

# Inhouse-Klassiker: Medientraining

Einen Tag lang beschäftigen Sie sich mit Spielregeln und Gestaltungsformen elektronischer Medien. Es geht vor allem darum, sich mit dem „Wie sag ich’s?“ auseinanderzusetzen. Es geht um Prägnanz und Kürze, um die Vermittlung des Wesentlichen, um die Analyse von Stärken und Schwächen in der persönlichen Darstellung. Es geht aber auch um Stilfragen – Kleidung und Frisur, Brillen und Schminke, Haltung vor der Kamera, wohin mit den Händen. Außerdem: Was tun gegen Lampenfieber? Wie bestehe ich ein Überfall-Interview zu einem Krisenthema?

## Ihr Nutzen

Unter Live-Bedingungen lernen Sie, auch in kurzer Zeit Antworten auf Interviewfragen zu formulieren, sich Ihre Zielsätze einzuprägen und Ihre Nervosität zu beherrschen.

Sie erfahren, wie Sie sich auf den Interviewer konzentrieren, um die „Bedrohung“ durch Mikrofon und Kamera abzufedern.

### 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

---

- » Wie Fernsehredakteure arbeiten - Grundsätzliches aus Theorie und Praxis
- » Klartext - Was Sie mit dem Reporter vorher besprechen sollten
- » Ort und Umgebung - So inszenieren Sie sich richtig
- » Journalistische Formen, auf die Sie vorbereitet sein sollten - Statement, geplantes Interview, Überfall-Interview
- » Welche Rolle spielen Sie? - Neutraler Fachmann, Betroffener/Opfer, Auslöser/„Schurke“
- » Interviewformen - Live-Interview, Fragetechniken, Einwandbehandlung
- » Verhalten vor der Kamera - Sprache, Gestik, Mimik, Phonetik, Sprechtempo, Rhetorik
- » Sprechen ist nicht schreiben - Zielsätze formulieren und lernen, bitte nicht ablesen, das Prinzip der umgekehrten Pyramide
- » Die Macht des Fernsehens - Die Tricks des Boulevards durchschauen

---

## Methode

Der Workshop ist als Training angelegt: Viele praktische Übungen und die Selbstkontrolle auf dem Bildschirm helfen Ihnen bei der Beurteilung, ob und wie Sie „überkommen“.

---

## Zielgruppe

PR-Verantwortliche und Führungskräfte in Unternehmen, Verbänden und Organisationen, Geschäftsführer und Vorstände sowie alle, die die Bedeutung der elektronischen Medien für wirkungsvolle Public Relations erkannt haben.



---

## Beratung und Kontakt

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

---