

P R E S S E - U N D

Ö F F E N T L I C H -

K E I T S A R B E I T

P R A X I S T A G E

26./27. November

Köln

[SCM]

School for
Communication and
Management

„Durch die Praxistage Presse- und Öffentlichkeitsarbeit habe ich wichtige und inspirierende Impulse für meinen Arbeitsalltag erhalten.“ Hilmar Pfister, Handelsverband Baden-Württemberg

Deshalb sollten Sie die Praxistage Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht verpassen:



Sie lernen aus der Praxis erfahrener PR-Experten. Dabei erhalten Sie nützliche Tools und Ansätze für Ihre tägliche Arbeit. Sie können die eigene Arbeit reflektieren und erhalten Inspiration für Ihre Projekte. Durch die große Themenvielfalt erhalten Sie Impulse für verschiedenste Bereiche der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.



Sie treffen bei den Praxistagen auf Pressesprecher, Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation und PR sowie von Pressestellen, aber auch auf (Online-)Redakteure aus Unternehmen und Agenturen, Nachwuchskräfte und Quereinsteiger. Im intensiven Austausch mit den anderen Teilnehmern können Sie Ihr Wissen vertiefen und Ihr Kommunikationsnetzwerk erweitern.



In Keynotes und Best Cases vermitteln Experten renommierter Unternehmen wertvolles Praxiswissen und geben Einblicke in ihre Arbeit. In Workshops werden verschiedene Themen unter Anleitung von Kommunikationsprofis vertieft und durch praktische Übungen veranschaulicht. Sie erhalten Tipps rund um Strategien, Tools und Kampagnen.

Tag 01

Montag,
26. November 2018

9:00 – 10:00 Uhr
KEYNOTE

„Noch fünf Minuten bitte.“ – Wie stelle ich meine Kommunikation strategisch neu auf. Wie bin ich im Ernstfall handlungsfähig und flexibel?
Sven Hirschler (Deutsche Hospitality)

10:00 – 10:45 Uhr
BEST CASE

Die Sozialwahl 2017: Herausforderungen in der Kommunikation
Dennis Chytrek (Techniker Krankenkasse)

10:45 – 11:15 Uhr Kaffeepause

11:15 – 12:45 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Schritt für Schritt zum strategischen Kommunikationskonzept
Stefan Epler (LEWIS)

- Warum (fast) jedes Unternehmen mehr Zeit in seine Kommunikationsstrategie investieren sollte
- Grundlagen: Das GOAST-Framework
- Gruppenübung: Rapid Prototyping einer Kommunikationsstrategie

Erfolgreich(e) Reden schreiben
Patrick Maloney (HERING SCHUPPENER)

- Erfolgsrezept: Welche Zutaten Sie für eine gute Rede brauchen
- Redesign: Wie Sie überzeugende Kernbotschaften und einen roten Faden entwickeln
- Das A&O: Wie Sie einen perfekten Einstieg und einen gut sitzenden Schluss formulieren

12:45 – 13:45 Uhr Mittagpause

13:45 – 14:30 Uhr
BEST CASE

Transformation der PR – vom Start-Up zum European Player
Martin Mangiapia (FlixBus)

14:30 – 16:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

PR & Recht
Philipp Gentili (JONAS)

- Zentrale rechtliche Fragen im Bereich Unternehmenskommunikation
- Schwerpunkte: Bildrechte, DSGVO, Social Media, Presserecht

Themen-Setting 2.0
Matthias Kutzscher (Journalist & Kommunikationsberater)

- Überblick: Wann sich Themen in der PR-Praxis setzen lassen
- Einblick: Welche Themen gute Karrierechancen haben
- Durchblick: Wie aus einem Thema relevanter Content wird
- Weitblick: Wie relevanter Content Publikum gewinnt

16:00 – 16:30 Uhr Kaffeepause

16:30 – 18:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Strategiefindung in Krisen – Situational Crisis Communication Practice
Marcus Ewald & Torsten Rössing (Ewald & Rössing)

- Einordnung von Krisensituationen
- Ableitung von Strategien zur Lösung von Krisen
- Praxisbeispiele – situationsbasierte Taktiken und deren Folgen

Storytelling in PR und Marketing
Stefan Epler (LEWIS)

- Storytelling – Buzzword oder grundlegende Kommunikationstechnik?
- Die sieben grundlegenden Geschichten und wie Sie diese in der Kommunikation nutzen
- Die Bedeutung der Unternehmensgeschichte
- Gruppenübung: Die eigene Marke in eine Story einbetten

Tag 02

Dienstag, 27. November 2018

9:00 – 9:45 Uhr
KEYNOTE

Sind Mitarbeiter die besseren Influencer?
Magdalena Rogl (Microsoft)

9:45 – 10:30 Uhr
BEST CASE

#doityourself - wie multimediales Storytelling mit agiler Arbeitsweise in der Praxis aussehen kann
Annette Siragusano (comdirect bank)

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Mit Journalisten effektiv arbeiten
Matthias Kutzscher (Journalist & Kommunikationsberater)

- Journalismus heute - Neue Strukturen und Aufgaben
- Wie Medien berichten - Erzählrends und PR-Reaktionen
- Journalisten unterstützen - Crossmedia-Arbeit fördern

Influencer Relations in der PR
Oliver Nermerich (Oliver Schrott Kommunikation)

- Warum eine schlagkräftige PR-Arbeit nicht mehr ohne Influencer Relations auskommt
- Wie finde ich die richtigen Influencer für mein Unternehmen/meine Marke?
- Wie können Bedeutung und Wirkung von Influencern bewertet werden?
- Best Cases für eine gelungene Influencer Kommunikation

12:30 – 13:30 Uhr Mittagpause

13:30 – 15:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Print & Digital - Tipps für starke Texte
Matthias Kutzscher (Journalist & Kommunikationsberater)

- Qualitätvoll - Wie Sie gute Beiträge planen
- Überzeugend - Wie Sie Leser locken
- Stilsicher - Wie Sie journalistisch schreiben

Social Media in der Medienarbeit
Sebastian Riedel (Klenk & Hoursch)

- Muss jeder Pressesprecher twittern?
- Wie setze ich Twitter, LinkedIn & Co strategisch richtig ein?
- Wie lassen sich Erfolge messen?

15:00 – 15:30 Uhr Kaffeepause

15:30 – 17:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

„Don't tell me you're funny, make me laugh“ - Die Rolle des Konsumenten bei der Markenbildung
Julia Basten (Starcom)

- Differenzierung zwischen objektivem Produktnutzen und individuellem Wert für den Konsumenten
- Emotionalisierung als Verhaltenstreiber beim Konsumenten
- Motivationen identifizieren und nutzen

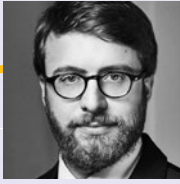
Datengestützte Planungs- und Erfolgskontrolle in der PR
Oliver Plauschinat (pressrelations)

- Grundlagen: Smarte Ziele, Frameworks und Wirkungsstufen
- Werkzeuge: Etablierte und neue digitale Messinstrumente im Überblick
- Datenaufbereitung: Kennzahlen, Reportformate und Dashboard
- Praxis: Beispiele und Übungen zum Klassiker der PR-Erfolgskontrolle - die Medienresonanzanalyse

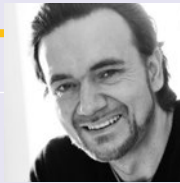
17:00 – 17:45 Uhr
KEYNOTE

**„Newsroom ja, aber bitte light“
Ein pragmatischer Ansatz für crossmediales Storytelling in der Unternehmenskommunikation**
Frank Grodzki (LANXESS)

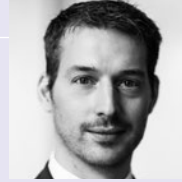
Referenten



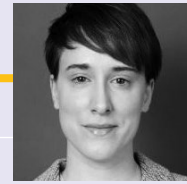
Marcus Ewald
(Ewald & Rössing)



Stefan Epler
(LEWIS)



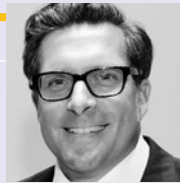
Dennis Chytrek
(Techniker
Krankenkasse)



Julia Basten
(Starcom)



Philipp Gentili
(JONAS)



Frank Grodzki
(LANXESS)



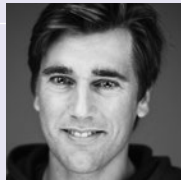
Sven Hirschler
(Deutsche Hospita-
lity)



Matthias Kutzscher
(Journalist & Kommu-
nikationsberater)



Oliver Plauschinat
(pressrelations)



Oliver Nermerich
(Oliver Schrott
Kommunikation)



Martin Mangiapia
(Flixbus)



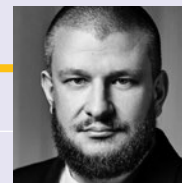
Patrick Maloney
(HERING SCHUPPENER)



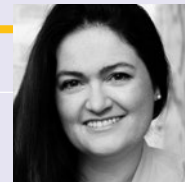
Sebastian Riedel
(Klenk & Hoursch)



Magdalena Rogl
(Microsoft)



Torsten Rössing
(Ewald & Rössing)



Annette Siragusano
(comdirect bank)

Weitere Informationen zu den Inhalten der Vorträge und Workshops
erhalten Sie unter: scm-praxistage.de/public-relations

Anmeldung

PRAXISTAGE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
26./27. November 2018, Köln

Zu folgenden Konditionen können Sie sich zu den Praxistagen
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT anmelden:

FRÜHBUCHERPREIS	bis zum 18. Oktober	für einen Tag: 450 €	für zwei Tage: 850 €
PREIS BEI ANMELDUNG	ab 19. Oktober	für einen Tag: 500 €	für zwei Tage: 950 €
VOLLPREIS	ab 8. November	für einen Tag: 550 €	für zwei Tage: 1.050 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: scm-praxistage.de/agb

ANMELDUNG UNTER:

SCM-PRAXISTAGE.DE/PUBLIC-RELATIONS

INFO@SCMONLINE.DE

FAX: +49 30 479 89 800



IHRE ANSPRECHPARTNERIN
Veranstaltungskoordination
Friederike Berndt
T: +49 (0) 30 479 89 789
F: +49 (0) 30 479 89 800
friederike.berndt@scmonline.de

VERANSTALTUNGSORT
The New Yorker Hotel
Deutz-Mülheimer Str. 204
51063 Köln

VERANSTALTER

[SCM] School for
Communication and
Management

SCM - School for
Communication and Management
Lehmbruckstraße 24
10245 Berlin

info@scmonline.de
www.scmonline.de
www.scm-praxistage.de

UNSERE PARTNER:

JONAS

EWALD & RÖSSING

