

## 18. Jahrestagung des AVP e.V. am 27. und 28. Januar 2012 im ZDF/Mainz

### WORKSHOPÜBERSICHT

Alle Workshops finden auf zwei Etagen in den Konferenzräumen im Kasinogebäude auf dem ZDF-Gelände statt. Die einzelnen Workshops sind vor Ort ausgeschildert.

Es besteht die Möglichkeit, mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie mit eigenen PKW anzureisen – siehe Anfahrtsbeschreibung und Hinweis zum Betreten des Geländes.

Vor Ort gibt es eine bewachte Garderobe, in der auch gerne Gepäckstücke abgegeben werden können.

### Workshop Nr. 1:

#### **PR im Verlag – Ein Grundlagen-Workshop zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

„Waschzettel“ schreiben und Rezensionsexemplare versenden – und sonst nichts? Wohl kaum: Professionelle PR im Verlag hat weit mehr zu bieten. Die Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeiter/innen, insbesondere die kontinuierliche Zusammenarbeit mit den Medien, haben großen Anteil an den Erfolgen der jeweiligen Titel, Autoren oder Verlagshäuser. Und sind ungeheuer vielseitig. Dieses Seminar für Einsteiger bietet einen Einblick in die Welt der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zeigt, wie Verlage die so wichtige Kommunikationsaufgabe professionell meistern können. Es wendet sich an alle, die neu in einer PR-Abteilung sind oder aber – beispielsweise als Lektor/in – diesen Bereich „nebenbei“ mitbetreuen.

#### **Inhalt:**

- "Wortwahl" – Begriffe rund um die PR
- Kommunikation bedeutet Verständigung – Grundlagen zu Kommunikation und PR
- PR im Alltag – Aufgaben und Tätigkeitsfelder, Arbeitsmittel und interne Organisation
- Ein guter Plan – Konzeption und PR-Instrumente
- Die Rolle der Medien – Grundzüge journalistischen Arbeitens
- Ein besonderes Instrument – Die Presse-Information (und was man beim Schreiben beachten sollte)

#### **Zielgruppe:**

Das traditionelle Nachwuchs-Seminar für Volontäre, (Quer-)Einsteiger und „Frischlinge“



#### **Die Referentin:**

**Michaela v. Koenigsmarck** arbeitete nach Ausbildung (Sortimentsbuchhändlerin) und Studium (Publizistik, Soziologie und Jura) als Pressesprecherin in der Verlagsbranche, machte sich selbständig und betreute verschiedene Kunden im Bereich Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Seit 1998 ist sie unter anderem als Dozentin am mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels tätig.

## Workshop Nr. 2:

### **Veranstaltungen für Special Interest-Themen planen: Grundlagen – Konzeption – Vorgehen**

Veranstaltungen im Buch- und Kulturbereich konzentrieren sich überwiegend auf literarische und belletristische Themen. Das Potenzial der Sachliteratur im Veranstaltungsumfeld liegt noch weitgehend brach, obwohl das Interesse der Leser an Special Interest-Themen sehr hoch ist und die Breite wie die Komplexität der Inhalte viel Raum für Diskussion, Erkenntnisgewinn und Erlebnis bietet.

Aus Sicht der Verlage lassen sich durch systematische und auf Langfristigkeit angelegte Veranstaltungskonzeptionen neue Wege in der PR-Arbeit beschreiten. Programmprofil und inhaltliche Kompetenz eines Verlages werden über austauschorientierte und emotionalere Formate erlebbarer. Themen können in unterschiedlichen Kontexten wiederholt, aber ohne Redundanz kommuniziert werden. Die – eher textlich ausgerichtete – Rezension als PR-Instrument wird um die direkte Vermittlung des Themas durch den Autor, der Dialog mit Beteiligten und gegebenenfalls eine durch andere mediale Elemente ergänzte Präsentation erweitert.

In diesem Workshop wird an konkreten Beispielen erarbeitet, wie der Einstieg in die Konzeption von Veranstaltungen im Special Interest-Umfeld gelingt und wie sich Veranstaltungen für die PR-Arbeit nutzen lassen.

#### **Inhalt:**

- Wie findet man geeignete Themen und Kontexte für Veranstaltungen?
- Welche Aspekte fließen in die Konzeption einer Veranstaltungsreihe ein?
- Wo findet man Partner und welche Erwartungen richtet man an die Zusammenarbeit?
- Wie setzt man Veranstaltungsreihen in der Praxis auf?
- Wie argumentiert und überzeugt man im eigenen Unternehmen?
- Welche zusätzlichen Kommunikationsmöglichkeiten bieten sich Verlagen, Special Interest-Themen über Veranstaltungen zu platzieren?

#### **Zielgruppe:**

Workshop, der speziell auf die Bedürfnisse der FachverlagskollegInnen eingeht.



#### **Die Referentin:**

**Dr. Dorothea Redeker** ist seit 2007 Inhaberin eines Beratungsunternehmens für die Buch- und Medienwelt. Schwerpunkte ihrer Tätigkeit sind: Strategieberatung / Konzeption neuer Geschäftsfelder, insbesondere im Bereich wissenschaftlicher Information, Fachinformation und Non-Fiction / Zusammenarbeit und Vernetzung von Geschäftspartnern / Fachcoaching für Führungskräfte / Studien und Marktanalysen

Vor ihrer Selbstständigkeit war Dorothea Redeker in verschiedenen Positionen für die Medien- und Informationsbranche tätig, u. a. als Marketingleiterin und Geschäftsführerin bei der Chemical Concepts GmbH (heute Wiley-VCH GmbH) und als Vertriebs- und Marketingdirektorin D-A-CH für die Ex Libris Group. Von 2004 bis 2007 leitete sie die Geschäftsstelle des Sortimenters-Ausschusses im Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. und schloss daran eine Promotion an der Goethe-Universität Frankfurt über die Zukunft des mittelständischen Buchhandels an. Die Ergebnisse wurden 2010 unter dem Titel „Quo vadis Buchhandel“ im Peter Lang Verlag veröffentlicht.

## Workshop Nr. 3:

### **Autorenvideos und Buchtrailer – Konzeption, Briefing, Produktion, Einsatz**

Videos sind ein unverzichtbares Werkzeug zur Vermarktung und Präsentation von Büchern geworden. Vor allem online – in redaktionellen Umfeldern, Blogs, Webshops und auf Verlagswebseiten – erwartet der Leser mittlerweile weitaus mehr als nur Inhaltsangaben und Buchcover.

#### **Inhalt:**

In diesem Workshop vermitteln Geschäftsführer Lars Koopmann und Produktionsleiter Daniel Stolba von der Hamburger Agentur LitVideo zunächst Hintergrundwissen über Geschichte, Stilformen, Konzeption und Einsatzmöglichkeiten von Buchtrailern und Autorenvideos anhand zahlreicher Beispiele. Danach wird vor Ort ein kleines Filmset aufgebaut, um gemeinsam mit den Workshopteilnehmern ein Autorenvideo zu produzieren, nachzubearbeiten und im Netz zu distribuieren.

#### **Zielgruppe:**

KollegInnen, die wissen wollen, worauf es bei der Trailerproduktion ankommt und wie Autoren gekonnt inszeniert werden.



#### **Die Referenten:**

Nach Betriebswirtschaftsstudium in Hamburg und England, gründete LitVideo-Inhaber und Geschäftsführer **Lars Koopmann** seine erste Agentur für deutsche mittelständische FMCG Unternehmen in London. Im Anschluss war er für einige Jahre verantwortlich für Business Development und Kooperationen bei Autoscout24 in München.

2005 startete er LitVideo mit dem Ziel, die führende Video-Produktions und -Distributionsagentur im deutschsprachigen Buchmarkt zu werden. Seitdem wurden über 100 Trailer produziert und ein Displaynetzwerk in über 100 Buchhandlungen installiert. Über die LitVideo Trailer-Datenbank können seit 2010 Videos in 99% der wichtigsten Online-Buchshops angeliefert und integriert werden.



**Daniel Stolba** studierte Kommunikationswirtschaft mit Schwerpunkt audiovisuelle Medien in Hamburg und arbeitete danach als Cutter, Regisseur und Grafiker für Werbefilm und Musikfernsehen. Ein Schwerpunkt lag dabei auf Konzertvideos, Interviews und animierten Werbespots für namhafte Künstler von Westernhagen bis Metallica.

2006 gestaltete er seinen ersten Buchtrailer und hat seitdem für LitVideo eine dreistellige Zahl von Produktionen durchgeführt, darunter Buchtrailer für Nele Neuhaus, Christian Rach und Don Winslow.

## Workshop Nr. 4:

### **Logisch kreativ! Konzipieren und kreatives Schreiben für Verlage.**

Das Seminar zeigt, wie Kommunikation systematisch geplant und kreativ umgesetzt wird. Schwerpunkte sind Konzeptentwicklung und kreatives Schreiben: Konzipieren bedeutet, stufenweise und zielführend zu denken. Wer Konzepte entwickelt, setzt besondere Fähigkeiten ein: analytisches und strategisches Denken, Entscheidungsvermögen und Kreativität. Gute Konzepte verhindern, dass Mittel falsch eingesetzt und Maßnahmenentscheidungen kontextunabhängig getroffen werden. Konzipieren heißt, aus logischen Gründen zu einer kreativen Lösung zu kommen und diese – auch in der textlichen Umsetzung – durchzuhalten.

#### **Inhalt:**

Das Seminar trainiert und reflektiert konzeptionelles Arbeiten in Teams. Nach einer Einführung in die Stufen eines Konzeptes und die Konzepttheorie entwickeln die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stufenweise am praxisnahen Fallbeispiel ein Konzept. In mehreren Zwischenpräsentationen werden die Ergebnisse diskutiert und individuelle Fragen zum Konzeptionsprozess beantwortet. Die Konzeptidee mündet in einer Textidee und auch in der Frage, was gutes Schreiben ausmacht. Zum Verständnis tragen viele Praxisbeispiele bei.

#### **Zielgruppe:**

Konzeptionsinteressierte, kreative Querdenker und solche, die frischen Input benötigen.



#### **Die Referentin:**

**Stephanie Bernouilly** (bis Sept. 2011: Stephanie Schmidt) studierte in Frankfurt/Main Bildende Kunst, Theaterwissenschaften, Germanistik und Philosophie und arbeitete während des Studiums in der Pressestelle des Schauspiels Frankfurt sowie bei PR-Agenturen. Einstieg 1993 in die neu gegründete Agentur Ahrens & Behrent (heute A&B ONE Kommunikationsagentur), langjährige Tätigkeit als Beraterin und ab 1999 Leiterin des Berliner Büros. Seit 2001 selbstständige Beraterin, Autorin und Trainerin für Konzeption und Kreatives Schreiben in Berlin und Frankfurt/Main unter anderem im Seminarprogramm der ARD/ZDF Medienakademie und der Deutschen Presseakademie. Aktuelle Kunden sind unter anderem der Deutsche Ethikrat, die Stiftung Bauhaus Dessau, verschiedene Bundesministerien, das Land Brandenburg, der WDR und der Naturschutzbund Deutschland. 2005 leitete Stephanie Schmidt die Kampagne zum Einsteinjahr.

2001 erschien „*Renée Hansen, Stephanie Schmidt, Konzeptionspraxis. Eine Einführung für angehende PR- und Kommunikationsfachleute mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenzwerg*“ im FAZ-Verlag (5. Auflage 2011).

Stephanie Bernouilly ist Gutachterin für Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Welthungerhilfe und Jurorin für den Tourismus-Preis des Landes Brandenburg.

## **Workshop Nr. 5:**

### **Raus aus dem Alltagstrott – Kreativtechniken**

Wenn wir Ruhe haben und entspannt sind, kommen die Ideen von ganz alleine. Aber wie sieht es unter Zeitdruck aus? Wer seine Ideen, Ziele und Wünsche verwirklichen will, braucht Methoden für einen effizienten Workflow. Nehmen Sie sich Zeit, um ihr kreatives Potential zu verstärken.

Etwas Knowhow genügt,

Um viel zu bewegen.

Viel zu verändern.

Viel zu erreichen.

Ein kreativer Tag kann der Anfang sein.

#### **Inhalt:**

##### DIE METHODEN

###### 1. KAIZEN

Darum braucht man ständig neue Ideen.

###### 2. BRAINGRIDS

So sammelt, verbessert, ordnet und verwirklicht man Ideen.

###### 3. IDEA EXCITATE

So begeistern Sie sich und andere für Ihre Ideen.

###### 4. DIE BILDERBOX

So findet man außergewöhnliche Antworten für die Lösung.

###### 5. SIN CLIENTES

So trainieren Sie Ihre kreativen Fähigkeiten.

###### 6. POMODORO

So nehmen Sie sich Zeit für Ihre Herzenswerke.

Zwischen den Anleitungen gibt es immer wieder Gelegenheit die Methoden auszuprobieren und die eigene Kreativität zu (re-)aktivieren.

#### **Zielgruppe:**

„Kreativer Reboot“ – offener Workshop, der jedoch gerade alltagsmüden KollegInnen frischen Wind bringen soll.



#### **Der Referent:**

Wie man Ideen einen visuellen Kick gibt, hat **Andreas Jacobs** an der Hochschule für bildende Künste in Braunschweig studiert. Nach seinem Studium, hat er eine Design-Agentur gegründet und zehn Jahre als Kreativer Kopf geleitet.

Heute konzentriert sich Andreas Jacobs als Redner und Berater voll und ganz auf den systemischen Prozess der Ideenfindung. In seinen Vorträgen, Ideenseminaren und Workshops begeistert er sein Publikum für kreatives Denken.

Andreas Jacobs ist Direktor der kaiserlichen Anstalt und Vorstandsvorsitzender der Allianz deutscher Designer, Deutschlands größtem Designerverband.

## **Workshop Nr. 6:**

### **Freischwimmer für SocialMedians**

Für viele KollegInnen gehört Social Media mittlerweile zum Arbeitsalltag. Die Aktivitäten sind im besten Falle bereits in die Kommunikationskanäle des Verlages eingebettet, die Ziele definiert, die Umsetzung geklärt ...

Wer den Kinderschuhen entwachsen ist und sich aktiv im Social Web bewegt, findet beständig Anstöße und Möglichkeiten, die neue Fragen aufwerfen und einen Austausch unter Gleichgesinnten sinnvoll machen.

#### **Inhalt:**

- Weg vom Wie, hin zum Warum und Womit und Wem
- SocialMedia als Unternehmensaufgabe / Workflows
- Ziele definieren und messen
- Kollaborative Tools
- Die kleinen alltäglichen Stolperfallen

#### **Zielgruppe:**

Für „alte Onlinehasen“, für die das Social Web tatsächlich Alltagsspielplatz ist!  
(Kein Anfänger-Workshop, es werden keine Grundlagen vermittelt!)



#### **Der Referent: Steffen Meier**

Ausbildung zum Verlagsbuchhändler bei den Ernst Klett Verlagen, Studium der Geschichtswissenschaft in Stuttgart. Danach Chefredakteur einer Stadtzeitung, freier Journalist, tätig in diversen Werbeagenturen und Systemhäusern. Über diverse hausinterne Stationen im Stuttgarter Fachverlag Eugen Ulmer seit der Jahrtausendwende Aufbau des Verlagsbereichs Online, dessen Leitung er innehat. Schwerpunkte sind dabei neue digitale Geschäftsfelder, E-Publishing, Mobile und Apps sowie SocialMedia.

## **Workshop Nr. 7:**

### **Verlagswelt goes mobile: App-Entwicklung für Verlage**

Wie wird das Verlagswesen mobil und wie wird es dabei seiner Zielgruppe gerecht? Mit welchen Ideen und Strategien geht man in den mobilen Markt? Auf welche Plattformen, Geräteklassen und Technologien sollte man heute setzen, um nachhaltig und erfolgreich an der mobilen Wertschöpfungskette teilzuhaben? Welche Best Practises gibt es bei Konzeption, Umsetzung und Betrieb? Welche Inhalte sind mobil relevant?

#### **Inhalt:**

Diese und andere Fragen werden bei dem Workshop eine Rolle spielen. Den Teilnehmern wird ein umfassender Marktüberblick über Anbieter, Geräte und Technologien gegeben. Ausgehend davon sollen mögliche Wege der "Mobilisierung" im Verlagswesen erarbeitet und diskutiert werden.

Zusammen mit den WorkshopteilnehmerInnen werden Best Practices analysiert, um daraus konkrete Ideen und erste Konzepte für die eigenen mobilen Strategien zu entwickeln und das Handwerkszeug zur Konzeption und Umsetzung von passenden Apps kennen zu lernen.

#### **Zielgruppe:**

KollegInnen, für die das Thema App-Entwicklung auf der Verlags-Agenda steht.



#### **Der Referent:**

**Reto M. Kiefer** studierte Theologie und Religionsphilosophie in Frankfurt und Zürich. Nach seinem Studium arbeitete er als Pressesprecher DACH für verschiedene asiatische High-Tech Firmen am Frankfurter Börsenplatz. Seit nunmehr 13 Jahren arbeitet er als Berater, Software Engineer und Projektleiter in der Informationstechnologie, zuletzt von 2005 bis Anfang 2011 als Geschäftsführer der Softwarefirma Coded Culture GmbH. Seither arbeitet er wieder als freier Berater mit dem Schwerpunkt "mobile" für Kunden wie Jack Wolfskin oder Oliver Wyman. Weiterhin ist er Geschäftsführer der 2009 gegründeten Screenion GmbH, einer Beratungsfirma, die sich auf PR im Internet und Social Media spezialisiert hat. Reto M. Kiefer arbeitet nicht nur als Berater für mobile Strategie und mobiles Business Development, sondern hat auch iPhone und Android Apps für internationale Kunden selbst entwickelt.

## **Workshop Nr. 8:**

### **Begegnung auf Augenhöhe – Gesprächsrunde zwischen PressesprecherInnen und Redakteuren**

Die meisten PressesprecherInnen pflegen Kontakte mit den Redaktionen von ZDF, 3sat, SWR & Co. – und doch bleiben häufig Fragen offen. Daher scheint eine lockere Gesprächsrunde die beste Möglichkeit zu sein, um sich über die gegenseitigen Erwartungen und Bedürfnisse in der Zusammenarbeit auszutauschen.

Am Freitag wird es für die Teilnehmer dieses Workshops eine ZDF-Führung geben, bevor es am Samstag heißt: Pressesprecher meets Presse.

#### **Inhalt bzw. grobes Fragenspektrum, das gerne auch vorab erweitert werden darf:**

- Kontaktaufnahme
- Materialanlieferung
- Themenauswahl / Interessen /Auswahlkriterien
- Exklusivität
- Sendeformate / Möglichkeiten / Ansprechpartner
- Redaktionsabläufe/Redaktions- bzw. Sender-Struktur
- (Weiter-)Verwertung /Aufbereitung von Beiträgen
- Interviews/Studiogäste
- Online - Unterschiede zum TV-Format (Aufbereitung, Redaktionsorganisation)
- eigene Pressearbeit des Senders
- Kommunikationskanäle – TV, Website, Social Media ...
- Sind ebooks ein Thema?

#### **Zielgruppe:**

Offener Workshop für alle KollegInnen, die an einem Austausch und der Klärung von Anspruch und Bedürfnis bei der Zusammenarbeit mit (TV-)Redaktionen haben.

#### **Die Referenten/Gesprächsrundenteilnehmer:**

Angefragt sind Redakteure aus unterschiedlichen Redaktionen von ZDF, 3sat, SWR. Bisher freuen wir uns auf Michael Schmitt, Martin Schöne, Tanja Lossau und Matthias Hügler. Die endgültigen Teilnehmer stehen jedoch noch nicht definitiv fest – wir aktualisieren dies aber zeitnah!