.10.2020

1 Tag: 10 – 18 Uhr

Programm

- Welche Ziele verfolgt die interne Krisenkommunikation?
- Wie können integrierte interne Kommunikationsprozesse bei der Krisenerkennung und -vorbereitung unterstützen?
- Welche internen Stakeholder und Informationsbedürfnisse müssen in der Krisenkommunikation berücksichtigt werden?
- Wie kann die interne Kommunikation für der Krise effektiv vorbereitet werden?
- Wie können Mitarbeiter*innen effektiv als Botschafter*innen in der Krise genutzt werden?
- Welche Werkzeuge der internen Kommunikation können/müssen in der Krise wann und wie eingesetzt werden?



Nicole Heyder

ist Leiterin des Berliner Standorts von ADVICE PARTNERS und arbeitet seit gut 15 Jahren in den Bereichen des Krisenmanagements und der Krisenkommunikation.



Denise Jose

war u. a. in der Terrorismusforschung tätig und arbeitet im Bereich Krisenkommunikation und Krisenmanagement der Unternehmensberatung ADVICE PARTNERS.

Methode Vortragsblöcke mit theoretischen Grundlagen, Gruppenarbeiten und Fallbeispiele.

Lernziel Sie lernen praktische Tipps zum richtigen kommunikativen Umgang mit internen Stakeholdern in der Krise kennen. Im Fokus: Potenziale von Mitarbeiter*innen in der Krise entdecken.

Zielgruppe Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, sowie Mitarbeiter*innen der Unternehmenskommunikation und in Presse- und PR-Stäben.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

„Die interne Kommunikation muss in der Krise hohe Priorität haben. Als Insider werden Mitarbeiter von der Öffentlichkeit oft als glaubwürdigste Botschafter für Unternehmen wahrgenommen. Nicole Heyder & Denise Jose

Neu: Social Intranet

Erfolgreich einführen und steuern

Berlin 4.5.2020 / 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Warum ein Social Intranet?
- Welche Tools und Plattformen eignen sich wofür?
- Welche Anforderungen gibt es an die Kommunikation?
- Wie bringe ich das an den Start?
- Wie halte ich das am Leben?



Michael Dallwig

ist spezialisiert auf integrierte Strategien für Social-Media-, Mitarbeiter- und Veränderungskommunikation. Der Kommunikationswissenschaftler hat

17 Jahre Erfahrungen auf Agentur- und Unternehmensseite gesammelt. Er war für die Online-Aktivitäten des E.ON-Konzerns zuständig, hat dort internationale Change-Projekte umgesetzt und zuletzt die Kommunikationsabteilung einer Technologiesgesellschaft aufgebaut und geleitet.

Methode Wechsel zwischen Vortrag, Diskussion, gemeinsamen Erfahrungsaustausch, Fallstudien, Übungen und Gruppendiskussionen.

Lernziel Sie werden Arten und Einsatzmöglichkeiten von Social Intranets kennen lernen und bewerten können. Sie werden die Herausforderungen bei der Einführung und Fortführung eines Social Intranets einschätzen können und über Möglichkeiten wissen, wie man mit ihnen umgeht.

Zielgruppe Kommunikator*innen aus Unternehmen/Organisationen, die beabsichtigen, ein Social Intranet einzuführen, dieses gerade eingeführt haben oder die sich allgemein über Möglichkeiten und Herausforderungen eines Social Intranets informieren wollen.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

„Es geht um sehr viel mehr, als um die Technologie: die beste Social-Intranet-Plattform nützt nichts, wenn keiner mitmacht. Michael Dallwig

Neu: Mitarbeiter motivieren – Mit Events!

Konzeption & Kreation von außergewöhnlichen Employer-Branding-Events

Berlin 27.–28.4.2020 / 9.–10.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Relevanz statt Firlefanz oder nicht jedes Grillfest ist gleich ein Employer-Branding-Event
- Zielsetzung, Kommunikation, Innen- und Außenwirkung
- Selbstkonzipiert statt von der Stange
- Vom Ich zum WIR!
- Wertschätzung, Wertevermittlung, mehr erreichen
- Inszenierung gehört zum Geschäft
- Idee schlägt Budget



Michael Veidt-Molzberger ist Geschäftsführer und Gründer des freien Kreativ-Büros für Live-Kommunikation FEDERFREI in Köln. Das Büro konzipiert und inszeniert Live-

Erlebnisse in den Bereichen Event, Incentive, Promotion, klassische Verkaufsförderung und Sponsoring. Zuvor war Veidt Creative Director in einer der größten Agenturen für Live-Kommunikation Deutschlands. Als Dozent lehrt er u. a. an der Deutschen Sporthochschule, der Design Akademie Berlin, dem IMK Düsseldorf, Management Circle sowie an der TU Chemnitz.

Methode Impulsvortrag, Gruppen- & Einzelarbeit, Case-Studies.

Lernziel Employer-Branding-Events selbst kreiert: Von der Ideenfindung bis zur Konzept-Umsetzung. Dramaturgie und Inszenierung leicht gemacht.

Zielgruppe Für Mitarbeiter*innen in Unternehmen und Agenturen aus den Bereichen der Event, Kommunikation und HR, die zukünftig Veranstaltungen selber konzipieren und kreieren wollen bzw. die Kreativ-Arbeit von Agenturen besser zu bewerten wissen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Ein Mitarbeiterevent ist mit die beste Investition in den Markenwert des eigenen Unternehmens. Das wirkliche Kapital, das Instrument Ihrer Öffentlichkeitsarbeit und die Seele Ihres Unternehmens sind die Menschen. Michael Veidt-Molzberger

Neues Konzept: PR + HR = People Relationship Management

Employer Branding ganzheitlich denken
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 12.–13.3.2020 / 1.–2.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Einführung ins Employer Branding sowie Besonderheiten
- 3 Säulen des People-Relationship-Managements: HR, Marketing und PR
- Entwicklung einer schlagkräftigen PRM-Strategie
- Interne Aktivierung der Mitarbeiter*innen als Markenbotschafter*innen
- Grundlagen des Storytellings
- Arbeitgebermarken im Social Web
- Teamkommunikation und -organisation über Messenger, digitale Newsrooms und Collaborative Tools



Anne Engelshowe ist Kommunikationswissenschaftlerin und Betriebswirtin. Seit 2008 begleiten sie die Themen Arbeitgeberattraktivität, Mitarbeitergewinnung und -bindung. Sie blickt auf mehrjährige Erfahrungen als Teamleiterin Personalmarketing im sozialwirtschaftlichen Umfeld zurück und arbeitet als freie HR-Beraterin und Trainerin. Auf Ihrem Blog SALON DER GUTEN gibt sie regelmäßig Einblicke in ihre Arbeit.

Methode Impulsvortrag, Analyse von Best Practices, Einzel- und Gruppenarbeiten, Entwicklung neuer Ansätze für die eigene Case-Erarbeitung, Tipps, Tricks und Tools.

Lernziel Sie erhalten tiefe Einblicke in die strategische Zusammenarbeit aller kommunikativ-aktiven Bereiche. Sie wissen, wen Sie für eine gemeinsame Strategie begeistern müssen und erhalten Inspirationen für deren Umsetzung.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich an alle, die die Positionierung und Kommunikation der Arbeitgebermarke ganzheitlich gestalten wollen: Entscheider*innen und Mitarbeiter*innen aus HR, PR und Marketing.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

“ Eine starke Arbeitgebermarke hat Verbündete. PR und HR sind hierbei ein unverzichtbares Team. Anne Engelshowe

Neu: Digital Employer Branding und Cross-Media-Positionierung

Online-Kommunikation für Unternehmen, Produkt- und Personalverantwortliche im Zeitalter von Google und Co.
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 25.–26.5.2020 / 30.11.–1.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm:

- Funktionsweise digitaler Medien
- Einführung in das Performance-Marketing
- Tipps und Tricks zur digitalen Recherche von relevanten Potenzialen, Schlüsselwörter
- Funktionsweise von großen Anbietern für digitales Marketing (z. B. Google, Facebook)
- Aufsetzen von Kampagnen
- Erstellung von relevantem Content
- Entwicklung von organischen Rankings (SEO)



Giovanni Bruno

ist Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur fokus digital GmbH. Er arbeitet seit 2008 im digitalen Geschäftsfeld und berät mit seiner

Agentur Unternehmen in allen Fragen der digitalen Unternehmenskommunikation, Suchmaschinenoptimierung und Social Media. Bruno ist spezialisiert auf die Entwicklung von medienübergreifenden Digitalstrategien für B2B- und B2C-Kommunikation.

Methode Impulsvortrag, Diskussionen, Feedback zu eigenen Strategien, Einzel- und Gruppenarbeit-Live-Analysen.

Lernziel Die Teilnehmer*innen kennen die wichtigsten Instrumente, mit denen Zielgruppen über Suchmaschinen und Social Media angesprochen werden. Außerdem entwickeln die Teilnehmenden eine Employer-Branding-Strategie, in der eine Cross-Media-Kampagne erstellt wird.

Zielgruppe Personalverantwortliche, Unternehmensinhaber*innen sowie Marketingverantwortliche, die ihr Employer Branding digital und crossmedial positionieren und vorantreiben möchten.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Heutzutage lässt sich digital bereits vorab anhand von Kennzahlen herausfinden, wie erfolgreich eine Employer-Branding-Kampagne im Internet werden kann.
Giovanni Bruno

Neu: Storytelling im Employer Branding

Wie Arbeitgeber in den Köpfen und Herzen ihrer Zielgruppen bleiben

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 4.–5.6.2020 / 6.–7.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm:

- Modelle aus der Praxis und deren Funktionsweise
- Einführung in die Basistools Balanced Branding®
- Find your Kernstory!
- Einführung in das SWBS-Modell
- Vorstellung einer Video-Matrix
- Let's get Voice! Vom Trend zum Tool. Arbeitgebermarken bekommen eine Stimme
- Das Bot Lab: Vom Bot zum persönlichen Karriereassistenten



Simone Simons

ist gelernte Strategin, Change- und Employer Branding Spezialistin bei CASTENOW. Sie begleitet Arbeitgebermarken wie die Bundeswehr und mittelständische Unternehmen. Sie hält derzeit einen Lehrauftrag zum Thema „Employer Branding“ an der Wilhelms-Universität Münster.



Jörg Wolf

ist Employer-Branding-Spezialist, Digitalexperte und Kreativgeschäftsführer bei CASTENOW. Zu seinen Arbeiten zählen u. a. die „Bot-Serie Mali“. Seine Arbeiten werden regelmäßig mit HR- und Kreativpreisen ausgezeichnet.

Methode Impulsvortrag, Gruppenarbeiten und -diskussionen, Tools aus der Praxis, Bot-Lab.

Lernziel Die Teilnehmer*innen werden zur Entwicklung einer relevanten, differenzierenden und überraschenden Arbeitgeberstory befähigt und leiten Storytelling-Möglichkeiten entlang des gesamten HR-Cycles ab.

Zielgruppe HR- und Marketing-Manager*innen sowie Entscheider*innen, die aus ihrem Arbeitgeberauftritt eine authentische Marke machen möchten, welche aktive Bewerber*innen wie passive Kandidat*innen aufmerksam macht.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Storytelling hilft uns, die Kultur von Arbeitgeber*innen emotional und einprägsam zu vermitteln.“ Jörg Wolf

Krisen- kommunikation

Reputationsrisiken vorbeugen und Imageschäden vermeiden – Krisenkommunikation. Häufig ermitteln Staatsanwält*innen. Parallel sorgen investigative Journalist*innen für Enthüllungen. In den sozialen Netzwerken verbreiten sich Fake News und Shitstorms. Fehler lassen Börsenkurse abstürzen und gefährden Arbeitsplätze. Krisenkommunikation: Wie macht man es richtig?

Krisenkommunikation und -management

Berlin 11.–12.3.2020 / 12.–13.8.2020

Frankfurt a.M. 4.–5.6.2020** / 23.–24.11.2020**

München 26.–27.10.2020**

Düsseldorf 23.–24.4.2020**

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was sind psychologische Aspekte, Verlauf und Dynamik von Krisen?
- Welche Rolle spielen Angst, Wahrnehmung und Botschaften?
- Was sind Mechanismen der Skandalisierung?
- Was sind gruppenspezifische Phänomene in Krisensituationen?
- Wie „funktionieren“ Journalist*innen in Krisensituationen?
- Was sind sinnvolle Instrumente der Krisenprävention und wie kann man sich vorbereiten?
- Was sind die häufigsten Fehler in der Krisenintervention und wie lassen sie sich vermeiden?



Peter Höbel

ist Chef von crisadvice und berät Unternehmen vom Mittelständler bis zum Weltkonzern in Krisen-Prävention und Intervention.



Thorsten Hofmann

ehemaliger Ermittler des Bundeskriminalamtes berät er Unternehmen in Verhandlungsfragen weltweit und leitet das Center for Negotiation am Institute

for Crisis, Change and Conflict Communication C4.

Methode Vermittlung von Methoden zur Stärkung Ihrer Kommunikationsfähigkeit.

Lernziel Richtiger kommunikative Umgang mit Ihren Stakeholdern. Kennenlernen Ihrer individuellen Krisentauglichkeit, Ihres kommunikativen Verhaltens und strategischen Denkens unter Druck.

Zielgruppe Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, Mitarbeiter*innen aus Presse- und PR.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Das Seminar überzeugt durch Praxisnähe und anschauliche Beispiele, anhand derer anregendes Lernen möglich ist. Zugleich ist das Seminar theoretisch gut untersetzt. Hans Völkel, Staatskanzlei Brandenburg

Krise 4.0

Digitale Krisenkommunikation in der Praxis

Berlin 5.–6.12.2019 / 18.–19.5.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Programm

- Digitale Kommunikation und deren Kanäle
- Psychologie von Skandalisierungswellen, Empörungseffekten und Trollen
- Meinungsbildung 4.0
- Ursachen digitaler Kommunikationskrisen
- Suchmaschinen und Frühwarnsysteme
- Social-Media-Warfare-Simulation mit dem Social-Media-Simulator
- Krisenkommunikation 4.0: Prävention, Intervention, De-Eskalationsmodell, Online Reputation und Nachsorge



Lars Niggemann

ist Berater mit dem Schwerpunkt Social-Media-Kommunikation für ADVICE PARTNERS. Er war maßgeblich an der Etablierung der Disziplin des Online-

Reputation-Managements auf dem deutschsprachigen Markt beteiligt. Er berät heute Unternehmen und Institutionen in der strategischen Online-Kommunikation und digitalen Krisenkommunikation.

Methode Theoretische Grundlagen, viele Fallbeispiele. Fallsimulation mit modernster Social-Media-Technik in Echtzeit.

Lernziel Sie lernen Reputationsrisiken frühzeitig zu erkennen und Vorbereitungen für Onlinekrisen treffen zu können. Zudem wird der richtige Mix zwischen Technik und Inhalten in der Krise entwickelt und das strategische Reputationsmanagement im Web 2.0 erlernt.

Zielgruppe Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, Unternehmens- und Pressesprecher*innen sowie PR-Referent*innen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Welche Eigendynamik eine Community entwickeln kann, wenn es darum geht, ein Unternehmen (anonym) über Social Media anzugreifen, wurde eindrucksvoll mit dem shitstorm Simulator vor Augen geführt.
Ralph Schüller, ÖAMTC

Neu: Cyberkriminalität: Die Rolle der Kommunikation im digitalen Ernstfall

Interne und externe Stakeholder angemessen sensibilisieren und begleiten

Berlin 16.–17.3.2020

Frankfurt a. M. 5.–6.12.2019

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Eine Odyssee verschiedener Angriffstechniken: Phishing, DDos Attacken, Ransomware Attacken, Social Engineering, etc.
- Die Rolle der Kommunikatoren im Ernstfall
- Sensibilisierung der Belegschaft für die individuelle Verantwortung & digitale Mündigkeit
- Schutz gegen Industriespionage 2.0
- Legitime und illegitime Ängste: Ist mein Chef oder der Hacker der größere Feind?
- Sicherheitshygiene sicherstellen



Caroline Krohn

ist Managerin, Unternehmerin und Politikerin. Sie ist die Inhaberin der Wirtschaftsdiplomaten Krohn & Partner und Geschäftsführende Gesellschafterin der Vindler GmbH und der VITA – Vindler ITalents Academy GmbH sowie Co-Gründerin des European Institute für Privacy & Security in Luxemburg und damit Co-Initiatorin der Europäischen Datenschutzkonferenz #GDPR+X.

Methode Es gibt einen Theorieteil, in dem Angriffstypen, Angriffszwecke, Angriffsziele, Angreifer und Opfer vermittelt werden. Der Praxisteil befasst sich mit Verteidigungstechniken und der Rolle, die die Kommunikation darin spielt.

Lernziel Sie lernen, digitale Attacken zu den unterschiedlichen Schadenszielen zu erkennen und in Ihrer strategischen Tragweite einzuordnen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, Manager*innen von Unternehmen, Verbänden und Organisationen aus dem Bereich Kommunikation.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Digitalisierung ohne Sicherheit ist wie ein Riesenrad ohne Statik – das mag eine Weile groß und lustig sein, aber irgendwann fällt man. Tief. Caroline Krohn

Public Affairs

Public Affairs bedeuten Issue-Monitoring, Stakeholder-Management, Lobbying und Einflussnahme auf politische Entscheidungsträger*innen. Parallel sollte man die Kommunikation über Verbände, Medien und Interessensgruppen beherrschen. Digital Public Affairs fügen eine weitere Ebene hinzu: die digitale – den Einsatz von Social Media und Online-Tools.

Public Affairs

Im Zertifikatskurs wechseln sich Vorträge, Gruppenarbeiten und Workshops ab. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung eines grundlegenden Systemverständnisses kombiniert mit den wichtigsten Instrumenten aus der Praxis für moderne Public Affairs. Gemeinsamer Austausch und Diskussionen sind Bestandteil einer jeden Lehreinheit.

Berlin 31.3. – 4.4.2020 / 8. – 12.12.2020

Programm

- 1. Tag:** Definition und Abgrenzung der Public Affairs, Politische Instrumente und Akteure, der Gesetzgebungsprozess in Deutschland
- 2. Tag:** Grundlagen Gesetzgebungsprozess EU, Interessenvertretung und EU-Prinzipien
- 3. Tag:** Strategie der Interessenvertretung
- 4. Tag:** Analysetechniken und Agendasetting, Positionspapiere
- 5. Tag:** Digital-Public-Affairs-Kampagnenmanagement



Kathrin Zabel

ist Senior Manager Government and Public Affairs. Seit 2001 arbeitet sie in der Konzernrepräsentanz von Deutsche Post DHL in Berlin. Ihre

Themenschwerpunkte liegen in den Bereichen Regulierung, Datenschutz, Finanzen und Arbeitsmarktpolitik sowie im Verbraucherschutz.



Jan Böttger

ist Managing Partner bei 365 Sherpas – Corporate Affairs & Policy Advice. Sein Schwerpunkt liegt in der strategischen Corporate-Affairs-Beratung national und

international agierender Unternehmen.

Methode Mischung aus Seminaren, Workshops und Praxisbeispielen sowie Einzel- und Gruppenarbeiten.

Lernziel Die Teilnehmer*innen erhalten eine umfassende PA-Ausbildung, bei der theoretische Grundlagen mit den wichtigsten Instrumenten aus der Praxis vermittelt werden.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in Hauptstadtrepräsentanzen von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und weiteren Organisationen. Vertreter*innen von Ministerien, Bundesbehörden und Abgeordnetenbüros.

Preis	2.890 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

Public Affairs Management

Analysen, Strategien, Instrumente, Evaluation
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 30.–31.3.2020 / 5.–6.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Verschiedene Phasen des Public Affairs und deren spezifische Ansätze und Instrumente
- Zugang zu Entscheidungsträgern, effektives Lobbying und effizienter Mitteleinsatz
- Planung, Steuerung und Kontrolle von Lobbying-Maßnahmen
- Compliance-Management: Was erwarten Politik und Gesellschaft von Lobbyist*innen
- Anwendung von Strategien und Instrumenten in der Praxis, Identifikation von Variablen und Risiken in der praktischen Umsetzung, Reaktion auf externe Einflüsse



Jan Böttger

ist Managing Partner bei 365 Sherpas – Corporate Affairs & Policy Advice. Sein Schwerpunkt liegt in der strategischen Corporate-Affairs-Beratung national und international agierender Unternehmen.

Methode Es werden erprobte Ansätze und Instrumente des Public-Affairs-Managements vorgestellt und anhand von Praxis-Beispielen und Ihren Erfahrungen diskutiert sowie durch Übungen vertieft.

Lernziel Sie wissen, wie Sie Public-Affairs-Konzepte und Strategien für Ihre Organisation entwickeln, mit welchen Instrumenten Sie diese implementieren und wie Sie diese anwenden.

Zielgruppe Unternehmer*innen, Geschäftsführer*innen, Unternehmensrepräsentant*innen, Corporate- und Public-Affairs Manager*innen, Verbandsreferent*innen, Politische Referent*innen, Berater*innen aus Agenturen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

“ Das Seminar hat einen sehr guten Einblick in die Themen Lobbying, Public Affairs & Advocacy gegeben. Sowohl für die Perspektive eines Unternehmens wie auch eines Verbandes ergeben sich viele Impulse für die Entwicklung und Umsetzung einer entsprechenden Strategie. Martin Fischer, Acken Fundraising GmbH

Strategisches Vorgehen im politischen Raum

Interessen klar und effizient vertreten
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 1.–2.4.2020 / 19.–20.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Vermittlung vertiefter Kenntnisse über politische Entscheidungswege und Rationalitäten
- Grundlagen der Politikberatung
- Erlernen von Vorgehensweisen zur Strategieentwicklung



Kajo Wasserhövel

verfügt über umfangreiche Erfahrung bei der Organisation von nationalen Kampagnen. Darunter die Bundestagswahlen 1998, 2002, 2005 und 2009.

Als ehemaliger Staatssekretär kennt er die Mechanismen der öffentlichen Verwaltung und Gesetzgebung.



Holger Reise

berät in der Agentur Elephantlogic Verbände und Unternehmen bei der Strategieentwicklung und Kommunikation mit Politik und Öffentlichkeit.

Methode Theoretische Wissensvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Erfahrungsaustausch, Diskussion, Analyse.

Lernziel Sie kennen die wichtigsten Instrumente und Mechanismen, die politischen Entscheidungsfindungsprozessen zugrunde liegen und sind in der Lage, auf Grundlage solider strategischer und nachhaltiger Konzepte in der Politikberatung aktiv zu werden.

Zielgruppe Public Affairs- und Public-Relations-Verantwortliche in Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Organisationen sowie Mitarbeiter*innen von Hauptstadtrepräsentanten.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

“ Gute Kombination aus prinzipiellen Strukturen und persönlichen Einblicken des Referenten. Michael Kullung, Roche Diabetis Care Deutschland

New: Crowding the corridors of power (ENGLISH)

Strategies and best practice for success in European Political Affairs

A seminar by Quadriga Executive Education

Brussels 19.6.2020 / 13.11.2020

10 am – 6 pm

Programme

- Advocacy work in Brussels
- Identifying the right contacts
- The spectrum of actors in Brussels
- Instruments of communication and points of contact
- Building cooperation with other advocacy groups
- Legitimacy and transparency in EU-level advocacy



Dr. Susanne Rompel

is Head of innogy SE's EU Representative office, innogy SE being a leading European energy company active in Renewables, Grid & Infrastructure as

well as Retail. Prior to this, Dr Rompel was heading Strategic Planning in RWE AG's headquarters, and has been responsible for the overall Group strategy development and the annual strategic planning process.

Method A combination of keynote speeches, presentations, real-life case studies, group work and a simulation game.

Benefit Participants can expect a comprehensive, nuanced understanding of how EU decision-making processes work in practice that will transform textbook knowledge of the legislative process.

Audience The seminar is aimed at professionals considering a career in public affairs, students with a background in European studies, politics, or public affairs and is equally suitable for students or professionals with an interest in advocacy work at national level.

Price	990 Euro*
Participants	6 to 15

Neu: Netzwerken im politischen Berlin

Eine Anleitung für die Praxis

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 3.4.2020 / 21.9.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Netzwerke im politischen Berlin
- Formelle/informelle Netzwerke
- Parteipolitische Netzwerke
- Regulierte Bereiche
- Prinzipien der Netzwerkbildung
- Netzwerkbildung konkret
- Veranstaltungen
- Persönliche Einstellungen



David Issmer

ist Head of Public Affairs Germany der Wirtschaftskanzlei Freshfields Bruckhaus Deringer. Er arbeitet dort als Rechtsanwalt im Bereich Öffentliches

Wirtschaftsrecht und berät an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Recht und Politik.

Methode Impulsvortrag mit PPP und Videoeinspielung, praktische Rollenspiele zu Ansprech-/Gesprächssituationen und Netzwerkbildung.

Lernziel Das Seminar hilft Ihnen dabei, die Abläufe des politischen Systems zu verstehen und die nötige Orientierung zu behalten. Nach dem Seminar wissen Sie, wie Sie Informationen gewinnen und Ihre Argumente bei den politischen Akteuren einbringen können.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich in erster Linie an Mitarbeitende von Unternehmen, Verbänden, Public-Affairs- und Public-Relations-Agenturen.

Preis	990 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

“ Visibility is power. Dr. Susanne Rompel

“ Im Vordergrund steht hier die Praxis: Wo soll ich Mitglied sein? Wie spreche ich Politiker an? Welche Veranstaltungen sind wichtig für mich? David Issmer

Neu: Mit agilen Formaten mehr Bürger*innen erreichen

Moderne Instrumente für gelebte Demokratie

Berlin 2. – 3.4.2020 / 16. – 17.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm:

- Überblick & Status Quo agiler Arbeitsformate im Bereich Public Affairs
- Design-Sprint: Wie funktioniert Human Centered Design?
- Umfeldanalyse, Personas, Customer Journey
- Die Marshmallow-Challenge: Über den Wert von schnellen Prototypen
- Vorstellung ausgewählter Formate: Jam Session, Bar Camp, Sprint, Change Lab



Ellen Blümm

ist Organisations- und Innovationsberaterin sowie Kommunikationsexpertin und Design Thinking Coach. Seit Ende 2015 ist sie Partnerin bei DIE NEUEN, einer Agentur für Marken, Kommunikation und Events.



Juliane Amlacher

ist Organisationsberaterin, Service Designerin und systemischer Coach. Sie begleitet mit FEUERKOPF Menschen und Organisationen aus

Politik und Wirtschaft in Innovations-, Strategie- und Veränderungsprozessen.

Methode Es wird mit einer Auswahl aus dem Methoden-Set von Service Design und Design Thinking gearbeitet. Dabei werden aktuelle Themen der Teilnehmer*innen aufgegriffen. Kurze Input-Sessions wechseln sich ab mit verschiedenen Gruppenübungen.

Lernziel Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, politische Aktivitäten aus Sicht von Bürger*innen zu denken und zu planen. Sie erhalten konkretes Handwerkszeug zur Gestaltung.

Zielgruppe Projekt- oder Kampagnenverantwortliche von Institutionen wie Parteien, Stiftungen und Verbänden in der Bundes-, Landes- oder Kommunalpolitik sowie öffentlichen Verwaltungen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 8 bis 15

” Demokratie findet überall statt. Nicht nur in Parlamenten. Ellen Blümm & Juliane Amlacher

Instrumente moderner Public Affairs

Von Politikbrief bis Hintergrundgespräch

Ein Seminar der **Quadriga Executive Education**

Berlin 19. – 20.5.2020 / 10. – 11.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Überblick über die verschiedenen Akteure
- Einführung in die verschiedenen Dokument- und Textformen: Recherche, Vorbereitung, Formulierung
- Durchführung von Veranstaltungen mit politischen Vertretern: Hintergrundgespräch, Parlamentarischer Abend, etc.
- Ansätze der Platzierung der eigenen Anliegen bei unterschiedlichen Ansprechpersonen in Ministerien, Behörden, Parlamenten, Organisationen und Medien
- Die richtigen Instrumente auf der Zeitachse des politischen Entscheidungsprozesses am Beispiel eines Gesetzgebungsverfahrens auf Bundesebene



Dr. Martin Boegl

ist beim Bundesverband deutscher Banken als Direktor im Bereich Finanzmarktstabilität tätig.



Jenny Wittwer

ist Managerin Public Policy & EU Affairs im Hauptstadtbüro von Sky Deutschland. Zuvor arbeitete sie im Deutschen Bundestag.

Methode Theoretische Wissensvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Erfahrungsaustausch, Diskussion, Analyse, praktische Übungen.

Lernziel Sie kennen die wichtigsten Methoden und Strategien, um die Politik auf Ihr Anliegen aufmerksam zu machen und beherrschen die wichtigsten Public-Affairs-Instrumente.

Zielgruppe Public-Affairs-Verantwortliche in Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Organisationen sowie Mitarbeiter*innen von Hauptstadtrepräsentanzen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Informierend. Lehrreich. Beispielgebend. André Roosen, Siemens

Positionspapiere schreiben

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 25.2.2020 / 12.10.2020

9–17 Uhr

Programm

- Das Positionspapier als Instrument der Public Affairs: Ziele, Nutzen, Differenzierung, Hindernisse
- Schwierige Themen und informationsgesättigte Zielgruppen
- Von den Inhalten zum Text: Fokussierung, Dramaturgie, Argumentation
- Effizienter Ressourceneinsatz bei optimalem Ergebnis: Checklisten
- Fallbeispiele



Mechthild Bülow

ist Inhaberin von Mechthild Bülow Public Affairs. Sie berät europäische und internationale Unternehmen und Organisationen strategisch und

politisch in Berlin und Brüssel. Das auf angewandte Kommunikation im gesellschaftspolitischen Umfeld Deutschland und Europa spezialisierte Unternehmen berät bei externer Themensetzung, optimaler Zielgruppenansprache, Positionierung von Personen sowie Evaluation von Public-Affairs-Strategien und -maßnahmen.

Methode Es werden erprobte Konzepte für effektive Positionspapiere in unterschiedlichen Einsatzbereichen vorgestellt sowie aktuelle Beispiele und Erfahrungen besprochen.

Lernziel Sie wissen, wie Sie ein bedarfsgerechtes Positionspapier optimal planen, schreiben, einsetzen und evaluieren.

Zielgruppe Unternehmens- und Projektleiter*innen sowie Manager*innen aus den Bereichen Regulierung, Public Affairs und Kommunikation – in Unternehmen, Verbänden und NROs.

Preis	990 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

“ Das Seminar „Positionspapiere schreiben“ war in jeder Hinsicht exzellent. Auch als erfahrene Leiterin Public Affairs/Advocacy habe ich durch aktualisierte und unmittelbar praktisch umsetzbare Informationen deutlich profitiert. Dr. Stefanie Gerlach, Deutsche Diabetes Hilfe

Intensivtraining politische Verhandlungsführung

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 3.–4.3.2020 / 27.–28.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Ziel – Strategie – Taktik der erfolgreichen Verhandlung
- Analyse des Verhandlungsgegenübers
- Verhandlungspsychologie
- Aggressivität steuern und (aus-)nutzen
- Umgang mit irrationalen Verhandlungspartner*innen
- Körpersprache bewusst einsetzen
- Bluffs und Tricks in der Verhandlung
- Umgang mit Manipulationen



Thorsten Hofmann

lehrt als Praktiker an der Quadriga Hochschule Berlin und verfügt über fast zwanzigjährige Erfahrung in der Krisen- und Konfliktkommunikation

sowie Public Affairs. Er studierte Wirtschaftswissenschaften, Psychologie und Verwaltungswissenschaften und ist Absolvent der Bundesakademie für Sicherheitspolitik. Thorsten Hofmann verantwortet als Managing Director der Unternehmensberatung ADVICE PARTNERS GmbH den Kompetenzbereich Risiko- und Krisenmanagement.

Methode Theoretische Wissensvermittlung in Verbindung mit zahlreichen praktischen Übungen und Rollenspielen.

Lernziel Sie sind in der Lage eine Verhandlung strategisch vorzubereiten und professionell durchzuführen, sich selbst und Ihren Standpunkt erfolgreich zu vertreten und die gesteckten Ziele auch in schwierigen Verhandlungen zu erreichen.

Zielgruppe Fachkräfte und Führungspersönlichkeiten, die auf Verhandlungssituationen optimal vorbereitet sein wollen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 12

“ Das Seminar bietet einen sehr nützlichen Leitfaden für die Vorbereitung und Durchführung von politischen Verhandlungen ebenso wie für Verhandlungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen. Der Referent verfügt über umfangreiche Praxiserfahrungen. Marcus Ritschel, CDU-Bürgerschaftsfraktion Bremen

Campaigning for Change

Kampagnen als Instrument nachhaltiger Veränderung
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 19.–20.3.2020 / 20.–21.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Kennenlernen verschiedener Kampagnentypen
- Techniken der strategischen (Konflikt-)Inszenierung
- Handlungsfiguren der symbolischen Konfrontation wie Zeugnis ablegen, stellvertretendes Handeln, Arbeit am Gegnerkonstrukt
- Mediale Vermittlung
- Trainieren von Kampagnenmanagement an Beispielen
- Lobbying – auch ganz im Stillen



Andreas Graf Bernstorff

studierte Geschichte, Politik und Soziologie; er arbeitete als Lehrer und Journalist, war parlamentarischer Berater und Landtagsabgeordneter

(Grüne) in Stuttgart und organisierte von 1989 bis 2005 internationale Kampagnen für Greenpeace. Seitdem lehrt er Campaigning, u. a. an den Universitäten St. Gallen und Heidelberg und berät Aktivist*innen, Führungsgremien und Kreative in Unternehmen und Organisationen.

Methode Theoretische und handwerkliche Wissensvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Arbeit an eigenen Beispielen und Vorhaben.

Lernziel Sie haben einen praxistauglichen Kampagnenplan zu einem eigenen Thema in der Tasche.

Zielgruppe Public-Affairs- und Public-Relations-Verantwortliche in Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Organisationen, Mitarbeiter*innen von Hauptstadtrepräsentanzen, Abgeordneten- und Fraktionsbüros.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Spannendes und empfehlenswertes Seminar mit einem hochkarätigem Referenten, der tatsächlich weiß, wovon er spricht. Hoher Praxisbezug und Aktualität haben das Seminar zu einem Gewinn für meine Tätigkeit gemacht. Jörg K. Unkrig, Ministerium für Inneres und Kommunales NRW

Digital Campaigning

Kampagnen und Kommunikation im digitalen Zeitalter
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 15.–16.6.2020 / 15.–16.10.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Welche Potentiale gibt es durch digitales Campaigning?
- Praktische Anwendungen von Zielgruppen und Planung
- Wie organisiere ich digitale Kommunikationskampagnen?
- Wie strukturiere ich eine „Ladder of Engagement“ und ein „Call to Action“, um möglichst viele Interessenten zum Mitmachen zu bewegen?
- Digital Storytelling – Wie erzähle ich meine Geschichte oder Idee digital?
- Wie setze ich E-Mail, Newsletter und Ad Displays richtig ein?



Prof. Dr. Mario Voigt

lehrt und forscht als Professor für Digitale Transformation und Politik an der Quadriga Hochschule Berlin. Zuvor war er u. a. für die Politische Repräsen-

tanz von Siemens in Brüssel, die Politische Planungsabteilung der CDU in Berlin und die Konrad-Adenauer-Stiftung in Washington tätig und leitete die Unternehmenskommunikation und Investor Relations des Technologiekonzerns Analytik Jena AG.

Methode Mischung aus Vorträgen, Best Cases und eigenen Workshopaufgaben.

Lernziel Erhalten Sie einen kompletten, vertiefenden Einblick in die digitale Kampagnenpraxis sowie unmittelbare praktische Takeaways durch Mitarbeit an der Entwicklung eines Testcases einer digitalen Public-Affairs-Kampagne.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich an Unternehmen, Verbänden und NGOs, Kommunikations- und Public-Affairs-Verantwortliche an der Schnittstelle zur Politik und Öffentlichkeit, Mitarbeiter*innen von Hauptstadtrepräsentanzen, Abgeordneten- und Fraktionsbüros.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Kommunikation ist heute Kampagnen- und Kampagnen sind heute besonders digital. Online kann man schneller agieren als über klassische Kommunikationswege. Prof. Dr. Mario Voigt

Politisches Kommunikationsmanagement auf regionaler Ebene

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 18.–19.5.2020 / 3.–4.12.2020

1. Tag: 10–17 Uhr / 2. Tag: 10–16 Uhr

Programm

- Regionale und kommunale Entscheidungsprozesse
- Entscheider, Beeinflusser und Anspruchsgruppen in der Region
- Erwartungen der Anspruchsgruppen an Unternehmen und Organisationen
- Strategien für politisches Kommunikationsmanagement in der Region
- Issues Management in der Region
- Instrumente der regionalen Kommunikation
- Formen der Beteiligung und Bürgerdialoge
- Corporate Responsibility & Corporate Citizenship



Ulla Herit

berät Unternehmen an der Schnittstelle von Corporate Communications und Public Affairs bei kritischen, öffentlich kontrovers diskutierten Themen

zum zielführenden Dialog mit ihren Anspruchsgruppen – von politischen Entscheider*innen auf Bundes-, Landes- und Lokalebene über Medien und NGOs bis zu Anwohner*innen. Sie ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Pharus Corporate Affairs GmbH in Berlin.

Methode Theoretische Wissenvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Erfahrungsaustausch, Diskussion und Analyse.

Lernziel Sie werden mit den theoretischen Hintergründen des regionalen Kommunikationsmanagement vertraut gemacht und lernen gängige sowie neue Instrumente im Bereich Stakeholder und Issues Management auf regionaler Ebene kennen.

Zielgruppe Verantwortliche für Corporate & Public Affairs oder Unternehmenskommunikation in Unternehmen und Organisationen, Verantwortliche für Stakeholder Engagement, Politische Referent*innen, Kommunikationsberater*innen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Endlich ein Seminar, das sich mit der Kommunalpolitik befasst. Wichtig und dringend nötig!
Andrea Ostheer, Mast-Jägermeister

Strategisches Storytelling in der Politik

Die Anatomie wirksamer politischer Kommunikation
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 6.12.2019 / 18.3.2020 / 4.12.2020

10–18 Uhr

Programm

- Grundlagen des Storytellings
- Was macht eine gute Geschichte aus?
- Fähigkeiten und Haltung des Storytellers
- Storytelling im Alltag der strategischen Kommunikation und im Campaigning



Mignon Fuchs

ist selbstständige Trainerin und High Performance Coach, widmet sich den Bereichen strategische Kommunikation, Neuroleadership und Female

Leadership. Sie arbeitete als Kommunikationsberaterin u. a. für die deutsche und europäische Raumfahrt und über 15 Jahre als Führungskraft in der Herzkammer des politischen Topmanagements.

Methode Impulsvortrag, Erfahrungsaustausch, Best Practices, Übungen, Lego© Serious Play©, Gruppen- und Einzelarbeit.

Lernziel Die Teilnehmer*innen erhalten eine Einführung in strategisches Storytelling, die die wichtigsten Erkenntnisse des Storytelling für den Politikbereich erschließt und sich auch sinnvoll auf andere Branchen übertragen lässt.

Zielgruppe Campaigner*innen, Berater*innen, Kommunikationsstrateg*innen, Public-Affairs-, Public Relations- und Kommunikations-Verantwortliche in NGOs, Verbänden, Organisationen, Unternehmen, Beratungsfirmen, Verwaltungen, Parteien und Abgeordneten-Büros.

Preis 990 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Aus der Politik können wir als Kommunikationsprofis vor allem eines lernen: Nicht die Lüge ist schneller als die Wahrheit, sondern die Story ist schneller als die Nachricht. Mignon Fuchs

Digital Public Affairs

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 29. – 30.4.2020 / 9. – 10.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Rolle von Digital Public Affairs im Public-Affairs-Mix
- Brand Building und Unternehmenspositionierung digital
- Digital-Public-Affairs-Kampagnen: Planung und Strategien erklärt
- Wie nutze ich Digital Public Affairs für die Verbandskommunikation und das Mitgliedermanagement?
- Welche Instrumente und Techniken bestimmen Digital Public Affairs?
- Global Trends in Digital Campaigning und Public Affairs
- Case Study: Digital Campaigning in den USA



Prof. Dr. Mario Voigt

lehrt und forscht als Professor für Digitale Transformation und Politik an der Quadriga Hochschule Berlin. Zuvor war er u. a. für die Politische Repräsentanz von Siemens in Brüssel, die Politische Planungs-

abteilung der CDU in Berlin und die Konrad-Adenauer-Stiftung in Washington tätig und leitete die Unternehmenskommunikation und Investor Relations des Technologiekonzerns Analytik Jena AG.

Methode Mischung aus Vorträgen, Best Cases und eigenen Workshopsaufgaben.

Lernziel Ready for Action – Sofortige Umsetzungs-ideen für die Digital-Public-Affairs-Arbeit. Ziel ist die Entwicklung eines digitalen Toolkits für Unternehmen, Verbände oder Organisationen, dass kosteneffizient unmittelbar in der täglichen Arbeit angewendet werden kann.

Zielgruppe Das Seminar richtet sich an Unternehmen, Verbände und NGOs, Kommunikations- und Public-Affairs-Verantwortliche an der Schnittstelle zur Politik und Öffentlichkeit.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Das Seminar gibt einen umfangreichen Überblick über digitale Kommunikationsmöglichkeiten und inspiriert die Umsetzung neuer Wege im eigenen Unternehmen. Guido Wünschmann, Deutsche Börse

Gespräche in der Politik erfolgreich führen

Zankäpfel werfen oder Volltreffer landen?

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 20.5.2020 / 21.9.2020

9 – 17 Uhr

Programm

- Eristik: Streitgespräche und Debatten – Merkmale von Kommunikation in der Politik
- Gesprächsführung: Anleitungen zum Dialog in Wort und Schrift
- Rhetorische Strategien: Anwenden und Abschmettern
- Macht und Status: verbale/non-verbale Signale erkennen und nutzen
- Gesprächskonflikte: Sachliche und personelle Klärungen herbeiführen
- Widerstand: Abwehr von Anliegen auflösen
- Souveränitätshilfen: Umgang mit unklaren Situationen



Mechthild Bülow

ist Inhaberin von Mechthild Bülow Public Affairs. Sie berät europäische und internationale Unternehmen und Organisationen strategisch und poli-

tisch in Berlin und Brüssel. Das auf angewandte Kommunikation im gesellschaftspolitischen Umfeld Deutschland und Europa spezialisierte Unternehmen berät bei externer Themensetzung, optimaler Zielgruppenansprache, Positionierung von Personen sowie Evaluation von Public-Affairs-Strategien und -maßnahmen.

Methode Impulsvortrag, Gruppen- und Einzelarbeit, Case Studies.

Lernziel Sie wissen, wie Sie ergebnisorientierte Gespräche in Regierung und Parlament planen, durchführen und Erfolge evaluieren.

Zielgruppe Führungskräfte aus den Bereichen Regulierung, Public Affairs und Kommunikation – in Unternehmen, Verbänden und NROs.

Preis 990 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Wer wirft den Zankäpfel? Geheimnisse der politischen Gesprächsführung – gelüftet. Mechthild Bülow

Yes! Global Political Dialogue Works (ENGLISH)

How to make agreements in International Relations
A seminar by Quadriga Executive Education

Berlin 16.3.2020 / 9.11.2020

9 am – 5 pm

Programme

- The essence of international political dialogue: how bargaining, understanding and collaboration work
- Polarization, partisanship, rancour: how to build trust with different cultures
- Win or lose? how to overcome constraints on agreement in international politics
- Papers: how to prepare and write for international audiences
- National norms of cooperation: how to use them in international communication
- Lessons from the EU and other bodies: how to create conditions for successful political dialogue



Mechthild Bülow

is the owner of MECHTHILD BÜLOW Public Affairs in Berlin, Germany. The team advises international companies and organizations at strategic and

political levels. Backed by many years of experience in the field of international communication and public affairs, MECHTHILD BÜLOW Public Affairs develop tailored strategies and communication concepts. Mechthild Bülow holds degrees in international relations and negotiation.

Method Lecture, problem analysis and discussion, working tutorials.

Benefit You will understand how joint problem-solving works in international relations. You will be able to make and respond to political claims, arguments and proposals in international bodies and panels with the objective of reaching mutually acceptable and enduring agreements.

Audience Companies, organizations, institutions and NGOs that prepare public affairs and communication strategies and papers for international bodies and panels.

Price	990 Euro*
Participants	6 to 15

” Political dialogue is not about getting to ‚yes‘; it's about mastering ‚no‘. Mechthild Bülow

Neu: Organisationen als politische Akteure

Mit Kommunikation und Beteiligung zum Erfolg
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 27.–28.4.2020 / 9.–10.11.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm:

- Die Frage nach dem „Purpose“ bzw. wie der Zeitgeist die Rolle der Organisation in der Gesellschaft verändert
- Warum das Einhalten von Gesetzen nicht automatisch zur „Licence to Operate“ führt
- Wieso Akzeptanzkommunikation heute als Handlungsfeld strategischer Unternehmensführung zu verstehen ist
- Wie Sie schwierige und komplexe Informationen in verständliche Botschaften übersetzen



Ulla Herlt

berät Unternehmen an der Schnittstelle von Corporate Communications und Public Affairs bei kritischen, öffentlich kontrovers diskutierten Themen zum

zielführenden Dialog mit ihren Anspruchsgruppen – von politischen Entscheider*innen auf Bundes-, Landes- und Lokalebene über Medien und NGOs bis zu Anwohner*innen.

Methode Theoretische Wissensvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Erfahrungsaustausch, Diskussion, Analyse und praktische Übungen anhand von eigenen Beispielen und Best Cases.

Lernziel Sie werden mit den theoretischen Hintergründen der Akzeptanzkommunikation vertraut gemacht und lernen gängige sowie neue Instrumente im Bereich Issues Management und Stakeholder Engagement sowie verschiedene Beteiligungsformate kennen.

Zielgruppe Verantwortliche für Corporate & Public Affairs, Unternehmenskommunikation oder Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen und Organisationen, Verantwortliche für Stakeholder Engagement, Politische Referent*innen, Kommunikationsberater*innen.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Auf Dauer kann man kein Geschäftsmodell entgegen der gesellschaftlichen Erwartungen betreiben. Ulla Herlt

Neu: Überzeugend argumentieren in der Politik

Ein Redentraining

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 24.–25.2.2020 / 12.–13.11.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm:

- Handwerk des Schreibens beherrschen
- Sich auf die Zuhörer einstellen
- Redlichkeit, Wahrhaftigkeit, Respekt
- Argumente mit einem roten Faden verbinden
- Schwierige Botschaften einfach vermitteln
- Durch Stilmittel glänzen
- Schlagfertig kontern



Markus Franz

war Leiter des Redenschreiberteams von Kanzlerkandidat Peer Steinbrück und von SPD-Generalsekretärin Andrea Nahles. Der gelernte Jurist

arbeitete bei WAZ, der Märkischen Oderzeitung, der taz, und der Süddeutschen Zeitung als Journalist, politischer Korrespondent und in leitender Funktion. Seit 16 Jahren trainiert er Journalist*innen, Pressesprecher*innen und Politiker*innen im kreativen Schreiben.

Methode Der Schwerpunkt des Seminars liegt auf dem Wort, nicht auf dem Auftritt. Sie lernen, durch Ihre Argumente anzukommen, nicht durch Äußerlichkeiten. Gut muss die Rede sein. Das ist entscheidend. Alle Inhalte werden anhand von Übungen vermittelt.

Lernziel Sie lernen, überzeugend zu argumentieren, und zwar so, dass Sie niemanden vor den Kopf stoßen. Sie wirken beim Reden sympathisch und kompetent zugleich. Und dass ohne Faktenhuberei. Gleichzeitig können Sie austeilen und schlagfertig kontern.

Zielgruppe Alle, die politisch etwas bewirken wollen: ob als Politiker*innen oder als Vertreter*innen von Wirtschaft, Gewerkschaften, Wissenschaft oder Stiftungen. Das Seminar richtet sich an die Redner*innen selbst.

Preis	1.390 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Werte, Fakten, Argumente – so können wir Menschen für uns gewinnen. Markus Franz

Gesetzgebungsprozesse

Nach welchen Regeln die Entscheider spielen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 27.4.2020 / 23.10.2020

10–18 Uhr

Programm

- Gang der Gesetzgebung und Ansätze für Lobbying
- Ablauf einer Bundestags Sitzungswoche
- Präparierung von Sitzungswochenkalendern und „Gesetzgebungsarithmetik“
- Arbeitsweise des Bundesrats
- Entscheidungswege in Ministerien und im Bundestag
- Verifizierung von Ansprechpartnern anhand des Gesetzgebungsablaufs
- Drucksachensystematik Bundestag und Bundesrat
- Aufbau von Gesetzentwürfen und Interpretation



Kathrin Zabel

ist Senior Manager Government and Public Affairs. Seit 2001 arbeitet sie in der Konzernrepräsentanz von Deutsche Post DHL in Berlin. Ihre

Themenschwerpunkte liegen in den Bereichen Regulierung, Datenschutz, Finanzen und Arbeitsmarktpolitik sowie im Verbraucherschutz.

Methode Die Vermittlung theoretischer Kenntnisse erfolgt in Verbindung mit praktischen Übungen. Dies umfasst sowohl den Vortrag mit Unterstützung von Visualisierungen durch die Dozentin, aber auch Gruppen- und Einzelarbeit sowie Rollenspiele.

Lernziel Mit diesem Handwerkszeug werden Sie als kompetente Ansprechperson von Bundestag, Bundesrat und Bundesregierung akzeptiert. Somit können Sie für ihre Organisation zum wichtigen Türöffner zu den Schaltstellen der Macht werden.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen mit und ohne Erfahrung im Bereich Public Affairs / Kommunikation von Unternehmen, Verbänden, Beratungen und NGOs.

Preis	990 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Man hat eine sehr gute Übersicht über den Gesetzgebungsprozess bekommen. Michael Wassiliwizky, DGPPN

Politisches Framing

Die Macht von Sprache in der Politischen Kommunikation

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.6.2020 / 2. – 3.12.2020

1. Tag: 10–18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Wie entwickelt man erfolgreiche Botschaften, die Menschen bewegen?
- Wie entstehen sogenannte Frames?
- Wie entstehen Bilder und Sprache in unserem Gehirn, die uns zum Handeln bewegen?
- Wie funktioniert Politisches Framing und Re-Framing?
- Wie können Sie Framingtechniken für die Entwicklung Ihrer Kommunikation verwenden?
- Wir entwickeln gemeinsam die richtige Sprache für Ihre Kampagne und Ihre Kommunikation



Volker Gaßner

gründete 2014 mit der Campaigning Academy ein Weiterbildungsinstitut für strategische Kommunikation in Berlin. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren

als Kommunikations- und Kampagnenstrategie mit der Entwicklung von „bewegender“ politischer Sprache. Zuvor leitete er seit 2008 die Presse & Strategische Kommunikation bei Greenpeace e. V. in Hamburg.

Methode Wissensvermittlung, Interaktiver Workshop: Framing und Re-Framing-Übungen anhand von aktuellen Beispielen und Ihren Kommunikationsansätzen.

Lernziel Sie lernen, wie Sie erfolgreich Framing-techniken für die Entwicklung von bewegender Kommunikation nutzen können. Sie lernen, wie Sie die richtigen Frames für Ihr politisches & kommunikatives Wirkungsfeld entwickeln können.

Zielgruppe Kampagnenmacher*innen und Kommunikationsverantwortliche aus Politik, NGOs, Gewerkschaften und Medien.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Es geht nicht darum, was sie sagen. Es geht darum, welche Botschaften Ihre Zielgruppe hört und bewegt. Volker Gaßner

Themenfeld

Leadership & Essential Skills

Leadership basiert auf Wertschätzung: Fühlen sich Mitarbeiter*innen ernst genommen und gibt es eine offene Fehlerkultur, profitieren Unternehmen und Organisation. Arbeit wird effizienter. Sie macht mehr Spaß und die Mitarbeiter*innen tragen zu einer positiven Außendarstellung bei. Vorbildliches Leadership wird zu einem Wettbewerbsvorteil im „War for Talents“.

Essential Skills für Führungskräfte

Erfolgreiche Basis für Ihren Führungsweg schaffen

Berlin 23. – 27.3.2020 / 9. – 13.11.2020

Programm

- Führungsstil und Kommunikation: Fokus auf Sie als Führungskraft
- Selbstreflexion – eigene Stärken und Potenziale erkennen
- Diversität Ihrer Teammitglieder effektiv nutzen: Fokus auf Ihr Team
- Konflikte: Ursachen, Verlauf, Eskalation
- Konflikte im Team meistern



Nicole Dreischarf

war zehn Jahre erfolgreich als Führungskraft, Ausbilderin und Personalentwicklerin sowie also Inhouse Coach tätig. Schwerpunkte Ihrer Arbeit finden

sich vor allem in der Führungskräfteentwicklung und Mitarbeiterentwicklung sowie der Teamentwicklung. Sie arbeitet als Moderatorin, Trainerin und als Business Coach.



Ingo Sell

ist seit über 10 Jahren Wissensberater und Prozessbegleiter. Nach dem Studium der Elektrotechnik und Informatik lag sein Arbeitsschwerpunkt auf der

Personalentwicklung und Prozessbegleitung im Unternehmen. Seit 2013 ist er Hauptverantwortlicher bei Vattenfall zum Thema Wissenstransfer.

Methode Theorie-Input und Teilnehmersdialog, Einzel-, Paar- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele für verschiedene Gesprächstypen, Erstellen eines konkreten Handlungskonzeptes für den individuellen (Führungs-) Arbeitsalltag.

Lernziel Aufbau von Selbstvertrauen in der eigenen (neuen) Führungsrolle, Kennenlernen und Ausprobieren agiler Führungsmethoden, erste Ideen für den Umgang mit Konflikten und das Steuern gruppendynamischer Prozesse.

Zielgruppe Führungskräfte, die neu in ihrer Rolle sind sowie Mitarbeiter*innen, die in naher Zukunft eine Führungsrolle übernehmen werden und sich darauf bestmöglich vorbereiten möchten.

Preis	2.980 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

Business-Moderation

Berlin 9. – 13.3.2020

Frankfurt a. M. 2. – 6.12.2019 / 30.11. – 4.12.2020

Programm

- 1. Tag:** Vorbereitung Ihrer Moderation: Strategische Planung, Vorbereitung und Ablauf Ihrer Veranstaltung
- 2. Tag:** Gemeinsam arbeiten wir an unterschiedlichen Methoden und Instrumenten. Wir nehmen auch Ihre Präsentationskraft unter die Lupe.
- 3. Tag:** Das „WIE“ steht heute im Vordergrund! Stimme, Sprache, Körpersprache und deren zielführender Einsatz.
- 4. Tag:** The day on stage – Ihre eigene Live-Moderation vor der Kamera und auf der Bühne.
- 5. Tag:** Was nehmen Sie mit? Reflexion der Einzelleistungen sowie Einsatz von Planungsinstrumenten für zukünftige Veranstaltungen



Nika Triebe

ist ausgebildete Schauspielerin, TV-Moderatorin, Journalistin, seit 2001 Trainerin, diplomierter Coach, 12 Jahre lang Abteilungsleiterin für Rhetorik

an der „Schule des Sprechens“ in Wien. Drei Jahre lang moderierte sie unter anderem jeden Tag live ihre Sendung „Menschen“.



Thomas Bade

ist Moderator und Chef vom Dienst beim ARD/ZDF-Ereignis- und Dokumentationskanal Phoenix, zuvor war er ARD-Aktuell-Redakteur. Als Ausbilder

und Coach bei u. a. der ARD-ZDF-Medienakademie gibt er sein umfangreiches Wissen mit viel Input aus der Praxis weiter.

Methode Lernen durch Abwechslung: praktische Übungen, theoretischer Input, Auftritte vor der Gruppe im kleinen Kreis, Video- und Audioaufnahmen.

Lernziel Von der effizienten Vorbereitung bis zur präzisen Umsetzungsplanung – Sie lernen Besprechungen, Telkos, Workshops, Diskussionen und Veranstaltungen wirksam und zielführend zu leiten.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte, die ihre Meetings, Workshops, Arbeits- und Projektgruppen sowie Inhouse-Veranstaltungen zielführend vorbereiten und erfolgreich umsetzen wollen.

Preis	2.890 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

Grundlagen der BWL für die PR-Arbeit

Frankfurt a.M. 16.–17.11.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –17 Uhr

Programm

- Vermittlung der für die PR-Arbeit wichtigsten Grundlagen der BWL
- Vermittlung von betrieblichen Schlüsselbegriffen und deren effektiver Verwendung
- Bedeutung, Systematik und Strukturierung von Unternehmenskennzahlen
- Besonderheiten in Zusammenarbeit mit dem Marketing, insbesondere Kommunikation
- Besonderheiten in Bezug auf Corporate Social Responsibility (CSR)



Wiebke Kropp-Büttner

ist Leiterin Strategie, Planung und Organisation der WESSLING GmbH. Zuvor beriet sie den Vorstand der Inventux Technologies AG bei

der Strategischen Unternehmensentwicklung und verantwortete sämtliche Investor Relations. Sie sammelte Arbeitserfahrung in Singapur, studierte in Buenos Aires, Seoul und Tokyo.

Methode Dialog in der Teilnehmergruppe, kleine Gruppenarbeiten.

Lernziel Vermittlung der für die PR-Arbeit wichtigsten Grundlagen der BWL und von betrieblichen Schlüsselbegriffen und deren effektiven Verwendung.

Zielgruppe Alle, die PR-Aufgaben wahrnehmen, aber keinen oder nur geringen betriebswirtschaftlichen Hintergrund haben und/oder sicherer werden möchten, insbesondere im Hinblick auf die eigene berufliche Weiterentwicklung.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Gute Mischung aus Theorie und Praxis. Sehr anschauliche Darstellung komplexer Inhalte. Kann ich empfehlen! Karen Rehberger, Ernst Klett

Führungskompetenz für Kommunikationsprofis

Berlin 18.–19.6.2020 / 19.–20.11.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9 –16 Uhr

Programm

- Führungspersönlichkeit entwickeln
- Meine Rolle als Führungskraft und Kommunikationsprofi definieren
- Die eigene Haltung kennen und reflektieren
- Was bedeutet Führungskompetenz im kommunikativen Umfeld?
- Situational Leadership: Das Prinzip der situativen Führung
- Feedback: Lob und Kritik aussprechen
- Ziele formulieren und nachhalten



Katja Rudat

ist Kommunikationswissenschaftlerin, Markt- und Werbepsychologin sowie zertifiziert ausgebildeter systemischer Coach und Trainerin für personale

und kommunikative Kompetenzen. Ihre Schwerpunkte liegen in der Beratung von Organisationen in Personalentwicklungs- und Kommunikationsprozessen, der individuellen Begleitung von Führungskräften im Coaching, der Moderation von Workshops und in der Führungskräfte- und Teamentwicklung.

Methode Input durch Kurzvorträge, interaktive Übungen, Selbstreflexion, Gruppendiskussionen.

Lernziel Sie reflektieren bewusst Ihre Führungsrolle als PR-Profi und erhalten neue Blickwinkel auf die eigene Führungspraxis. Sie lernen wesentliche Werkzeuge zur Ausgestaltung der eigenen Führungsarbeit kennen und einsetzen.

Zielgruppe Kommunikationsverantwortliche mit Führungsaufgaben, die mehr über Ihre Rolle als Führungskraft erfahren und Ihre Führungskompetenz erweitern wollen.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 8

” Sehr intensiv, praxisnah und absolut anwendbar! Dies ist ein Management-Seminar, das sehr konkret auf die speziellen Anforderungen im Bereich PR eingeht. Es gab viel Raum zur Reflexion und Diskussion eigener Erfahrungen, Herausforderungen und Vorstellungen. Sehr empfehlenswert! Katrin Hentschel, GUARDEAN

Neu: Businessmoderation kompakt

Instrument für eine moderne Führung

Berlin 4. – 5.6.2020 / 29. – 30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Strategische Planung, Vorbereitung und Ablauf der Veranstaltung festlegen
- Das Ziel der Veranstaltung definieren
- Die Ausrichtung und Rolle des*der Moderator*in vornehmen
- Die Arbeitsfähigkeit der Gruppe herstellen
- Konflikte frühzeitig erkennen sowie Störungen bearbeiten
- Das Baukasten-System der Moderation erlernen
- Die Moderationsinstrumente richtig einsetzen
- Ergebnisse sichtbar machen



Dr. Dr. Niels Albrecht

ist Dozent im Rahmen der Ausbildung zum Kommunikationsmanager der Deutschen Presseakademie und PR-Berater der PZOK. Als geschäftsführender Gesellschafter der ALBRECHT&THRON Beratungsgesellschaft mbH verantwortet er zahlreiche Mandate für Ministerien, Kirche, Unternehmen, Verbände, Vereine, Stiftungen und öffentliche Institutionen.

Methode Theoretische Grundlagen, Übungen und Trainings vor der Gruppe wechseln sich ab und ermöglichen praktische Erfahrungen in einem geschützten Raum.

Lernziel Sie erlernen das Handwerkszeug, um Meetings, Workshops, Arbeits- und Projektgruppen sowie Veranstaltungen erfolgreich zu moderieren und tragfähige Ergebnisse zu erzielen und zu sichern.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, Fach- und Führungskräfte aus allen Organisationsformen, die ihre Meetings, Workshops, Arbeits- und Projektgruppen sowie Inhouse-Veranstaltungen zielführend vorbereiten und erfolgreich umsetzen wollen.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” In dem Seminar habe ich gelernt, dass es bei Businessmoderation nicht nur um Technik, sondern vor allem um die eigene Haltung als Moderator geht. Carolin Hoffmann, Lautenbach Sass Unternehmensberater PartG

Wirksam Führen ohne Legitimation

So führen Sie auch ohne Vorgesetztenfunktion erfolgreich

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 12. – 13.12.2019 / 11. – 12.5.2020 / 30.11. – 1.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Merkmale wirksamer Führung kennenlernen (Grundlagen und Einführung)
- Kommunikation richtig einsetzen (Delegation von Aufgaben, wertschätzendes Feedback, Anforderungen angemessen formulieren und Grenzen setzen)
- Typische Fallen vermeiden (Durchsetzungsfähigkeit in schwierigen Situationen, Umgehen von Fettnäpfchen, Dos and Don'ts)



David Nitschke

ist Director of Coaching & Training Programs an der Quadriga Hochschule Berlin. Im Personalmanagement verfügt er über acht Jahre Erfahrung als Führungskraft, Ausbilder, Recruiter und Personalentwickler. Zudem arbeitet er als Business Coach, Kommunikationstrainer und Businessmoderator.

Methode Impulsvorträge, Best Cases, Simulationen und Fallarbeiten, Fokus-Dialog, Workshop Elemente und Peer-to-Peer Learning.

Lernziel Sie arbeiten anhand Ihrer konkreten Praxisfälle, setzen sich Ziele und entwickeln Lösungsansätze für Ihre aktuelle Herausforderung in der Führung. In diesem Rahmen lernen Sie die Stärken Ihrer Persönlichkeit besser kennen.

Zielgruppe Projektleiter*innen, Fachvorgesetzte, Change Manager*innen und Expert*innen, die Teams auch ohne direkte Führungsverantwortung erfolgreich anleiten möchten.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Sehr praxisnah! Gibt dem Teilnehmer Tools an die Hand, seine Rollen und seine Ziele zu definieren und umzusetzen. Bodo Rinast, Mitsui & Co. Deutschland

Neu: Virtuelles Führen

Über die Distanz hinweg Teams zum Erfolg bringen
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.3.2020 / 31.8. – 1.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was ist virtuelle Nähe und wie erzeuge ich sie?
- Welche Medien nutze ich zu welchem Zweck?
- Wie steuere ich den Herzschlag von virtuellen Teams?
- Wie gestalte ich eine wirkungsvolle Online-Präsenz als Führungskraft?
- Wie kann ich eine leistungsfördernde Feedback-Kultur online entwickeln?
- Wie kann ich Diversität zum Vorteil nutzen und unterschiedliche Arbeits- und Kommunikationsstile kompatibel gestalten?
- Wie kann ich mit unterschiedlichen Zeitzonen und räumlicher Verteilung umgehen?



Stefan Meister

arbeitet als Trainer, Berater, Coach und Prozessbegleiter seit drei Jahrzehnten mit Führungskräften, fast immer auch an internationalen Schnittstellen.

In den letzten zehn Jahren ist verstärkt das Thema Führen virtueller Teams in den Vordergrund seiner Praxis gerückt. Dazu ist er Mitentwickler eines diagnostischen Tools zur Messung der Performance virtueller Teams (Virtual Performance Assessment®) und Co-Autor der Bücher „Closeness at a Distance“ und „Leading in Hypercomplexity“.

Methode Gesamte Bandbreite didaktischer Möglichkeiten: Gruppen- und Einzelarbeit, Online-Demos, Rollenspiele, Fallstudien, Filmbeispiele etc.

Lernziel Sie werden Ihre Einstellung gegenüber virtuellen Führungsthemen erweitert haben und einen reichen Methodenkoffer mitnehmen.

Zielgruppe Führungskräfte aller Ebenen, die virtuell führen oder eine Mischung aus Face-to-Face und virtuellem Führen praktizieren.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Virtuelle Teams können erfolgreicher sein als Face-to-Face-Teams, wenn sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen! Stefan Meister

Digital Leadership

Erfolgreich Führen in der digitalen Welt
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 18. – 19.6.2020 / 1. – 2.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Digitale Trends und Geschäftsmodelle
- Wie bilde ich ein Eco-System?
- Welche Methoden und Instrumente kann ich einsetzen?
- Wie bringe ich die Individualisierung und Flexibilisierung in die Organisation?
- Wie verwandle ich „neue Arbeit“ in eine „neue Kultur“?
- Wie nutze ich Intrapreneurship, um die Leader von morgen zu entwickeln und zu binden?
- Wie hilft mir Venture Incubation bei der Digitalisierung meines Unternehmens?



Prof. Dr. Christian Heinrich

ist Professor für digitale Transformation an der Quadriga Hochschule Berlin, Keynote-Speaker und Co-Founder des AI-Startups scoutbee. Seine Schwer-

punktthemen sind digitale Geschäftsmodelle, agile Organisationsstrukturen, Corporate Entrepreneurship und Venture Incubation.

Methode Interaktiver Vortrag, Gruppenarbeit und -diskussionen, persönliche Reflexionsaufgaben, Case Study.

Lernziel Zunächst erhalten Sie eine Einführung in die Welt digitaler Geschäftsmodelle, um die Veränderung von Kultur, Prozessen und Kennzahlen durch Digitalisierung zu verstehen. Im Zentrum steht das Erlernen neuer Methoden und Instrumente für die Führungskraft im digitalen Zeitalter sowie die Einbettung in den organisationalen Kontext.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, die in digital-vernetzte, globale Arbeitsstrukturen eingebunden sind und diese neugestalten müssen.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Authentische Führung mit digitalen Methoden in analogen Organisation ist der Beginn der Transformation – werden und bleiben Sie adaptiv! Prof. Dr. Christian Heinrich

Neu als Führungskraft

Bewusst in Führung gehen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 18. –19.5.2020 / 5. –6.10.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Grundlagen der Führung: Management vs. Führung
- Führungsstile: Welche wesentlichen Stile gibt es, wie kann ich sie nutzen und welche Auswirkungen haben sie?
- Emotionale Intelligenz: Selbstkenntnis und Selbstführung als Grundlage für gute Mitarbeiterführung
- Mitarbeiterführung in der Praxis: Mitarbeiter*innen mit dem 70-20-10-Prinzip gezielt entwickeln
- Effektive Führungskommunikation
- Umgang mit herausfordernden Situationen: Grundlagen des Konfliktmanagements



Max von Mosch

ist zertifizierter Trainer und systemischer Berater und verfügt über langjährige Erfahrung als Trainer und Führungskraft. Bei der KK AG betreut

er als Trainer und Berater Projekte in den Bereichen Führungskräfteentwicklung und Change Management. Zu seinen besonderen Interessen zählen die Themen Motivation, Mitarbeiterentwicklung und Konfliktmanagement.

Methode Input, Übungen, Einzel- und Gruppenreflexion, Austausch in Kleingruppen, Fallarbeit und kollegiale Beratung.

Lernziel Sie kennen Ihre wesentlichen Führungsaufgaben und wissen, wodurch sich Ihr individuelles Führungsverhalten auszeichnet. Sie kennen Handlungsoptionen für zentrale Führungsherausforderungen und können verschiedene Instrumente praktisch anwenden.

Zielgruppe Führungskräfte, die neu in Ihrer Rolle sind sowie Mitarbeiter*innen, die in naher Zukunft eine Führungsrolle übernehmen werden

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Die emotionale Intelligenz ist das Fundament, um Mitarbeiter intrinsisch zu motivieren und zu führen.
Max von Mosch

Vom Mitarbeiter zur Führungskraft

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 10. –11.3.2020 / 10. –11.12.2020

1. Tag: 10 –18 Uhr / 2. Tag: 9–17 Uhr

Programm

- Arten der Führung
- Führungsaufgaben und -werkzeuge
- Selbstreflexion: Was bringe ich mit und was brauche ich noch?
- Feedbackgeben und -annehmen als das wichtigste Führungsinstrument
- Kommunikationstechniken für Ziel- und Kritikgespräche (aktives Zuhören, proaktive Gesprächsführung und Fragetechniken)
- Arenen der Macht
- Führung – typisch Mann vs. typisch Frau



Nicole Dreischarf

war zehn Jahre erfolgreich als Führungskraft, Ausbilderin und Personalentwicklerin sowie also Inhouse Coach in einem mittelständischen

Unternehmen tätig. Schwerpunkte Ihrer Arbeit finden sich vor allem in den Bereichen der Führungskräfteentwicklung und Mitarbeiterentwicklung sowie der Teamentwicklung. Sie arbeitet als Moderatorin, Trainerin und als Business Coach.

Methode Praxisorientiert und abwechslungsreich. Mit einem Mix aus Input & Selbststudium und Reflexion.

Lernziel Sie lernen wichtige Führungskompetenzen und -aufgaben sowie deren Anforderungen kennen und meistern. Sie analysieren, verstehen, entwickeln und steuern Ihre eigene Wirkung und Kommunikation sowie das (neue) eigene Verhalten als Vorgesetzte*r, um Mitarbeiter*innen zielsicher und ergebnisorientiert zu führen.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen, die sich auf die Übernahme einer weiteren Vorgesetztenposition vorbereiten wollen sowie Mitarbeiter*innen, die neu in einer Führungsrolle agieren.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Das war ein Seminar, wie es sein sollte: Individuell und praxisbezogen! Jessica Krause-Klaassen, Emden Werft und Dock

Neu: Intensivseminar Coaching für Führungskräfte

Wie Sie durch Coaching-Methoden wirksamer und erfolgreicher führen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 30.3 – 31.3.2020 / 27. – 28.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr /

3. Tag: 9 – 15 Uhr

Programm

- Wie integrieren Sie Coaching in Ihren Führungsstil
- Führen vs. Coachen
- Führen und Coachen Sie typgerecht
- Coaching for Development vs. Coaching for Performance
- Coaching-Tools für Ihren (Arbeits-)Alltag
- Wie Sie als Führungskraft mit Coaching-Mindset mehr erreichen
- Fördern von Vertrauen und Motivation
- Coachender Ansatz = Werkzeug des Arbeiten 4.0



Michaela Vogel

ist zertifizierte Kommunikations- und Verhaltenstrainerin, systemischer Business Coach und Mimikresonanz-Trainerin.



David Nitschke

ist Director of Coaching & Training Programs an der Quadriga Hochschule Berlin und arbeitet er als Business Coach, Kommunikations-trainer und Businessmoderator.

Methode Konsequenter Workshop-Charakter dank Impulsvorträgen und der Arbeit an Ihren eigenen Fällen.

Lernziel Sie können die Methoden des Coachings wirkungsvoll in Ihrem Unternehmen umsetzen. In Ihrer Rolle als Führungskraft erlangen Sie mehr Selbstbewusstsein und lernen Ihre persönlichen Stärken und Charaktereigenschaften bewusst einzusetzen. Zudem erhalten Sie professionelles Feedback zu Ihrem Führungsstil.

Zielgruppe Führungskräfte und Entscheider*innen aus allen Branchen, die das Potenzial des Coachings für Ihren eigenen Führungsstil einsetzen wollen.

Preis 1.690 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Coaching ist nicht der einzige Führungsstil, aber der wirksamste! David Nitschke

Change Management für Führungskräfte

Veränderungsprozesse erfolgreich steuern

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 6. – 7.5.2020 / 9. – 10.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Psychologie der Veränderung
- Erfolgsfaktoren für ein gelungenes Change-Management
- Bewusstes Gestalten der eigenen Führungsrolle
- Vier Stufen des Zuhörens
- Imaginäre Entdeckungs- (Lern)reisen
- Entwicklung persönlicher und organisationaler Transformationsszenarien
- Umsetzungsorientierte Strategien



Stefan Daniel

war langjährig als Führungskraft, Projektleiter und Berater in DAX-Unternehmen (Technik, Vertrieb, Business Development, Change Management)

tätig. Er weist außerdem fundierte Ausbildungen vor, u. a. Organisationsentwickler, Systemischer Coach und Supervisor, Biografiearbeit, Mental Coach, Mediator und Konfliktmanager, Ego-Development, sowie ständige Weiterbildung in west-östlichen Methoden und Prinzipien als Grundlage für Coaching und Supervision.

Methode Kurze Theorieeinheiten, Fallbeispiele aus Unternehmen, Einzel- und Gruppenarbeit an Case Studies, Selbstreflexion, Perspektivwechsel, Rollenübungen.

Lernziel Sie gewinnen Sicherheit in der eigenen Führungsrolle im Veränderungsprozess.

Zielgruppe Die Veränderungswerkstatt richtet sich an interessierte und verantwortliche Menschen in Organisationen, die für sich bzw. ihre Organisation einen Rahmen für wirksame Veränderungen kennenlernen und erproben wollen.

Preis 1.190 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Den Mut zu haben, loszulassen und das Neue verkörpern. Stefan Daniel

Neues Konzept: Weibliche Führungsrollen

Ressourcen glaubwürdig und nachhaltig
für die eigene Leitungsrolle nutzen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.4.2020 / 29. – 30.10.2020

1. Tag: 10 – 17 Uhr / 2. Tag: 9 – 16 Uhr

Programm

- Weiblichkeit definieren zwischen Klischee und Selbstbehauptung
- Persönliche Prägungen und Eigenheiten als Tool-Kit für den individuellen Führungsstil nutzen
- Ich und meine Rolle – Rollen des Ich
- Check-back Körpersprache – Analyse nonverbaler Ausdruckselemente
- Ich, Du und die Interaktion dazwischen
- Männliche und weibliche Führungsstile als Modell fachlicher Ergänzung
- Gelassenheit alten Verhaltensmustern gegenüber als Stabilisator in Konflikten einsetzen



Violeta Mikić

ist seit über 20 Jahren Coach und Beraterin für Persönlichkeitsentwicklung, Körpersprache und Kommunikation für Menschen in Führungspositionen. Sie

bereitet Führungspersönlichkeiten individuell auf Auftritte wie Jahresauftaktveranstaltungen, Investorenkonferenzen, Aktionärsversammlungen oder öffentliche Reden vor.

Methode Kreativtechniken aus der Schauspielkunst, Methoden der Körperwahrnehmung, Rollenspiel, Atemtechnik, Sprecherziehung, Videoanalyse

Lernziel Weibliche Prägungen bewusst nutzen, um den individuellen Führungsstil zu verfeinern. Sie erarbeiten sich Klarheit darüber, warum Weiblichkeit heute nicht automatisch einer Wertung unterliegen muss. Ein intensiver Erfahrungsaustausch vervollständigt Ihren Werkzeugkoffer.

Zielgruppe Frauen in Führungspositionen, die Weiblichkeit jenseits der Geschlechterthematik als fachliche Qualifikation entdecken, spielerisch einüben und im Team weiterentwickeln wollen.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 12

” Mut zur Authentizität – Weil ein souveränes Auftreten überzeugt, Vertrauen schafft und damit Erfolge generiert. Violeta Mikić

Neu: You've got the Power

Verborgene Stärken entdecken, Kompetenzen stärken,
Potenziale entfalten mit dem PERMA-Modell

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 18. – 19.6.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Wissenschaftliche Auswertung der individuellen Stärken
- PERMA – Modell kennen lernen und anwenden
- In den Flow kommen
- Grenzen besser setzen
- Potenziale entfalten



Susanne Schumacher

arbeitet als Coach, systemische Naturtherapeutin und Psychodrama-Praktikerin. Sie bildete sich fort in Motivationspsychologie, Kommunikation und

Kooperation und achtsamkeitsbasiertem Coaching. Die Expertin für Self-Leadership, Teambuilding und Work-Life-Balance nutzt u. a. Meditation und Rituale in ihrer Arbeit und versteht sich als Begleiterin in Krisen und bei Lebensfragen.

Methode Impulsvortrag, Gruppen- und Zweierübungen, Rollenspiele, Stärkenfeedback, achtsamkeitsbasierte Übungen, vertiefendes Verständnis für das PERMA-Modell von Martin Seeligman und dessen Anwendung.

Lernziel Kennen(lernen) der eigenen Stärken, stärkeres ergebnisorientiertes Erreichen von Arbeitszielen, Steigern des Wohlbefindens, Verbesserung der Kommunikation, wertvoller fühlen und führen.

Zielgruppe Führungskräfte, die stärkeorientiert führen sowie Mitarbeiter*innen, die sich besser kennenlernen und erfolgreicher im Job werden wollen.

Preis 1.390 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Schon Aristoteles wusste, dass erst die „Freude an der Arbeit das Werk vortrefflich geraten lässt.“ Susanne Schumacher

Wissen ist Zukunft

Wissensmanagement im Unternehmen gestalten
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 12.5.2020 / 3.9.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Welche Methoden & Tools gibt es, um Wissen weiterzugeben und für sich nutzbar zu gestalten?
- Spezialist*innen mit Spezial-Know-how verlassen mein Unternehmen! Wie gehen wir damit um?
- Wie kann ich durch effizientes Wissensmanagement einen Beitrag in die Mitarbeiterbindung investieren?
- Wie kann ich den Weggang eines wertvollen Wissensträgers effizient kompensieren?
- Welche Hebel sollte die Führungskraft nutzen, um wertvolles Wissen rechtzeitig aufzufangen?



Ingo Sell

ist seit über 10 Jahren Wissensberater- und Prozessbegleiter. Nach dem Studium der Elektrotechnik und Informatik lag sein Arbeitsschwerpunkt auf der

Personalentwicklung und Prozessbegleitung im Unternehmen. Seit 2013 ist er Hauptverantwortlicher bei Vattenfall zum Thema Wissenstransfer.

Methode Input des Referenten, Gruppendiskussionen, Fallstudie, Rollenspiele, World-Café, etc.

Lernziel Sie können Ziele sowie Instrumente und Methoden des WM benennen und entwickeln Ideen, wie Sie diese in Ihrem Unternehmen etablieren können. Sie wissen um praktische Beispiele, wie Sie Wissensverlust vermeiden bzw. damit effizient umgehen können.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, Personalverantwortliche, Wissensmanager*innen bzw. Qualitätsmanager*innen, die sich aktiv und strategisch mit dem Wissensmanagement in ihrem Unternehmen befassen wollen und müssen.

Preis 890 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Wer sein Wissen teilt, wird es vermehren. Ingo Sell

Mindful Self-Leadership

Ein Weg zu Klarheit, Gelassenheit und Präsenz
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 29.–30.4.2020 / 7.–8.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Plastische und praktische Beispiele von bekannten Persönlichkeiten der Wirtschaft bis hin zu Unternehmen wie Google oder SAP, die diese Methoden integrieren
- Aufzeigen der Verbindungen zum systemischen Management komplexer Systeme und den Herausforderungen im Zuge der Digitalisierung
- Aktuelle Erkenntnisse der (Neuro-)Wissenschaften – wie sich Achtsamkeitsübungen positiv auf das Gehirn auswirken und warum Selbstwahrnehmung eine der wichtigsten Führungsqualitäten ist



Jan von Bibra-Achenbach

ist Diplom-Wirtschaftsingenieur (TU Darmstadt), hat lange Jahre international in klassischen Strategie-

beratungen gearbeitet und dabei die Position eines Geschäftsführers mit dem Verantwortungsbereich HR innegehabt. Er ist aktuell Partner der Beratung COAN GmbH für Consulting, Coaching und Mindful Self-Leadership. Zu seinen Kunden zählen Automobilkonzerne, Versicherungskonzerne, große Internet-Unternehmen sowie zahlreiche Einzelpersonen in Führungspositionen.

Methode Inhaltliche Impulse, praktische Übungen und Erfahrungsaustausch in der Gruppe.

Lernziel Sie verschaffen sich einen kompakten Überblick über das Themenfeld und machen erste eigene Erfahrungen. Dabei lernen Sie Methoden, die es Ihnen ermöglichen, Ihre Selbstwahrnehmung als Schlüssel zu emotionaler Intelligenz zu stärken sowie Gelassenheit, Klarheit und Präsenz zu kultivieren.

Zielgruppe Führungskräfte und Entscheider*innen, die das Potenzial des Mindful Self-Leadership für sich selbst erkunden wollen.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Eine ganze Palette von Anleitungen und Methoden wurden präsentiert. Es geht nicht um Selbstoptimierung im Sinne von mehr Effizienz, sondern darum, eine gesunde und bewußte Balance zu finden. Britta Rollert, Leiterin Marketing und Kommunikation, Fraunhofer IWES

Neues Konzept: Agile Entscheidungsprozesse

Robuste Entscheidungen in komplexen Situationen treffen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 4. – 5.6.2020 / 12. – 13.11.2020

Programm:

- Entscheidungswelten: Perspektiven auf das Thema Entscheidungen
- Entscheidungsarten: Über was wird hier eigentlich entschieden?
- Konflikte als notwendige Bedingung guter Entscheidungen in komplexen Kontexten
- Die Vorbereitung wichtiger Entscheidungen
- Tools zur Komplexitätsreduktion
- Die Bedeutung von Vertrauen für den Entscheidungsprozess und dessen Folge
- Chancen und Risiken klassischer Entscheidungsprozesse: Zwischen Hierarchie und Konsens
- Neue Verfahren zwischen Hype und Potential: Konsultativer Einzelentscheid, Soziokratische Entscheidungsprozesse und weitere Ansätze



Felix Held

studierte Erziehungs- und Bildungswissenschaft mit den Schwerpunkten Personal- und Organisationsentwicklung in Freiburg und Heidelberg.

Er ist ausgebildeter Systemischer Berater und arbeitete mehrere Jahre als Personal- und Organisationsentwickler unter anderem bei VAUDE Sport GmbH & Co. KG. Seit 2018 ist er als freiberuflicher Trainer, Berater, Lehrbeauftragter und Speaker aktiv und ist Partner der Manemo eG.

Methode Kurzweilige Impulse aus der Theorie und Praxis werden direkt auf eingebrachte Fragestellungen angewendet. Übungen und Simulationen sorgen für das ganzheitliche Erleben der vermittelten Inhalte.

Lernziel Sie haben einen interdisziplinären Einblick in das Thema Wahrnehmung und Entscheidung bekommen.

Zielgruppe Führungskräfte und HR-Manager*innen sowie interne Moderator*innen.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Der Seminarbesuch war ein Volltreffer. Das Thema wurde sehr gut in die neuen Anforderungen von „Agilität“ bzw. „New Work“ eingebunden. Jörg-Uwe Pfeiffer, Die Sparkasse Bremen AG

Agiles Projektmanagement

Mehr als eine Methode

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 26. – 27.5.2020 / 29. – 30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was ist Agiles Projektmanagement?
- Warum überhaupt Agiles Projektmanagement?
- Die Werte, die Prinzipien, die Praktiken!
- Wie? Ganz konkret angewendet!
- Das Projekt, die Umwelt und ich: Kultur- und strukturadäquate Interventionstechniken
- Über Fluch und Segen einer Methodenstringenz
- Tipps & Tricks zur Erhaltung der Motivation aller Projektbeteiligten
- Widerstände produktiv nutzen!
- Und ab geht's: Umsetzung des Gelernten in Gegenwart und Zukunft



Felix Held

studierte Erziehungs- und Bildungswissenschaft mit den Schwerpunkten Personal- und Organisationsentwicklung in Freiburg und Heidelberg.

Er ist ausgebildeter Systemischer Berater und arbeitete mehrere Jahre als Personal- und Organisationsentwickler unter anderem bei VAUDE Sport GmbH & Co. KG. Seit 2018 ist er als freiberuflicher Trainer, Berater, Lehrbeauftragter und Speaker aktiv und ist Partner der Manemo eG.

Methode Kurzweilige Impulse aus der Theorie und Praxis werden direkt auf eingebrachte Fragestellungen angewendet. Übungen und Simulationen sorgen für das ganzheitliche Erleben der vermittelten Inhalte.

Lernziel Sie kennen die Prinzipien und methodische Ansätze agiler Projektmanagementmethoden, um diese direkt im Arbeits- und Projektalltag testen zu können. Sie kennen wichtige Stärken, Schwächen Chancen und Risiken agiler Projektgestaltung.

Zielgruppe Führungskräfte, gegenwärtige und zukünftige Projektverantwortliche. Vorkenntnisse im Agilen Projektmanagement sind nicht erforderlich.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Im Agilen Mindset liegt ein riesiger Schatz, welcher die Freiheit ermöglicht, um Gestaltungsräume mit Leben zu füllen. Felix Held

New: Working Successfully in International Teams (ENGLISH)

A seminar by Quadriga Executive Education

Berlin 3. – 4.6.2020 / 28. – 29.9.2020

Day 1: 10 am – 6 pm / Day 2: 9 am – 5 pm

Programme

- Manage intercultural conflicts
- Give and receive authentic feedbacks
- Understand the impact of hierarchy
- Deal with different time perceptions
- Argue, negotiate and compliment effectively
- Work together cleverly over the distance



Nora Sun

is born in Taiwan and raised in Germany. Since her teenage years she has spent many years studying and working in the USA, the UK, Japan

and China. After her degree in mathematics, Nora has pursued a career in strategic procurement. She has led various international teams and set up a representative office in Shanghai for a German organisation. Nora Sun is the founder of Bread&Rice and certified intercultural trainer and facilitator. In workshops and individual coaching she helps teams around the globe to untap their potential to outperform in an intercultural, complex environment.

Method Case studies, group work, self reflection and games. Culture Simulation: in this complex interaction you will experience the meaning and impact of “otherness” on various levels of attitude, emotions and social skills. You will be wow by what you will learn about yourself.

Benefit After this seminar you will be aware of your individual values and behavioural preferences. At the same time, you will be able to spot and deal with deviating patterns. You will gain confidence in a culturally diverse environment remaining true to yourself.

Audience Everyone who works cross cultures with clients, suppliers or internal partners.

Price	1.490 Euro*
Participants	6 to 15

” It’s not good, it’s not bad. It’s just different.
Nora Sun

Neu: Managing Diversity

Wie Vielfalt Ihr Unternehmen stärkt und Sie den Unterschied machen können

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 25. – 26.5.2020 / 3. – 4.12.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17

Programm:

- Bewusstsein über unbewusste Denkmuster, Stereotype und deren Einfluss auf Vielfalt in Organisationen
- Diversity-Dimensionen und ihre Erfolgsfaktoren
- Verständnis über das Gelingen eines gutes Diversity-Managements
- konkrete Handlungsoptionen für das Management diverser Teams
- Entwicklung eigener Maßnahmen für eine vielfältige Unternehmenskultur



Tina Weber

ist Director bei EAF Berlin und konzipiert zielgruppenspezifisch Angebote für Fach- und Führungskräfte im Bereich Diversity. Sie führt unterschiedliche

Projekte zur Verbesserung der Arbeitsorganisation durch Maßnahmen des Kulturwandels durch.



Hanna Völkle

ist Expert bei EAF Berlin. Die zertifizierte Diversity Trainerin arbeitet u. a. an den Schnittstellen von Vielfalt, Gender und Digitalisierung der Arbeitswelt. Sie

konzipiert und begleitet Trainings für Führungskräfte zu Themen wie Lebensphasenorientierung, Diversity und Unconscious Bias.

Methode Impulsvorträge, Videobeispiele, interaktive Übungen, Einzelarbeit, Peer-to-Peer Beratung, persönlicher Action-Plan.

Lernziel Verstehen Sie Diversity als Mehrwert für Ihr Unternehmen/Ihre Organisation. Werden Sie ein Inclusive Leader und machen Sie den Unterschied, indem sie diverse Teams besser managen. Stärken Sie dadurch den Zusammenhalt und Ihren Erfolg.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Behörden mit Bezug zu Personal- und/oder Unternehmensentwicklung.

Preis Teilnehmer	1.190 Euro* 4 bis 15
------------------	-------------------------

” Dass Diversity kein Feigenblatt ist, sondern ein echter Gewinn, erleben wir tagtäglich durch unsere Arbeit mit unterschiedlichen Unternehmen. Tina Weber

Erfolgreich Feedback geben und nehmen

Vertrauensvoll zusammenarbeiten in der Praxis
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 17.6.2020 / 13.11.2020

10 – 18 Uhr

Programm

- Die vier Faktoren der Glaubwürdigkeit
- Fünf Vertrauens-Killer
- Welche unbewussten Feedback – Signale senden Sie durch Körpersprache und Intonation?
- Warum „Feed back“ nur ein Drittel ist.
- Wie „Feed in“ und „Feed forward“ Ihre Zusammenarbeit produktiver machen.
- Die Regeln des Feedbackgebens
- Auch Feedback nehmen will gelernt sein!



Nika Triebe

ist europaweit erfolgreich mit ihrem Unternehmen „Kommu-NIKA-tion“ im Einsatz. Als Kommunikationstrainerin, Bestseller-Autorin, Moderatorin und

Vortragende verbindet sie höchst wirkungsvoll Theorie und Praxis. Sie ist ausgebildete Schauspielerin, TV-Moderatorin, Journalistin, seit 2001 Trainerin, diplomierter Coach, 12 Jahre lang Abteilungsleiterin für Rhetorik und Trainerausbildung an „Die Schule des Sprechens“, Wien, ehem. Lektorin FH-Wien, didaktische Leitung am „Schlossberginstitut“, Führungskräfte-Training, diplomierte Erwachsenenbildnerin.

Methode Selbstreflexion, Lehrgespräch, Übungen in der Kleingruppe. Wo sinnvoll Videoanalyse. Wertschätzendes Feedback durch andere Teilnehmende.

Lernziel Sie reflektieren Ihre eigenen kommunikativen Vertrauensparameter. Auch non- und paraverbale Signale, die Sie vielleicht unbewusst senden. Sie lernen, dass die Rückmeldung ein Teil eines gesamthaften Prozesses ist und somit Hand in Hand geht mit dem angemessenen Delegieren.

Zielgruppe Change Agents, Leiter*innen, Moderator*innen, Scrum Masters, Teamleiter*innen, Manager*innen, Trainer*innen und HR-Verantwortliche.

Preis	890 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Vertrauen minimiert Komplexität – Feedback maximiert Wachstum! Nika Triebe

Neues Konzept: Konfliktmanagement

Erfolgreich streiten und Lösungen finden
Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 2. – 3.12.2019 / 9. – 10.3.2020 / 12. – 13.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Konfliktarten und -ursachen
- Strategien der Konfliktlösung
- Mit Empathie, aktivem Zuhören und Fragetechniken ein Konfliktgespräch führen
- Kennenlernen verschiedener Persönlichkeitstypen
- Eskalationsstufen und Ihre Auswirkungen
- Konfliktgespräche führen
- Nach Bedarf: Die Führungskraft als Konfliktmoderator*in



Jörg Frehmann

ist Experte für Rhetorik und Präsentation, Körpersprache sowie den Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen. Er ist u. a. ausgebildeter Kom-

munikationswissenschaftler und PR-Berater. Zudem blickt er u. a. auf Erfahrungen in der Banken- und Finanzwelt und im Agenturbereich zurück. Seit 12 Jahren trainiert er Fach- und Führungskräfte. 2010 erschien zudem sein Buch „Der überzeugende persönliche Auftritt“ im Gabler-Verlag.

Methode Trainerinput, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele und Fallstudien, Feedbackrunden, Videoanalyse nach Bedarf.

Lernziel Sie erkennen Konflikte früher als sonst und gewinnen an Selbstvertrauen, Konflikte anzusprechen und einzugehen. Außerdem kennen Sie Lösungswege und können diese praktisch umsetzen.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte sowie alle, die ihre Konfliktfähigkeit üben und verbessern möchten.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	4 bis 12

” Es waren zwei tolle Tage, es wurde Theorie als auch Praxis vermittelt. Durch Rollenspiele konnte das Gelernte angewandt werden. Jessica Selig, Quadriga Media Berlin GmbH

Projektmanagement

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 26. – 27.3.2020 / 29. – 30.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Was ist Projektmanagement? Wesen eines Projekts, Kompetenzregelung in der Projektorganisation, Rolle der Projektmanagerin/des Projektmanagers, Projektorgane, Projektorganisation
- Das Projektphasen-Konzept: Von der Initialisierung zum konkreten Projekt
- Agiles Führen im klassischen Umfeld: Techniken und Teamentwicklungsaspekte im Projekt



Dr. Hans Stromeyer

ist Unternehmensberater und zertifizierter Trainer und Coach für Projektmanagement, Führungstrainings für Projektmanager und Agiles Projektma-

agement (Scrum, Kanban und Extreme Programming). Er ist Vorsitzender des Vorstandes der International Association of Project Managers (IAPM) mit Zertifizierungsstelle für Projektmanagement, Agiles Projektmanagement und Internationales Projektmanagement.

Methode Wechsel von Trainerinput, Diskussionen sowie Individual- und Gruppenarbeit anhand von Fallbeispielen.

Lernziel Grundlagen im Projektmanagement. Sie erweitern Ihre Methodenkompetenz um professionelle Tools und Instrumente, Sie führen Ihre Projekte effizient durch alle Phasen und erfolgreich ans Ziel, Sie optimieren die Qualität, Termine und Kosten und Sie erreichen eine größere Kundenzufriedenheit.

Zielgruppe Führungspersonal, Projektmanager*innen, Mitarbeiter*innen aller Branchen und alle, die ihre Kompetenz bei der Durchführung von Projekten verbessern wollen.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Weisheit ist zu wissen, was man als nächstes tun sollte, Fähigkeit ist zu wissen, wie es geht, und Tugend, es einfach zu tun. Dr. Hans Stromeyer

Projekte zum Erfolg führen

Managen, Kommunizieren, Delegieren

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 18. – 19.5.2020 / 6. – 7.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Der gelungene Start eines Projektes: Wann ist ein Projekt erfolgreich?
- Rolle und Führungsstil des Projektverantwortlichen: Wie kann ich auch ohne formale Macht leiten und Einfluss nehmen?
- Umgang mit Heterogenität in der Gruppe: Welche unterschiedlichen Rollen sind im Team idealerweise zu besetzen?
- Delegation und Kontrolle
- Feedback als ein Instrument der Führung
- Motivation und Commitment: Wie motiviere ich mein Projektteam?



Bert Heinrich

ist Unternehmer, Management Consultant und zertifizierter Coach. Er beschäftigt sich seit über 25 Jahren mit den Themen Führung, Leadership

und Management, insb. im Unternehmens- und Projektkontext. Er verfügt über 30 Jahre Fach-, Führungs- und Projekterfahrung aus diversen Großunternehmen und KMUs. In dieser Zeit war er in diversen Rollen und Funktionen in nationalen und internationalen Projekten unterwegs, kennt die Herausforderungen von Matrixorganisationen und die Bedeutung der Rolle von Projektverantwortlichen.

Methode Trainerinput, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Fallstudien, Feedback und Diskussionen zu Praxisfragen.

Lernziel Sie entwickeln ein klares Verständnis von der Bedeutung und Ausgestaltung Ihrer Rolle als Projektverantwortliche*r, nutzen zukünftig Kommunikation gezielter und treten souveräner auf.

Zielgruppe Projektverantwortliche, die Projekte leiten und verantworten. Der Faktor Mensch ist Ihnen auf dem Weg zum Projekterfolg genauso wichtig wie Methoden, Werkzeuge und Prozesse.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Der Projektleiter als „Unternehmer im Unternehmen“ – gewagt oder gewollt? Bert Heinrich

Neu: Hybrides Projektmanagement

Den richtigen Mix aus klassischem und agilem
Projektmanagement finden

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 17. – 18.2.2020 / 16. – 17.11.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Einführung in das klassische Projektmanagement
- Scrum und andere Vorgehensmodelle
- Umgang mit Projektzielen im klassischen oder agilen Kontext
- Führungsaufgaben und -rollen im klassischen, agilen oder hybriden Umfeld
- Hybride Gestaltungsoptionen für Projektmanagement
- Die passende Kombinationsmöglichkeit für Ihr Projekt bestimmen



Dr. Hans Stromeyer

ist Unternehmensberater und zertifizierter Trainer und Coach für Projektmanagement, Führungstrainings für Projektmanager und agiles Projektmanagement (Scrum, Kanban und Extreme Programming). Er ist Vorsitzender des Vorstandes der International Association of Project Managers (IAPM).

Methode Trainer-Input, moderierte Diskussionen, Arbeit in Kleingruppen, praxisnahe Fallbeispiele erarbeiten und präsentieren, Feedbackrunden.

Lernziel Sie kombinieren klassisches und agiles Projektmanagement, um Ihr Projekt effizient und gleichzeitig flexibel steuern zu können. Mit klassischem Projektmanagement sowie Scrum richten Sie Ihr Projekt an den Anforderungen Ihrer Stakeholder aus und entwickeln erste Ideen, wie Sie agile Ansätze in die klassischen Projektmanagementstrukturen Ihres Unternehmens integrieren können.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, die flexibler und agiler in der Projektarbeit agieren wollen, verschiedene Methoden in die klassischen Projektmanagementstrukturen ihres Unternehmens einbinden und das Beste aus beidem kombinieren wollen.

Preis 1.190 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Mit selbstorganisierten Teams und klaren Regeln werden Sie in Ihren Projekten in kurzer Zeit überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen. Dr. Hans Stromeyer

Projekte mit Design Thinking starten

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 27. – 28.4.2020 / 26. – 27.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Die fünf Phasen des d.school Potsdam Design-Thinking-Prozesses
- Erfolgsfaktoren: People, Place, Process
- Design Thinking als Denkhaltung verstehen
- Ihren Design-Thinking-Workshop vorbereiten
- Mini-Projekt im Workshop bearbeiten
- Ergebnisse als Projekt definieren
- Erfolgsfaktoren und Stolpersteine
- Visuell gestützte Reflektion des Gelernten



Jens Otto Lange

ist Design-Thinking-Coach für digitale Innovation und Partner des #PoDojo, einer Lernplattform für agile Entwicklung von digitalen Produkten, die

Kund*innen und Nutzer*innen begeistern. Seit mehr als 20 Jahren befasst sich der Konzeptdesigner und Kommunikationswirt mit Design als Prozesswerkzeug, seit 2011 gibt er sein Wissen als Design-Thinking-Coach an Teams und Führungskräfte weiter.

Methode Sie erhalten die Möglichkeit, ein echtes „Mini-Projekt“ aus Ihrer Arbeitspraxis in den Workshop einzubringen und im Team mit anderen Teilnehmer*innen konkret daran zu arbeiten.

Lernziel Sie erfahren, wie Sie Design Thinking erfolgreich einführen und wie Sie den Rahmen für gelungene Innovationsprojekte schaffen. Sie erleben, wie Sie mit einfach anwendbaren Kreativitätstechniken Ideenflüsse von Teams unterstützen.

Zielgruppe Projektverantwortliche, Teamleiter*innen und Midmanager*innen, die Innovation und Veränderungen in ihrer Organisation vorantreiben möchten.

Preis 1.490 Euro*
Teilnehmer 6 bis 15

” Mit dem Design-Thinking-Framework können Führungsstil und Unternehmenskultur gezielt verbessert werden. Jens Otto Lange

Wie wirke ich auf andere?

Die eigene Persönlichkeit besser verstehen
und erfolgreich einsetzen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 29.–30.4.2020 / 14.–15.9.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Meine Wirkung auf andere: Wie sehen mich andere? Welchen ersten Eindruck mache ich und wie nehmen mich Menschen wahr, die mich länger kennen?
- Wie sehe ich mich? Was strahle ich aus? Welcher Typ Persönlichkeit bin ich?
- Wo möchte ich hin – mit Bezug auf meine Wirkung auf andere und mit Bezug auf meine persönliche Entwicklung?
- Erarbeiten von Diskrepanzen zwischen Selbst- und Fremdbild
- Was haben Image, Impression-Management und Wirkung auf andere miteinander zu tun und was mache ich daraus?



Dr. Andrea Wels

ist spezialisiert auf Beratung und Begleitung von Menschen und Organisationen in Veränderungs-, Entwicklungs- und Reflexionsphasen

und Expertin für Change Management und Kommunikation, Entwicklung von Unternehmenskulturen und Führungskräfteentwicklung.

Methode Expertenfeedback und Coaching durch Referentin sowie Feedback untereinander und kollegiale Beratung durch Teilnehmende, Video-Feedback, Impulsvorträge, Selbstreflexion, Gruppenübungen und Rollenspiel.

Lernziel Sie gelangen zu mehr Selbsterkenntnis und -klarheit, zu besserer Selbsteinschätzung und werden sich Ihrer Wirkung auf andere bewusst – wichtige Voraussetzungen für berufliche und persönliche Zufriedenheit und erfolgreiches Handeln.

Zielgruppe Fach-, Führungskräfte und Menschen, die gezielt an sich und an ihrer Wirkung arbeiten wollen.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Wirkung ist dort, wo zweckgerichtetes Handeln erfolgreich ist – das macht Lust auf Erhöhung der Wirksamkeit. Dr. Andrea Wels

Der Erfolgsfaktor: Ihre Persönlichkeit

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 29.–30.4.2020 / 6.–7.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Die persönliche (non-) verbale Kommunikation verstehen, gestalten und für sich nutzen
- Ihre Wirkung auf andere: Selbst- und Fremdbild
- Hinderliche Gedanken- und Verhaltensmuster erkennen und verändern
- Life-Balance: den eigenen Energiehaushalt erkennen und verbessern
- Zugang zu persönlichen Kraftquellen finden, die eigene Resilienz stärken
- Das eigene Potential erkennen und entfalten



Carolin von Richthofen

berät Einzelkunden und Gruppen aller Hierarchieebenen und Funktionsbereiche bei der beruflichen Neuorientierung. Als Coach und Beraterin ist sie in

den Bereichen Karriereberatung, Potenzialentwicklung, Coaching & Training tätig und begleitet Menschen bei beruflichen Veränderungs- und Wachstumsprozessen.

Methode Impulsvortrag, Kleingruppen- und Einzelarbeit, Reflexion im Plenum, Szenische Darstellungen, Vermittlung von Selbstcoachingtools.

Lernziel Sie lernen, wie Sie Ihre Ressourcen bewusster für sich nutzen und den für Sie herausfordernden Situationen noch besser begegnen können. Sie gewinnen in den zwei Tagen mehr Klarheit über sich selbst.

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte, die mehr Bewusstheit über ihre Stärken, ihre Entfaltungsmöglichkeiten und ihre Wirkung haben möchten – und ihre Wünsche und Ziele passend zu ihrer Persönlichkeit verfolgen und erreichen wollen.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Wenn Sie wissen, wofür Sie stehen, können Sie andere begeistern. Wenn Sie erkennen, was Sie einzigartig macht, dann werden andere Ihnen folgen!
Carolin von Richthofen

Mimikresonanz

Wie Sie Gesichter lesen und Menschen besser verstehen können

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 9. – 10.3.2020 / 5. – 6.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr / 2. Tag: 9 – 17 Uhr

Programm

- Stand der Mimikforschung
- Was die Mimik uns verrät
- Pre- und Post-Test: Gefühle erkennen
- Erkennungsmerkmale der sieben Basisemotionen
- Mikroexpressionen erkennen
- Wie nutze ich die Gefühlserkennung?
- Wie gehe ich auf emotionale Signale ein?



Michaela Vogel

ist zertifizierte Kommunikations- und Verhaltenstrainerin, systemischer Business Coach und Mimikresonanz-Trainerin. Nach mehrjähriger Tätigkeit

als Führungskraft im Bereich Personalauswahl und Personalentwicklung gründete sie 2009 die Firma Vogel Perspektiven. Sie trainiert und coacht Führungskräfte und Mitarbeiter*innen. Im Fokus steht dabei immer die Bewältigung schwieriger Situationen des beruflichen Alltags unter Zuhilfenahme von Emotionserkennung, Stimme und Körpersprache.

Methode Impulsvorträge, Einsatz von Videobeispielen, Gruppen- und Einzelarbeiten in Verbindung mit zahlreichen praktischen Übungen.

Lernziel Sie verbessern Ihre Emotionserkennungsfähigkeit. Sie sehen schneller, welche Themen bei Gesprächspartner*innen emotional aufgeladen sind, wo es Bedenken oder positive Ansatzpunkte gibt, um gemeinsam Ziele zu erreichen.

Zielgruppe Führungskräfte, HR-Manager*innen und erfahrene Mitarbeiter*innen aller Branchen, in denen eine gelungene Kommunikation von Angesicht zu Angesicht eine Rolle spielt.

Preis	1.490 Euro*
Teilnehmer	6 bis 15

” Gesichter sagen mehr als Worte. Wenn man ihre Sprache versteht. Michaela Vogel

Neu: Crossmediales Storytelling

Navigieren in Veränderungsprozessen

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 11. – 12.5.2020 / 1. – 2.10.2020

1. Tag: 10 – 18 Uhr

Programm:

- Kurzer Impuls zu archetypischen Erzählmustern anhand von Campbells Modell
- Kreation und Variation starker Botschaften ausgehend von der Core-Story
- Entwicklung, Präsentation und Diskussion wirksamer Geschichten mit Reichweite
- Aufbau eines crossmedialen Redaktionskomitees/ -plans
- Körperhaltung, -spannung, -ausdruck, die Ihren Geschichten noch mehr Wirkung und Überzeugung verleihen wird



Dr. Bettina Haasen

ist u. a. promovierte Medienwissenschaftlerin, narrativ arbeitende Organisationsberaterin bei Synchronize-Consult sowie Dozentin an der Akademie

für Internationale Zusammenarbeit. Sie begeistert es, Menschen durch kreative und narrative Methoden darin zu unterstützen, ihre eigene Handlungsfähigkeit wieder zu stärken. Im Kontext von Organisationsentwicklung und Beratung schlägt sie die Brücke zwischen individuellen Stories und ihrer kollektiven Wirkung in Unternehmen, damit das ganze transformative Potential genutzt werden kann.

Methode Eine gute Mischung von Impulsen, Einzel- und Gruppenarbeit, Praxisübungen und Videofeedback.

Lernziel Sie lernen die Grundlagen von narrativen Methoden kennen und wie Sie, insbesondere in Veränderungsprozessen, zielgruppenorientiert Kraft erzielen, damit eine gemeinsame Zukunfts-Story entstehen kann.

Zielgruppe Führungskräfte und Mitarbeiter*innen aus Unternehmen, PR-Berater*innen, aber auch Content Manager*innen, Projektleiter*innen bzw. an alle die wirkungsvoller über gute Geschichten kommunizieren möchte

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 14

” Storytelling als zukunftsfähiger Weg, damit Menschen in Unternehmen und Organisationen in ihrem visionären Kern gestärkt in die Veränderung gehen. Dr. Bettina Haasen

Modernes Zeit- und Selbstmanagement

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 9.–10.12.2019 / 25.–26.5.2020 / 8.–9.12.2020

Programm:

- Planung, Strukturierung und Priorisierung
- Zeitvampire zähmen – Wie Sie die Dinge, Situationen und Personen erkennen, die Ihnen die meiste Zeit und Energie aussaugen – und wie Sie sich ab sofort dagegen schützen.
- Laserfokus – Wie Sie mit einer simplen Methode fokussiert arbeiten und gleichzeitig den externen Anforderungen gerecht werden können.
- E-Mail im Griff
- Auszeit – Wie Sie neue Energie tanken für eine konstant hohe Leistungsfähigkeit über den gesamten Tag.
- Die Kunst des „Jetzt-Tuns“
- Persönliche Produktivität – Wie Sie Ihren individuellen und agilen Arbeitsworkflow definieren.
- Gewohnheiten aufbauen



Mathis Uchtmann

ist ZeitStyle Coach und Experte für Zeitmanagement im digitalen Zeitalter. Sein Antrieb ist es, Menschen und Unternehmen dabei zu unterstützen, die

gesetzten Ziele und anstehenden Aufgaben mit einem exzellenten Zeitmanagement schnell und entspannt zu erreichen. Als Experte für positives Zeitmanagement und Produktivität im digitalen Zeitalter erreicht er dies mit seinen Kunden durch den Aufbau eines effektiven Zeitmanagements, sowie durch die Entwicklung von sinnvollen Gewohnheiten und bewussten Verhaltensweisen.

Methode Vorträge, Praxisbeispiele, Methoden/Arbeitsorganisation, praktische Übungen in Kleingruppen.

Lernziel Durch mehr Klarheit und Struktur über die anstehenden Aufgaben und Ziele im Alltag, werden diese schneller, fokussierter und entspannter erledigt.

Zielgruppe Angestellte, die die an sie gestellten Aufgaben effizient erledigen und ihre Organisation am Arbeitsplatz verbessern wollen. Führungskräfte und Unternehmer*innen, die ihre Produktivität erhöhen, ihre Ziele schneller erreichen und trotzdem entspannt durch den Tag gehen wollen.

Preis 1.190 Euro*
Teilnehmer 4 bis 12

” Zeitprobleme lassen sich nicht auf dem Papier lösen. Zeitmanagement beginnt im Kopf. Mathis Uchtmann

Workhacks

Die besten Instrumente für mehr Agilität, Selbstorganisation und Collaboration

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 13.3.2020 / 23.10.2020

Frankfurt a.M. 28.8.2020

Programm:

- Warum die meisten Change-Programme scheitern
- Warum workhacks echte Veränderungen bringen
- Wirkungsweisen von workhacks
- Vorstellung von sechs workhacks
- Entwicklung eines eigenen workhacks, den Sie mit in Ihr Team nehmen
- Wie Sie mit minimalinvasiven Eingriffen große Veränderungen in Ihrem Unternehmen bewirken



Lydia Schültken

ist Gründerin von workhacks. Sie hat die besten Instrumente erfolgreicher Teams zur Zusammenarbeit und Arbeitsorganisation verdichtet und

daraus ein branchenübergreifendes Veränderungsprogramm für Abteilungen und Projektteams entwickelt. Sie ist Vor- und Mitdenkerin der neuen Arbeitswelt und konzipiert neue, menschengerechte Herangehensweisen an Veränderung und Transformation.

Methode Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Ausprobieren.

Lernziel Sie lernen pragmatische und nachhaltige Methoden für echte Veränderung in der Zusammenarbeit. Sie finden Antworten auf die Fragen, wie man agiler, kollaborativer und vertrauensvoller arbeitet und damit bessere Arbeitsergebnisse erzielt.

Zielgruppe Verantwortliche aus dem Bereich Personalmanagement, Change Agents und Projektleiter*innen.

Preis 990 Euro*
Teilnehmer 4 bis 15

” Workhacks vereinen agile Methoden mit Psychologie und ermöglichen echte Veränderungen. Lydia Schültken

Train the Trainer

Lernprozesse gestalten in Schulungen,
Seminaren und Workshops

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 30.–31.3.2020 / 28.–29.9.2020

Programm:

- Interaktion mit Gruppen
- Erwachsenengerechtes Lernen
- Seminarplanung und -durchführung
- Das didaktische Konzept
- Kommunikation und Präsentation (Methoden, Techniken, Aktivierung und Inspiration)
- Umgang mit Störungen
- Praxisübungen



Joe Müller

arbeitet seit mehr als 20 Jahren als Kommunikationsexperte und -trainer für nationale und internationale Unternehmen. Schwerpunkte seiner Trainings

und Seminare sind die Themen Führungskommunikation und Methoden-Know-how. Joe Müller war als Director Corporate Communications für die interne und externe Kommunikation der E-Plus-Gruppe und ihrer Marken verantwortlich.

Methode Präsentationen, Seminarmethoden trainieren, Gruppen- und Einzelarbeit, Feedback, Einsatz der Körpersprache.

Lernziel Sie werden mit den Grundlagen des Lernens und mit den Anforderungen an die Rolle des/der Trainer*in vertraut gemacht. Sie lernen, Schulungen und Seminare zu konzipieren und Inhalte zielgruppengerecht aufzubereiten.

Zielgruppe Interessierte, die im Rahmen von Schulungen, Seminaren oder Workshops geeignete Methoden zur Vermittlung von Lerninhalten erlernen und anwenden möchten.

Preis	1.290 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Das Seminar hat die wichtigsten Themen zusammengefasst und mittels praktischer Übung super vermittelt. Maria Streich, Daimler Group Services

Schlagfertigkeit und Improvisation

Ein Seminar der Quadriga Executive Education

Berlin 6.–7.5.2020 / 6.–7.10.2020

Programm:

- Was sind Schlagfertigkeit und Improvisation – und was brauchen Sie dazu?
- Bisherige Verhaltensmuster reflektieren – neue, gewünschte Muster entwickeln
- Die Aufmerksamkeit erhöhen – zuhören und präsent sein
- Positiv kommunizieren – Angebote wahr-, auf- und annehmen
- Im Team spielen – das Gegenüber gut dastehen lassen
- Den ersten Impuls packen – der eigenen Intuition (und dem Gegenüber) trauen
- Sich über Fehler freuen – und an ihnen wachsen



Susanne Kamp

arbeitet als selbständiger Coach, Trainerin und Moderatorin, insbesondere in den Bereichen der NGOs, Stiftungen, Politik und Verwaltung in Berlin.

Als Politologin/Ethnologin war sie ein Jahrzehnt in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und humanitären Hilfe tätig. Durch langjährige und intensive Erfahrungen als Führungskraft hat sie einen weitreichenden Erfahrungsschatz in der Personalführung erworben.

Methode Praktische Übungen, Improvisationstheater, Groß- und Kleingruppensequenzen, Tandems und Einzelarbeit.

Lernziel Sie lassen sich durch unvorhergesehene Situationen nicht mehr verunsichern, sondern reagieren sicher, gelassen und spontan. Herausforderungen meistern Sie mit einem hohen Maß an Flexibilität.

Zielgruppe Mitarbeiter*innen und Entscheider*innen, die mit Schlagfertigkeit, Flexibilität und Improvisation punkten und erfolgreich sein wollen.

Preis	1.190 Euro*
Teilnehmer	4 bis 15

” Gehen Sie in Resonanz mit Ihrem Gegenüber, vertrauen Sie Ihrer Intuition, lernen Sie an sich selbst und genießen Sie die Freude am Unvorhersehbaren. Susanne Kamp

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

Kann ich einen Platz im Seminar unverbindlich vorreservieren?

Unverbindliche Vorreservierungen von Seminarplätzen sind nicht möglich. Wir können in Ausnahmefällen Plätze reservieren, wenn beispielsweise noch die Freigabe Ihres Einkaufes fehlt. In diesen Fällen nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

Wie viele Personen aus einem Unternehmen können an einem offenen Seminar teilnehmen?

Es dürfen sich maximal zwei Mitarbeiter*innen aus einer Niederlassung zum gleichen Seminar anmelden. Dadurch wird ein offener Austausch zwischen den Teilnehmenden gewährleistet. Anmeldungen von mehr als zwei Personen pro Seminar bedürfen einer Absprache mit uns.

Wo findet das Seminar statt?

Wenn das Seminarhotel bereits bekannt ist, wird Ihnen dies auch in der Buchungsbestätigung bekannt gegeben. Die Buchungsbestätigung erhalten Sie per E-Mail unmittelbar nach Ihrer Seminarbuchung über unsere Website. Zusätzlich dazu erhalten Sie spätestens vier Wochen vor Seminarbeginn eine E-Mail mit allen wichtigen Informationen zum Seminar (Seminarort, Seminarzeiten, Referent*in und besondere Hinweise).

Wie groß sind die Seminargruppen?

Je nach Seminarthema haben unsere Seminargruppen eine Teilnehmerzahl von 4-15 Personen.

Was soll ich zum Seminar mitbringen?

Grundsätzlich empfehlen wir Ihnen etwas zum Schreiben mitzubringen. Sollten weitere Materialien benötigt werden, beispielsweise ein Laptop, wird dies zwei Wochen vor Seminarbeginn an Sie kommuniziert.

Erhalte ich ein Zertifikat nach dem Seminar?

Am letzten Seminartag händigt Ihnen der*die Referent*in ein Zertifikat der Deutschen Presseakademie bzw. der Quadriga Executive Education, Partner der Quadriga Hochschule Berlin, in Deutsch und Englisch aus.

Sind noch Plätze vorhanden?

Solange der Termin auf der Website buchbar ist, sind noch freie Plätze verfügbar. Sollte das Seminar ausgebucht sein, haben Sie die Möglichkeit, sich auf eine Warteliste für das Seminar setzen zu lassen. Hierfür benötigen wir einen Hinweis per E-Mail an seminare@quadriga.eu.

Wie kann ich die Rechnung begleichen?

Sie können jedes Seminar per Rechnung oder Kreditkarte bezahlen. Beim Buchungsvorgang auf unserer Website können Sie die jeweilige Zahlungsmodalität auswählen.

Kann ich auf einen anderen Termin umbuchen?

Bei Umbuchungen berechnen wir wie folgt:

- Bis 56 Tage vor Seminarbeginn:
keine Umbuchungsgebühr
- Spätere Umbuchungen:
150,- € Umbuchungsgebühr

Die Stellung eines Ersatzteilnehmenden ist immer kostenfrei.

Was beinhaltet die Seminargebühr?

In der Seminargebühr sind die Tagungspauschale (zwei Kaffeepausen, Mittagessen inklusive einem Softgetränk), die Seminarunterlagen und Ihr Teilnahmezertifikat inkludiert.

Ist das Seminar als Inhouse-Seminar buchbar?

Alle Seminare können Sie als Inhouse-Seminar bei uns anfragen. Kommen Sie bei Interesse gerne auf uns zu.



Ihre Beraterin

Stefanie Reinke

Tel.: +49 (0)30/44 72 95 09

stefanie.reinke@quadriga.eu



Berlin



UNSERE SEMINAR-STANDORTE

Am Hauptsitz Berlin bieten moderne und klimatisierte Seminarräume mit großen Fensterfronten viel Tageslicht für eine angenehme Lernatmosphäre. Die zentrale Lage am Werderschen Markt mit optimaler Verkehrsanbindung sowie die räumliche Nähe zu wirtschaftlich, politisch und kulturell bedeutenden Orten machen die Seminare zu einem besonderen Erlebnis. An den weiteren Standorten Düsseldorf, Frankfurt am Main, München und neu auch in Stuttgart und Hamburg, arbeitet die Deutsche Presseakademie mit ausgewählten Tagungshotels der 4-Sterne-Kategorie zusammen.



STUDIUM

Die berufsbegleitenden Studiengänge der Deutschen Presseakademie vereinen fundiertes Wissen mit relevanten Praxiserfahrungen für alle, die professionelle Kommunikationsarbeit erlernen oder vertiefen wollen – von Young Professionals bis zu erfahrenen Praktiker*innen.

142	Überblick
146	Studium Kommunikationsmanagement
150	Kompaktstudium Kommunikationsmanagement
154	Kompaktstudium PA & PR
158	Referent*innen & Finanzierung
160	Abschlüsse und Zertifikate

STUDIENANGEBOTE / ÜBERBLICK

Die berufsbegleitenden Studiengänge der Deutschen Presseakademie vereinen fundiertes Wissen mit relevanten Praxiserfahrungen für alle, die professionelle Kommunikationsarbeit erlernen oder vertiefen wollen – von Young Professionals bis zu erfahrenen Praktiker*innen.

Studium Kommunikationsmanagement (KMS)

Zielgruppe

Kommunikator*innen
mit ersten Berufserfahrungen

Dauer

12 Monate

Präsenztage

2 Präsenzphasen à 5 Tage in Berlin

Lernziele

- Umfassende Kommunikationsausbildung
- Systematischer Wissenserwerb und -ausbau

Lernformate

- Start-Webinar
- 32 digitale Inhalte (Web-Based Training, Audio, Video, Studienbrief),
- 5 Webinare

Erfahrungswerte wöchentlicher Aufwand

4 – 5 Stunden

Frühbucherpreis 4.750 Euro (zzgl. MwSt.)*

Regulärer Preis 5.450 Euro (zzgl. MwSt.)

Abschluss

Nach Teilnahme an beiden Präsenzphasen und den Webinaren sowie Bearbeitung der digitalen Inhalte im Selbststudium:

Zertifikat **Kommunikationsmanager*in (depak)**

Optionale Prüfung zum Kommunikationsmanager*in
(Quadriga Hochschule Berlin)

Kompaktstudium Kommunikationsmanagement (KMK)

Zielgruppe

Kommunikator*innen
mit ca. 3 Jahren Berufserfahrungen

Dauer

6 Monate

Präsenztage

2 Präsenzphasen à 4 Tage in Berlin

Lernziele

- Umfassende Kommunikationsausbildung
- Aktualisierung von theoretischem Wissen

Lernformate

- Start-Webinar
- 23 digitale Inhalte (Web-Based Training, Audio, Video, Studienbrief)
- 3 Webinare

Erfahrungswerte wöchentlicher Aufwand

3 – 4 Stunden

Frühbucherpreis 3.950 Euro (zzgl. MwSt.)*

Regulärer Preis 4.550 Euro (zzgl. MwSt.)

Abschluss

Nach Teilnahme an beiden Präsenzphasen und den Webinaren sowie Bearbeitung der digitalen Inhalte im Selbststudium:

Zertifikat **Kommunikationsmanager*in (depak)**

Optionale Prüfung zum Kommunikationsmanager*in
(Quadriga Hochschule Berlin)

Kompaktstudium PA & PR (KST)

Zielgruppe

PA- und Kommunikationsverantwortliche
mit ersten Berufserfahrungen

Dauer

6 Monate

Präsenztage

2 Präsenzphasen à 5 und 3 Tage in Berlin

Lernziele

- Umfassende PA- und PR-Ausbildung, bei der theoretische Grundlagen mit den wichtigsten Instrumenten aus der Praxis vermittelt werden

Lernformate

- Start-Webinar
- 23 digitale Inhalte (Web-Based Training, Audio, Video, Studienbrief)
- Live-Webinar

Erfahrungswerte wöchentlicher Aufwand

3 – 4 Stunden

Frühbucherpreis 3.990 Euro (zzgl. MwSt.)*

Regulärer Preis 4.590 Euro (zzgl. MwSt.)

Abschluss

Nach Teilnahme an beiden Präsenzphasen und Bearbeitung der digitalen Inhalte im Selbststudium:

**Zertifikat Public Affairs & Public Relations
Professional (depak)**



Ihre Beraterin

Mareike Schwartz

Tel.: +49 (0)30/84 85 9154

mareike.schwartz@quadriga.eu

BLENDED LEARNING

Blended Learning an der Deutschen Presseakademie ist die optimale Kombination aus sechs verschiedenen Lernformen und Möglichkeiten des Erfahrungsaustauschs. Mit diesem digitalen Lehrkonzept sind die Teilnehmer*innen zeitlich unabhängig, bestimmen ihr eigenes Lerntempo und müssen dennoch nicht auf die Vorteile eines Peer-to-Peer-Netzwerks verzichten. So können sie flexibel Grundlagen- und Praxiswissen, aber auch weiterführende Spezialthemen erlernen, wann und wo es ihnen passt.

Studienbriefe

Vertiefung von Grundlagen- und Praxiswissen

Von Experten*innen aus Theorie und Praxis verfasst

Download über das Lernportal

Audio-Trainings

Vermittlung spezieller Lehrinhalte im Audio-Format

20- bis 50-minütige Aufnahmen im MP3-Format

Download über das Lernportal

Web-Based-Trainings

Interaktive Präsentationen

Eigenständige Nachbereitung des erlangten Wissens

Selbstkontrolle über den bisherigen Lernerfolg

Webinare

Live-Sitzungen zu zentralen Themen des Kommunikationsmanagements

Austausch im virtuellen Seminarraum via Chat

Aufzeichnung des Webinars anschließend im Lernportal abrufbar

Video-Trainings

Vorträge unserer Referent*innen on demand

Ca. 30-minütige Aufnahmen im MP4-Format

Abrufbar über das Lernportal

Präsenzphasen

Mehrtägige Präsenzphasen im Berliner Studienzentrum

Bearbeitung wirklichkeitsnaher Fälle in Workshops

Gemeinsame Praxistermine

PRÄSENZPHASEN IN BERLIN

Die Studierenden begegnen sich in zwei Präsenzphasen in unserem Berliner Studienzentrum. Vor Ort vertiefen sie ihr erworbenes Wissen aus dem Selbststudium in gemeinsamen Übungen. Sie tauschen Erfahrungen aus, erarbeiten in Workshops und Gruppenarbeiten praxisnahe Fälle und profitieren vom branchenübergreifenden Wissensaustausch.



Netzwerken

Im Fokus der Präsenzphasen steht der direkte Austausch der Studierenden untereinander. Hier kommen sie mit Kommunikator*innen aus Agenturen, Unternehmen, Verbänden sowie weiteren Organisationen zusammen und profitieren vom fachbezogenen Informations- und Wissenstransfer.

Praxistermine

Wie läuft der Arbeitsalltag in einer Redaktion ab? Welche Themen schaffen es z. B. bei der „Bild“ auf die Titelseite und wer entscheidet das? Was machen die kreativen Köpfe in einer Agentur, um neue Produkte auf dem Markt zu platzieren? Bei den Besuchen in Redaktionen oder Agenturen erhalten die Studierenden einen Einblick in den Berufsalltag auf der „anderen Seite“ und erweitern ihr berufliches Netzwerk.

Kommunikationskonzept

Gute Kommunikationskonzepte sind originell und kreativ, sie beruhen auf einer klaren Analyse und leiten sich aus der Strategie der Organisation ab. Wie die Studierenden Schritt für Schritt ein ausgefeiltes Kommunikationskonzept erarbeiten, üben sie in intensiver Gruppenarbeit an einem wirklichkeitsnahen Fall und präsentieren das Ergebnis anschließend im Team vor ihrem Kurs.

STUDIUM

KOMMUNIKATIONS- MANAGEMENT

Das Studium Kommunikationsmanagement (KMS) bietet eine fundierte Grundlagenausbildung für alle, die professionelle Kommunikationsarbeit erlernen und ausbauen möchten. In zwei intensiven Präsenzphasen in Berlin sowie in fünf Webinaren besprechen und vertiefen die Studierenden zentrale Kenntnisse in gemeinsamen Übungen. Im Vordergrund stehen dabei komplexe Kommunikationskonzepte, tragfähige Social-Media-Strategien und Change-Kommunikation, aber auch klassische Medienarbeit und die Beziehungen zu Influencern. Hinzu kommen Strategien des Kommunikationsmanagements und Content-Marketings. Umfangreiches Lehrmaterial ergänzt das gemeinsame Lernen: Audio- und Video-Trainings stehen ebenso wie zahlreiche Studienbriefe online zum Abruf bereit.

Im Lernportal tauschen sich die Studierenden zu aktuellen Herausforderungen aus, diskutieren und stellen selbst Anschauungsmaterial zur Verfügung. So fügen sich die Lernformate des Blended Learning zu einem vielseitigen und flexiblen Gesamtstudium zusammen.

Zielgruppe

Kommunikator*innen mit ersten Berufserfahrungen

Präsenzzeiten

2 Präsenzphasen mit 92 Seminarstunden bei insgesamt 10 Präsenztagen in Berlin

Lernziele

- Umfassende Kommunikationsausbildung
 - Systematischer Wissenserwerb und -ausbau
-

Voraussetzungen

- Hochschul-, Fachhochschul-, Berufsakademieabschluss und erste berufliche Erfahrung im Bereich Kommunikation zu Studienbeginn
- und/oder
- Allgemeine Hochschulreife und eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine nachweisbare Berufserfahrung im Bereich Kommunikation
-

Preise

Frühbucherpreis:
4.750 Euro zzgl. MwSt.
(5.652 Euro inkl. MwSt.)
Regulärer Preis:
5.450 Euro zzgl. MwSt.
(6.485 Euro inkl. MwSt.)

Abschlusszertifikat

Kommunikationsmanager*in (depak)
Optionale Prüfung
Kommunikationsmanager*in
(Quadriga Hochschule Berlin)



Ihre Beraterin
Mareike Schwartz
Tel.: +49 (0)30/84 85 9154
mareike.schwartz@quadriga.eu

Struktur

Berufsbegleitendes Studium im Blended-Learning-Format

Dauer: max. 12 Monate

Teilnehmer*innenzahl: max. 24

Selbststudium:

Studienbriefe, Webinare, Audio- und Video-Trainings sowie Web-Based-Trainings

Präsenzphasen:

Seminare, Workshops, praktische Übungen sowie ausgewählte Praxistermine

Termine**KMS 1-20**

Studienstart: 9.3.2020

Präsenzphase 1: 11.–15.5.2020

Präsenzphase 2: 22.–26.2.2021

Frühbucherpreis bis zum 7.2.2020

KMS 2-20

Studienstart: 14.9.2020

Präsenzphase 1: 23.–27.11.2020

Präsenzphase 2: 30.8.–3.9.2021

Frühbucherpreis bis zum 14.8.2020

KMS 3-20

Studienstart: 9.11.2020

Präsenzphase 1: 18.–22.1.2021

Präsenzphase 2: 4.–8.10.2021

Frühbucherpreis bis zum 9.10.2020

**Studienstart**

Am ersten Tag des zwölfmonatigen Studiums erhalten die Studierenden ihre Zugangsdaten für das Lernportal. Dort haben sie Zugriff auf die jeweiligen Lernformate zur Vorbereitung auf die beiden Präsenzphasen, die Webinare sowie die Stundenpläne der Präsenzphasen. Ein Start-Webinar dient zum ersten Kennenlernen, wechselseitigen Austausch sowie zur Klärung von Fragen und vermittelt einen Überblick zum Ablauf des Studiums.

**Vorbereitung auf die 1. Präsenzphase****Studienbriefe**

- Theoretische Grundlagen der Kommunikation
- Einführende Theorie (u.a. Grunig/Hunt)
- Das Kommunikationskonzept
- Wie werden PR-Kampagnen erfolgreich?
- Ressourcenplanung und Budgetierung
- Social Media

Video-Trainings

- Zielgruppen-Segmentierung
- Vertiefung: Strategie

Audio-Trainings

- Kreativitätstechniken
- Einführende Theorie (u.a. Grunig/Hunt)

Web-Based-Training

- Integrierte Kommunikation im 360-Grad-Blick

**1. Präsenzphase**

In der ersten Präsenzphase arbeiten die Studierenden gemeinsam an systematischer und strategischer Kommunikation. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Informationen benötigt werden, bevor man eine Kommunikationsstrategie und kreative Maßnahmen für

ein durchdachtes Kommunikationskonzept entwickeln kann. Zudem behandeln die Studierenden thematische Schwerpunkte wie Mediensensibilisierung und politische Kommunikation und erhalten Einblick in die Arbeit einer PR-Agentur.

- Gruppenarbeiten
- Präsentationen
- Workshops
- Netzwerken
- Praxistermin



Webinare

Zwischen den beiden Präsenzphasen finden fünf Live-Webinare statt. In einem virtuellen Seminarraum können sich die Studierenden im Chat austauschen und den Referent*innen Fragen stellen. Die Webinare stehen im Anschluss als Aufzeichnung im Lernportal zur Verfügung. Folgende Themen werden in den Live-Sitzungen besprochen:

1. Adressatenorientierte Medienarbeit
2. Das Interview
3. Content-Marketing
4. Markenführung
5. Inklusion und Geschlechtsneutralität



Vorbereitung auf die 2. Präsenzphase

Studienbriefe

- Instrumente der Medienarbeit
- Journalistische Darstellungsformen
- BWL und VWL
- Massenkommunikation und Medienwirkung
- Verständlich für die Öffentlichkeit schreiben
- PR-Instrument Pressemitteilung
- Ethische Grundlagen der PR
- Überzeugend präsentieren
- Public Affairs und Lobbying
- PR für Kommunen
- Geschichte der PR
- Change-Kommunikation

Video-Trainings

- Medienlandschaft I & II

Audio-Trainings

- Blogger, Journalisten, Influencer
- Der Shitstorm und andere Katastrophen
- Interne Kommunikation
- Ethik

Web-Based-Trainings

- Social Media
- Die Pressemitteilung
- Grundlagen des Kommunikationsrechts



2. Präsenzphase

In der zweiten Präsenzphase werden zentrale Kommunikationsthemen zusammen praxisnah vertieft und im intensiven Austausch hinterfragt. Im Vordergrund stehen die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, die Kontaktpflege zu Multiplikator*innen wie Journalist*innen und Blogger*innen sowie das Thema Change-Kommunikation. Zudem bekommen die Studierenden bei einem Redaktionsbesuch Einblick in den journalistischen Alltag.

- Workshops
- Netzwerken
- Praxistermin



Abschlussveranstaltung & Verleihung der Zertifikate

KOMPAKTSTUDIUM KOMMUNIKATIONS- MANAGEMENT

Das Kompaktstudium Kommunikationsmanagement (KMK) der Deutschen Presseakademie richtet sich an routinierte Kommunikator*innen, die bereits mehrjährige Berufserfahrung gesammelt haben. Die Vermittlung wesentlicher Arbeitsbereiche und -techniken erfolgt dank Blended Learning mit großer zeitlicher Effizienz. In zwei Präsenzphasen mit insgesamt acht Seminartagen kombiniert die berufsbegleitende Weiterbildung das theoretische Fundament mit praktischen Übungen, die in Seminaren und Workshops vermittelt werden.

Umfangreiche Lehrmaterialien in Form von Studienbriefen sowie Audio- und Video-Trainings begleiten und vertiefen die kompakte Inhaltsvermittlung. Im Lernportal können die Studierenden zudem aktuelle Kommunikationsthemen diskutieren und selbst Beispiele zur Verfügung stellen.

Zielgruppe

Kommunikationsfachleute mit mindestens 3 Jahren Berufserfahrung

Präsenzzeiten

2 Präsenzphasen mit 72 Seminarstunden bei insgesamt 8 Präsenztagen in Berlin

Lernziele

- Umfassende Kommunikationsausbildung
- Aktualisierung von theoretischem Wissen

Voraussetzungen

- Hochschul-, Fachhochschul-, Berufsakademieabschluss und mehrjährige berufliche Erfahrung im Bereich Kommunikation zu Studienbeginn
- und/oder
- Allgemeine Hochschulreife und eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine fundierte, langjährige Berufserfahrung im Bereich Kommunikation

Preise

Frühbucherpreis:
3.950 Euro zzgl. MwSt.
(4.700 Euro inkl. MwSt.)
Regulärer Preis:
4.550 Euro zzgl. MwSt.
(5.415 Euro inkl. MwSt.)

Abschlusszertifikat

Kommunikationsmanager*in (depak)
Optionale Prüfung
Kommunikationsmanager*in
(Quadriga Hochschule Berlin)



Ihre Beraterin
Mareike Schwartz
Tel.: +49 (0)30/84 85 9154
mareike.schwartz@quadriga.eu

Struktur

Berufsbegleitendes Kompaktstudium
im Blended-Learning-Format

Dauer: 6 Monate

Teilnehmer*innenzahl: max. 18

Selbststudium:

Studienbriefe, Webinare,
Audio- und Video-Trainings
sowie Web-Based-Trainings

Präsenzphasen:

Seminare, Workshops, praktische
Übungen sowie ein ausgewählter
Praxistermin

Termine**KMK 1-20**

Studienstart: 10.2.2020

Präsenzphase 1: 11.–14.3.2020

Präsenzphase 2: 17.–20.6.2020

Frühbuchepreis bis zum 10.1.2020

KMK 2-20

Studienstart: 20.4.2020

Präsenzphase 1: 24.–27.6.2020

Präsenzphase 2: 23.–26.9.2020

Frühbuchepreis bis zum 20.3.2020

KMK 3-20

Studienstart: 21.9.2020

Präsenzphase 1: 4.–7.11.2020

Präsenzphase 2: 17.–20.2.2021

Frühbuchepreis bis zum 21.8.2020

KMK 4-20

Studienstart: 7.12.2020

Präsenzphase 1: 27.–30.1.2021

Präsenzphase 2: 21.–24.4.2021

Frühbuchepreis bis zum 6.11.2020

**Studienstart**

Zum Studienstart erhalten die Studierenden ihre Zugangsdaten für das Lernportal. Dort haben sie Zugriff auf die Lernformate zur Vorbereitung auf die beiden Präsenzphasen, die Webinare sowie die Stundenpläne der Präsenzphasen. Ein Start-Webinar dient zum ersten Kennenlernen, wechselseitigen Austausch sowie zur Klärung von Fragen und vermittelt einen Überblick zum Ablauf des Kompaktstudiums.

**Vorbereitung auf die
1. Präsenzphase****Studienbriefe**

- Theoretische Grundlagen der Kommunikation
- Das Kommunikationskonzept
- Wie werden PR-Kampagnen erfolgreich?
- Ressourcenplanung und Budgetierung
- Social Media

Video-Trainings

- Zielgruppen-Segmentierung

Audio-Training

- Kreativitätstechniken

Web-Based-Training

- Integrierte Kommunikation im 360-Grad-Blick

**1. Präsenzphase**

In der ersten Präsenzphase arbeiten die Studierenden gemeinsam an systematischer und strategischer Kommunikation. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Informationen benötigt werden, bevor man eine Kommunikationsstrategie und kreative Maßnahmen für ein durchdachtes Kommunikationskonzept entwickeln kann. Darüber hinaus erhalten die Studierenden Einblick in die Arbeit einer PR-Agentur.

- Gruppenarbeiten
- Präsentationen
- Workshops
- Netzwerken
- Praxistermin



Webinare

Zwischen den beiden Präsenzphasen finden drei Live-Webinare statt. In einem virtuellen Seminarraum können sich die Studierenden im Chat austauschen und den Referent*innen Fragen stellen. Die Webinare stehen im Anschluss als Aufzeichnung im Lernportal zur Verfügung. Folgende Themen werden in den Live-Sitzungen besprochen:

1. Adressatenorientierte Medienarbeit
2. Das Interview
3. Content-Marketing



Vorbereitung auf die 2. Präsenzphase

Studienbriefe

- Instrumente der Medienarbeit
- Journalistische Darstellungsformen
- BWL und VWL
- Verständlich für die Öffentlichkeit schreiben
- Überzeugend präsentieren
- Public Affairs und Lobbying
- Geschichte der PR
- Change-Kommunikation

Video-Trainings

- Medienlandschaft I & II

Audio-Trainings

- Interne Kommunikation
- Ethik

Web-Based-Trainings

- Social Media
- Die Pressemitteilung
- Grundlagen des Kommunikationsrechts



2. Präsenzphase

In der zweiten Präsenzphase werden zentrale Kommunikationsthemen zusammen praxisnah vertieft und im intensiven Austausch hinterfragt. Im Vordergrund stehen die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, die Kontaktpflege zu Multiplikator*innen wie Journalist*innen und Blogger*innen sowie das Thema Change-Kommunikation.

- Vorträge
- Workshops
- Netzwerken



Abschlussveranstaltung & Verleihung der Zertifikate

KOMPAKTSTUDIUM PUBLIC AFFAIRS & PUBLIC RELATIONS

Das Kompaktstudium PA & PR (KST) der Deutschen Presseakademie richtet sich an Public-Affairs- und Kommunikationsverantwortliche mit erster Berufserfahrung in mindestens einem der beiden Bereiche. In zwei intensiven Präsenzphasen im Berliner Studienzentrum vertiefen die Studierenden gemeinsam zentrale Kenntnisse der Interessenvertretung und Kommunikationsarbeit. Aufbauend auf einem zielgerichtet vermittelten Grundlagenwissen erwerben die Teilnehmer*innen wertvolle Spezialkompetenzen für die Praxis.

Mittels der im Lernportal abrufbaren Lehrmaterialien werden zentrale Themen, wie politische Kommunikation, Digital Public Affairs und Social-Media-Strategien, im Blended Learning vor- und nachbereitet. Darüber hinaus können sich die Teilnehmer*innen im Lernportal miteinander vernetzen und vom gegenseitigen Wissensaustausch profitieren.

Zielgruppe

Berufsbegleitendes Kompaktstudium im Blended-Learning-Format

Präsenzzeiten

2 Präsenzphasen mit 72 Seminarstunden bei insgesamt 8 Präsenztagen in Berlin

Lernziele

- Umfassende Kommunikationsausbildung
- Aktualisierung von theoretischem Wissen

Voraussetzungen

- Hochschul-, Fachhochschul-, Berufsakademieabschluss und mehrjährige berufliche Erfahrung im Bereich Kommunikation zu Studienbeginn
- und/oder
- Allgemeine Hochschulreife und eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine fundierte, langjährige Berufserfahrung im Bereich Kommunikation

Preise

Frühbucherpreis:
3.990 Euro zzgl. MwSt.
(4.748 Euro inkl. MwSt.)
Regulärer Preis:
4.590 Euro zzgl. MwSt.
(5.462 Euro inkl. MwSt.)

Abschlusszertifikat

Public Affairs & Public Relations Professional (depak)



Ihre Beraterin
Mareike Schwartz
Tel.: +49 (0)30/84 85 9154
mareike.schwartz@quadriga.eu

Struktur

Berufsbegleitendes Kompaktstudium
im Blended-Learning-Format

Dauer: 6 Monate

Teilnehmer*innenzahl: max. 18

Selbststudium:

Studienbriefe, Webinare,
Audio- und Video-Trainings
sowie Web-Based-Trainings

Präsenzphasen:

Seminare, Workshops und praktische
Übungen

Termine**KST 1-20**

Studienstart: 2.3.2020

Präsenzphase 1: 31.3.–4.4.2020

Präsenzphase 2: 17.–19.6.2020

Frühbucherpreis bis 31.1.2020

KST 2-20

Studienstart: 2.3.2020

Präsenzphase 1: 31.3.–4.4.2020

Präsenzphase 2: 23.–25.9.2020

Frühbucherpreis bis 31.1.2020

KST 3-20

Studienstart: 2.11.2020

Präsenzphase 1: 8.–12.12.2020

Präsenzphase 2: 17.–19.2.2021

Frühbucherpreis bis 2.10.2020

KST 4-20

Studienstart: 2.11.2020

Präsenzphase 1: 8.–12.12.2020

Präsenzphase 2: 21.–23.4.2021

Frühbucherpreis bis 2.10.2020

**Studienstart**

Zum Studienstart erhalten die Studierenden ihre Zugangsdaten für das Lernportal. Dort haben sie Zugriff auf die Lernformate zur Vorbereitung auf die beiden Präsenzphasen sowie die Stundenpläne der Präsenzphasen.

**Vorbereitung auf die
1. Präsenzphase****Studienbriefe**

- Politische Kommunikation und Public Affairs
- Das politische System Deutschlands
- Gesetzgebung und Interessenvertretung in Deutschland
- Instrumente des Lobbying
- Gesetzgebung und Interessenvertretung in der EU
- Digital Public Affairs

Video-Trainings

- Reputationsmanagement
- Responsible Lobbying
- Grassroot-Kampagnen

**1. Präsenzphase**

In der Präsenzphase wechseln sich Vorträge, Gruppenarbeiten und Workshops ab. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung eines grundlegenden Systemverständnisses kombiniert mit den wichtigsten Instrumenten aus der Praxis für moderne Public Affairs. Gemeinsamer Austausch und Diskussionen sind Bestandteil einer jeden Lehrinheit.

- Gruppenarbeiten
- Präsentationen
- Workshops
- Netzwerken



Webinare

Zwischen den beiden Präsenzphasen findet ein Live-Webinar statt. In einem virtuellen Seminarraum können sich die Studierenden im Chat austauschen und den Referent*innen Fragen stellen. Das Webinar steht im Anschluss als Aufzeichnung im Lernportal zur Verfügung. Folgendes Thema wird in der Live-Sitzung besprochen: Wirkung durch Kreativität – Bessere Kampagnen planen.



Vorbereitung auf die 2. Präsenzphase

Studienbriefe

- Instrumente der Medienarbeit
- Journalistische Darstellungsformen
- Verständlich für die Öffentlichkeit schreiben
- Überzeugend präsentieren
- Geschichte der PR
- Social Media
- Change-Kommunikation

Video-Trainings

- Medienlandschaft I & II

Audio-Trainings

- Interne Kommunikation
- Ethik

Web-Based-Trainings

- Social Media
- Die Pressemitteilung
- Grundlagen des Kommunikationsrechts



2. Präsenzphase

In der zweiten Präsenzphase werden zentrale Kommunikationsthemen zusammen praxisnah vertieft und im intensiven Austausch hinterfragt. Im Vordergrund stehen neben den Grundlagen der Gesprächsführung die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, die Kontaktpflege zu Multiplikator*innen wie Journalist*innen und Blogger*innen sowie das Thema Change-Kommunikation.

- Vorträge
- Workshops
- Netzwerken



Abschlussveranstaltung & Verleihung der Zertifikate

REFERENT*INNEN (AUSWAHL)

Die Referent*innen zeichnen sich durch ihre langjährige Erfahrung als Pressesprecher*innen, Journalist*innen und PR-Berater*innen in Unternehmen, Verbänden und Agenturen sowie ihrer Lehrtätigkeit an Hochschulen aus. Sie verfügen über umfassendes Fachwissen aus Theorie und Praxis, welches sie in den Präsenzphasen und Webinaren vermitteln.



Dr. Andrea Wels
Studienleiterin
Deutsche Presseakademie



Kathrin Zabel
Public Affairs
comm together



Michael Dallwig
Freier Kommunikationsberater



Prof. Dr. Mario Voigt
*Professor für Digitale
Transformation und Politik*
Quadriga Hochschule Berlin



Prof. Dr. Carolin Zeller
*Professorin für Politikwissenschaften
und Public Affairs*
Quadriga Hochschule Berlin



Conrad Giller
Medientrainer und Coach
Medien Kommunikation
Führung



Frederik Tautz
*Global Partner,
Executive Director Digital*
Ketchum Pleon



Kristal Davidson
*Referentin für Digitale
Kommunikation*
Kassenärztliche Bundesvereinigung
KdöR



Heiko Mehnert
Geschäftsführer
brand campus®
Marketingagentur

FINANZIERUNG & FÖRDERUNG

Ziel der Deutschen Presseakademie ist es, die Teilnehmer*innen bei ihrer beruflichen Professionalisierung zu fördern. Mit einem der drei Studiengänge wird gezielt in die eigene berufliche Zukunft investiert. Wir beraten unsere Teilnehmer*innen gern – auch zur Finanzierung ihrer Weiterbildung. Hier eine Übersicht der verschiedenen Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

Finanzierung

Neben der Einmalzahlung zu Beginn der Weiterbildung bieten wir unseren Teilnehmer*innen auch verschiedene Möglichkeiten der Ratenzahlung an. Es entstehen den Teilnehmer*innen dadurch keinerlei zusätzliche Gebühren oder Bearbeitungskosten. Das Studienentgelt für das Kompaktstudium kann z. B. in zwei oder sechs gleichen Raten beglichen werden. Die von der Deutschen Presseakademie angebotenen Ratenzahlungen gelten sowohl für den regulären Preis als auch für den Frühbucherpreis.

Unser Tipp: Teilnehmer*innen haben die Möglichkeit, ihre Studiengebühren nach entsprechender Prüfung als Werbungskosten steuerlich geltend zu machen. Ausschlaggebend ist dabei, dass die Weiterbildung einen fachlichen Bezug zum Beruf hat.

Förderung

Die Deutsche Presseakademie akzeptiert die Bildungsförderung der einzelnen Bundesländer. Die Förderung muss in den meisten Fällen vor Vertragsabschluss bzw. Anmeldung beantragt werden und kann für eine Weiterbildungsmaßnahme eingesetzt werden, die in der Regel innerhalb von sechs Monaten nach Ausstellungsdatum beginnt.

Unser Tipp: Teilnehmer*innen mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in NRW können z. B. mit dem Bildungsscheck NRW einen Zuschuss von bis zu 500 Euro der Weiterbildungskosten erhalten.

Bildungsurlaub

In den meisten Bundesländern kann für eine berufliche Weiterbildung Bildungsurlaub in Anspruch genommen werden. Innerhalb von zwei Kalenderjahren stehen dafür, je nach Bundesland, zwischen zehn und zwölf Tage zur Verfügung. Entscheidend bei der Beantragung ist nicht der Wohnort, sondern der Ort, an dem sich der Arbeitsplatz befindet. Grundsätzlich sind alle Arbeitnehmer*innen aus Bundesländern mit einem Bildungsurlaubsgesetz antragsberechtigt.

Für Bayern und Sachsen existieren zur Zeit keine derartigen Regelungen. Für Interessent*innen aus NRW, Bremen und Baden-Württemberg ist Bildungsurlaub bei unserer Weiterbildungsinstitution nicht möglich.



Ihre Beraterin
Iwona Wiczorek
Tel.: +49 (0)30 / 447 29 507
iwona.wiczorek@quadriga.eu

ABSCHLÜSSE & ZERTIFIKATE

Zertifikat „Kommunikationsmanager*in (depak)“

obligatorisch

Die Studierenden an der Deutschen Presseakademie werden nach erfolgreicher Teilnahme an den Gruppenarbeiten und Workshops in den Präsenzphasen sowie nach vollständiger Bearbeitung der Online-Materialien im Lernportal mit einem Abschlusszertifikat ausgezeichnet.

Studium Kommunikationsmanagement (KMS)/
Kompaktstudium (KMK):

„Kommunikationsmanager*in (depak)“

Kompaktstudium PA & PR:

„Public Affairs & Public Relations Professional (depak)“

Das Abschlusszertifikat ist in der Teilnahmegebühr bereits enthalten.



Zertifikat „Kommunikationsmanager*in (Quadriga Hochschule Berlin)“

optional

In Zusammenarbeit mit der Quadriga Hochschule Berlin können Absolvent*innen der Deutschen Presseakademie nach erfolgreichem Abschluss einer gesonderten Prüfung an der Hochschule das Zertifikat „Kommunikationsmanager*in (Quadriga Hochschule Berlin)“ erlangen.

Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme in Berlin sind nachweislich mindestens zwei Jahre hauptberufliche Tätigkeit im Berufsfeld Kommunikationsmanagement. Die Prüfungsleistung besteht aus einer schriftlichen Klausur sowie einer zweiteiligen mündlichen Prüfung. In der Prüfung müssen die Teilnehmer*innen vor allem handwerkliche sowie strategische Fähigkeiten der klassischen Kommunikationsdisziplinen unter Beweis stellen.

Die Prüfungsgebühr in Höhe von 750 Euro* muss gesondert an die Quadriga Hochschule Berlin entrichtet werden.

Weitere Information finden Sie auf www.quadriga-university.com/de/weiterbildung/studium/ oder wenden Sie sich an das Prüfungssekretariat der Quadriga Hochschule Berlin.

Quadriga Hochschule



Ihre Beraterin
Katrin Kunze
Tel.: +49 (0)30 / 447 29 414
katrin.kunze@quadriga.eu

* Die Prüfungen der Quadriga Hochschule Berlin sind steuerbefreit.

UPGRADE ZUM MBA/M.A. COMMUNICATION & LEADERSHIP

Die Studiengänge der Deutschen Presseakademie bereiten auf die Herausforderungen eines modernen, strategischen Kommunikationsmanagements vor. Den Absolvent*innen der beiden Studiengänge bieten wir darüber hinaus eine besondere Karriere-Chance. Die Quadriga Hochschule Berlin erkennt nach individueller Prüfung absolvierte Lehrveranstaltungen an der Deutschen Presseakademie als Studienleistungen in Form von Credit Points für das Masterstudium an. So reduzieren sich Präsenzzeiten und der Aufwand im berufsbegleitenden sowie praxisnahen M.A. Communication & Leadership signifikant.

Die MBA- und M.A. Programme der Quadriga Hochschule sind speziell auf die Anforderungen von Kommunikationsmanager*innen ausgerichtet. Sie bieten jene kommunikativen, ökonomischen, strategischen und digitalen Kompetenzen, um die Chancen eines einzigartigen Wandels erfolgreich zu nutzen und Kommunikation als entscheidende Schlüsseldisziplin weiter zu etablieren.



Ihr Berater

Henrik Thiesmeyer

Tel.: +49 (0)30 / 447 29 400

henrik.thiesmeyer@quadriga.eu



Quadriga Hochschule

Struktur

- 18 Monate (berufsbegleitend)
- ca. 55 Präsenztage (MBA) und ca. 38 Präsenztage (M.A.) kombiniert mit Selbststudium
- optionaler Auslandsaufenthalt in London
- Mentoringprogramm und Business Coaching
- zahlreiche Praxistermine

Voraussetzungen

- erfolgreich abgeschlossenes berufsqualifizierendes Studium (z. B. Bachelor, Diplom, Magister oder Staatsexamen)
- mind. 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung im Kommunikationsbereich (davon mind. 1 Jahr nach dem ersten berufsqualifizierenden akademischen Abschluss)
- gute Englischkenntnisse (als Nachweis ist ein TOEFL mit einem Ergebnis von mind. 80 Punkten vorzulegen) oder vergleichbarer Nachweis

Akkreditierung

Der MBA/M.A. Communication & Leadership ist mit Bestnote akkreditiert (FIBAA).



Studienstart

Juni 2020

November 2020

Studiengebühren

Für Absolvent*innen der depak:

17.650 Euro*

Regulär: 19.500 Euro*

Absolvent*innen der Deutschen Presseakademie können sich zusätzlich auf einen Platz im Stipendienprogramm bewerben:

www.quadriga-university.com/de/stipendiencheck

TAGUNGEN

SAVE THE DATE!

Unsere ein- bis zweitägigen Tagungen bieten Ihnen die Möglichkeit, sich intensiv mit aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des Kommunikationsmanagements auseinanderzusetzen. **Im Fokus steht der aktive Wissensaustausch mit Expert*innen und Unternehmensvertreter*innen, welche ihre Erfahrungen in Form von Keynotes, Best Cases, Impulsen, Workshops und anderen interaktiven Formaten mit Ihnen teilen.** Auf unseren Tagungen kommen Sie ins Gespräch mit Branchenkolleg*innen und können gemeinsam innovative Ansätze im Umgang mit aktuellen PR Trends und Herausforderungen entwickeln.

Unsere Tagungen bieten:

 Networking
  Praxis-Insights
  Interaktive Formate
  Impulse



CEO Kommunikation
07. / 08.11.2019

Welt im Wandel – CEOs im Wandel

- Wie können sich CEOs auf authentische Weise in sozialen Medien präsentieren?
- Welche Kanäle eignen sich, um mit Mitarbeiter*innen und Öffentlichkeit zu kommunizieren?
- Welche Strategien und Maßnahmen können zur Positionierung des CEOs im öffentlichen Raum eingesetzt werden?



Interne Kommunikation
18. / 19.11.2019

CHALLENGE – Wirkungsvoll Herausforderungen entgegnet

- Wie sieht die interne Kommunikation der Zukunft aus, wie kommuniziere ich agil, digital und smart?
- Welche Rolle spielt moderne Führungskultur und wie ist diese in interne Kommunikation eingebettet?
- Welche Formate eignen sich, um einen Change zu kommunizieren?



Social Media Management
02. / 03.12.2019

Superheroes of Social Media Return

- Auf welchen Social-Media-Plattformen sind die relevanten Zielgruppen aktiv und welchen Content muss ich ihnen bieten?
- Hat sich Instagram bewährt, sollte alle Aufmerksamkeit auf LinkedIn gerichtet werden und wie sieht's aus mit TikTok?
- Welcher Kanal passt zu meinem Produkt und wie erhöhe ich meine Interaktionsrate?



Newsroom

10. / 11.12.2019

Newsrooms erfolgreich – aufbauen – managen – steuern

- Ist der Newsroom die ultimative Antwort auf die kommunikativen Herausforderungen unserer Zeit?
- Wie funktioniert integrierte Kommunikation mithilfe von Newsdesks und wie organisiert man die nötigen redaktionellen Prozesse?
- Welche Kriterien sind entscheidend für den Erfolg eines Newsrooms?



Move – Nachhaltigkeitskommunikation | 11.12.19

Verantwortung. Nachhaltigkeit. Kommunikation.

- Wie kann die Kommunikation über verantwortungsbewusstes, nachhaltiges Handeln zur Reputation, Glaubwürdigkeit und Legitimierung eines Unternehmens beitragen?
- Wie können Nachhaltigkeitsmaßnahmen zielgruppenspezifisch kommuniziert werden und welche Erwartungshaltung haben die verschiedenen Stakeholder überhaupt?
- Wie gelingt eine glaubwürdige Kommunikation, um das Vertrauen der Stakeholder langfristig zu stärken?



Corporate Influencer Day

30.01.2020

Vom Mitarbeiter zum Botschafter

- Wie viel Mehrwert hat ein Corporate Influencer für das Unternehmen und wie identifiziere ich den oder die geeignete*n Mitarbeiter*in?
- Welche Rahmenbedingungen müssen für Corporate Influencer im Unternehmen gegeben sein, um erfolgreich zu sein?
- Welchen Beitrag zur Arbeitgebermarke können Corporate Influencer leisten und wie helfen sie dabei, in der digitalen Welt sichtbar zu werden?

Weitere Termine

Interne Kommunikation 17. – 18.03.2020

Social Media Management 28. – 09.04.2020

Play – Film es selbst 23. – 24.03.2020

Newsroom 12.05.2020

Storytelling 01.04.2020

CEO Kommunikation 16. – 17.06.2020

Gravity+ 02. – 03.04.2020

PR Summer School 30.06. – 03.07.2020

Alle Infos über weitere Tagungen und die Anmeldung finden Sie unter:
www.depak.de/tagungen

MOBILITÄT ANREISE MIT DER DEUTSCHEN BAHN



Erfolgreich ankommen – ab 99 Euro deutschlandweit*

Mit dem Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn reisen Sie deutschlandweit entspannt und komfortabel zu unseren Studiengängen, Seminaren und Tagungen. Ihre An- und Abreise im Fernverkehr der Deutschen Bahn wird zudem mit 100% Ökostrom durchgeführt.

Nutzen Sie Ihren Preisvorteil und buchen Sie Ihre Hin- und Rückfahrt für 99 Euro* in der 2. Klasse bzw. für 159 Euro* in der 1. Klasse.

Ticketpreise für internationale Verbindungen auf Anfrage bei der Service-Hotline der Deutschen Bahn unter: +49(0)1806/31 11 53**. Den Buchungscode erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung.

* Dieses Angebot gilt für alle Seminare, Studiengänge und Tagungen der Deutschen Presseakademie (Quadriga Media Berlin GmbH) im Jahr 2020. Vorausbuchungsfrist mindestens 3 Tage. Mit Zugbindung und Verkauf, solange der Vorrat reicht. Umtausch und Erstattung vor dem 1. Geltungstag 17,50 Euro, ab dem 1. Geltungstag ausgeschlossen. Gegen einen Aufpreis von 40 Euro sind innerhalb Deutschlands auch vollflexible Fahrkarten (ohne Zugbindung) erhältlich. Es gilt die Erhebung eines Zahlungsmittelentgelts für innerdeutsche Fernverkehrstickets bei Zahlung mit Kreditkarte. Weitere Informationen unter: www.bahn.de/zahlungsmittelentgelt. Preisänderungen vorbehalten. Angaben ohne Gewähr.

** Die Hotline ist Montag bis Samstag von 7.00 – 22.00 Uhr erreichbar, die Telefonkosten betragen pro Anruf 20 Cent aus dem deutschen Festnetz und maximal 60 Cent aus dem Mobilfunknetz.

HOTEL- EMPFEHLUNG



ARCOTEL John F. in Berlin

Das 4-Sterne-Komforthotel ARCOTEL John F. liegt unmittelbar neben dem Studienzentrum und bietet insgesamt 190 komfortable Zimmer.

Reservierung unter:
+49(0)30/40 50 46 0



HRS – Das Hotelportal

In Zusammenarbeit mit unserem Partner HRS bieten wir unseren Gästen exklusive Raten für Übernachtungen in einer Vielzahl von Hotels.

Nutzen Sie die Vorteile der Onlinereservierung unter: www.depak.de/services/hrs

#keepquestioning



Quadriga Media Berlin GmbH
Werderscher Markt 13
D-10117 Berlin

Tel +49 (0)30 - 44 72 95 00
Fax +49 (0)30 - 44 72 93 00
info@depak.de

facebook.com/DeutschePresseakademie
twitter.com/realdepak

depak.de