

Inhouse-Klassiker Text: Die Story-Werkstatt

Rund 400 Textangebote erreichen täglich die Schreibtische einer typischen Wirtschaftsredaktion – von Nachrichtenagenturen, eigenen Mitarbeitern und als Pressemitteilung. Maximal zehn Prozent davon haben eine Chance, veröffentlicht zu werden. Absender, die keinen „großen“ Namen tragen, haben es besonders schwer, sich gegen die täglichen Nachrichtenfluten zu behaupten. Nachrichten verlangen zunehmend eine Inszenierung, z.B. die Verpackung einer Aussage in den Rahmen einer Umfrage oder die geschickt erzählte Geschichte, die die Fakten transportiert.

Ihr Nutzen

Dieser Workshop vermittelt Tipps und Anregungen aus der Praxis, mit denen es gelingt, die eigenen Presseaussendungen attraktiver zu machen. Journalisten lieben Fakten – aber sie erfahren am liebsten die Geschichten, die den Fakten Leben einhauchen, um sie den Lesern weiter zu erzählen. Wie aus trockenen Mitteilungen lebendig geschriebene Texte werden, die den Leser etwas angehen, ist ein zentrales Anliegen dieses Intensivtrainings.

Positive Beispiele, Warnungen vor ungeeigneten Mitteln und Abgrenzung zur Manipulation ergänzen das Seminar.

Dauer | Gruppengröße

Dauer und Gruppengröße richten sich am Bedarf und an der spezifischen Situation des Unternehmens aus.

Termin | Ort

nach Vereinbarung

Preis

nach Vereinbarung

Trainer

Für dieses Angebot haben wir mehrere Trainer in unserem Pool, die Auswahl richtet sich nach Ort und Termin.

Inhalte

- » Das interessante Detail – Von der Nahaufnahme zur Breitwandperspektive
- » Fachliche und emotionale Betroffenheit – Die zweite Wahrnehmungsebene
- » Den Blickwinkel des Lesers einnehmen – Was nützt das, was bringt mir das, was geht mich das an?
- » Global denken, lokal texten – Themen regional „herunterbrechen“
- » Den Brennglas-Effekt nutzen – Das Thema im Thema in den Focus nehmen
- » Nach vorne denken – Die Folgen der Nachricht thematisieren
- » Den aktuellen Aufhänger finden – Den Aktualitätskreis abstecken
- » Nachrichten-Monitoring als Ideenquelle – Was machen die anderen besser als wir?
- » Trittbrettfahren erlaubt – Themenkarrieren als Transporthilfe nutzen
- » Fakten schaffen aus dem Nichts – Studien, Umfragen und Wissenschaftler-Statements
- » Wer Spaß an der Sache hat, schreibt darüber – Medien-Events als Nachrichtenstoff

Methode

Kurzvorträge und Text-Übungen wechseln sich in schneller Folge ab. Von den Teilnehmern erarbeitete Übungstexte werden analysiert und eingehend besprochen. Zu allen angesprochenen Themen gibt es Papiere bzw. Checklisten für die Nacharbeit zu Hause.

Zielgruppe

Ein Angebot nicht nur für erfahrene Texter und Medienarbeiter in Unternehmen, Agenturen oder anderen Organisationen. Grundlegende Kenntnisse der Textorganisation für Presseinformationen und andere journalistische Arbeiten werden allerdings vorausgesetzt.



Beratung und Kontakt

Sie haben Fragen?
Bert Ziegler ist gern für Sie da!
Telefon: +49-6221-9058605
E-Mail: b.ziegler@ik-heidelberg.de
