

1. PR im Verlag – Der Grundlagen-Workshop zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dieser Workshop vermittelt die Grundlagen der Pressearbeit in Buchverlagen. Anhand von vielen praktischen Übungen erhalten Sie Einblicke in die die Arbeit einer Presseabteilung in einem Buchverlag, schreiben Pressetexte, erstellen Pressepläne und bekommen Antworten auf Fragen wie:

- Wie werden Bücher aus den entsprechenden Genres am Besten vermarktet?
- Welche Medien, konkret Sendungen, Talkshows, Zeitungen, Zeitschriften, Web-Sites, Podcasts und Blogs sind aktuell für welche Bücher relevant und warum?
- Wie hat sich die Medienlandschaft verändert?
- Wie entwickelt man PR-Konzepte für Bücher und setzt diese erfolgreich um?
- Welche Arbeitsmittel werden in der Pressearbeit eingesetzt?
- Wie sieht die Zusammenarbeit mit den Journalisten aus?
- Wie hat sie sich verändert?
- Wie erstellt man einen Presseverteiler?
- Wie schreibt man Pressetexte?
- Welche Textarten sind für die Pressearbeit von Bedeutung?
- Welche (Presse-)Veranstaltungen machen Sinn, um auf das einzelne Buch aufmerksam zu machen? u. v. m.

Zielgruppe

Für Einsteiger*innen. Ein Muss für Volontär*innen, (Quer-)Einsteiger*innen und „Frischlinge“



© Frank Hanewacker

Dr. Daniela Völker ist seit über 15 Jahren in verschiedenen Positionen in der Penguin Random House Verlagsgruppe in der Pressearbeit tätig, zuletzt als Presseleitung der Heyne- und Ratgeberverlage. Nach ihrer Ausbildung im Buchhandel und dem Studium der Germanistik mit Schwerpunkt Literaturvermittlung und BWL volontierte sie bei der Collection Rolf Heyne, für die sie im Anschluss weiter tätig war, bevor sie zu Random House kam. Parallel promovierte sie über die Geschichte des deutschsprachigen Taschenbuchs und hatte Lehraufträge an den Universitäten in Bamberg, Innsbruck und München inne.

2. Wie wir generative KI für unsere Pressearbeit nutzen können

Sind generative KI-Anwendungen wie ChatGPT der iPhone-Moment auch für die PR? Für PR-Schaffende ergeben sich ganz neue Möglichkeiten, ihre Arbeit produktiver und kreativer zu machen – wenn man weiß, was KI-gestützte Tools leisten können und womit sie noch Probleme haben. In diesem Workshop erklärt Tech-Journalist Bernd Oswald, wie generative KI funktioniert und welche (technischen) Fallstricke sie hat. Im Zentrum des Workshops steht die Frage, wie PR-Schaffende generative KI am besten nutzen können: Was macht einen guten Prompt aus? Wie kommt man Schritt für Schritt zum gewünschten Ergebnis? Außerdem befassen wir uns mit ethischen und rechtlichen Fragen rund um generative KI-Tools.

Inhalte

- Technische Einführung: Wie funktioniert generative KI ganz konkret?
- Möglichkeiten und Limitationen von generativer KI
- Beispiele für KI-generierte Inhalte in Journalismus und PR
- ChatGPT, Dall-E und Co: Welche KI-Tools gibt es? (Text, Bild, multimodale Anwendungen)
- KI-Anwendungsfälle für die PR-Arbeit
- Praxis: Wie schreibt man gute Prompts für Chatbots und Bildgeneratoren
- Übung: Prompts schreiben und verfeinern
- Rechtliche Fragen beim Einsatz von KI

Zielgruppe

Offen für alle



© privat

Bernd Oswald ist freier Netz- und Tech-Journalist. Er arbeitet unter anderem im Netzwelt-Ressort von BR24. Darüber hinaus bietet er Seminare und Webinare für digitalen Journalismus an, vor allem zu den Themen Schreiben fürs Netz, Online-Recherche und Verifikation – immer auch mit einem Blick für nützliche Tools.

3. Blogger- und Influencer-Marketing

Was kostet ein Feed-Posting? Welche*r Influencer*in passt zu welchem Buch? Wie überzeuge ich sie von einer Zusammenarbeit? Erweitern Sie Ihr Wissen im Workshop „Effektives Influencer Marketing im Buchverlag“. Lernen Sie passende Influencer*innen zu finden, professionell anzusprechen und erfolgreiche Kooperationen zu gestalten. In interaktiven Gruppenarbeiten und anhand von Fallbeispielen werden praktische Übungen durchgeführt. Der Workshop vermittelt Grundlagen des Influencer Marketings, Identifikationsstrategien, Kooperationsmodelle und Erfolgsmessung. Der Workshop ermutigt dazu, die Potenziale des Influencer Marketings für die Verlagsbranche zu nutzen.

Zielgruppe

Offen für alle



© privat

Nina Bauer war jahrelang als Marketing Specialistin bei Benevento für den Aufbau und die Umsetzung des gesamten Bereichs Social Media verantwortlich. In dieser Zeit hat sie sich ein großes Netzwerk an Influencer*innen innerhalb und außerhalb der Buchbranche aufgebaut. Seit letztem Jahr arbeitet sie selbstständig im Bereich Social Media Marketing und betreibt eine kleine Agentur, die sich unter anderem auf das Influencer Marketing spezialisiert hat.

4. Book Tok und TikTok

TikTok ist kein neues Phänomen mehr, der Einfluss der Plattform und ihrer Nutzer*innen ist für bestimmte Zielgruppen und auch darüber hinaus in der Buchbranche unbestreitbar. Gerade jetzt kommen Fragestellungen auf, die langfristig und strategisch zu betrachten sind: Macht es für mich und mein Unternehmen Sinn, TikTok zu nutzen? Welche Funktionen und Formate sind wichtig und sinnvoll? Kann ich die Plattform auch ohne eigenes Profil zielführend und strategisch nutzen? In diesem Workshop werden die Themen Algorithmus und For you Page, TikTok Strategie, Content und TikTok Ads anhand vieler Best Practice-Beispiele und praktischer Übungen thematisiert.

Zielgruppe

Der Workshop richtet sich an all diejenigen, die bereits ein grundlegendes Verständnis für TikTok haben, jedoch gern tiefer einsteigen möchten und die Plattform nun auch aktiv in die eigene Marketing- und Kommunikationsstrategie einbinden möchten.



© privat

Tina Lurz ist Expertin für Social Media und Content mit Fokus auf den Literaturbetrieb. Bei LovelyBooks.de war sie verantwortlich für Marketing, PR & Social Media, bevor sie als Projektmanagerin auf Agenturseite wechselte. 2018 gründete sie selbst die Kommunikationsagentur ehrlich & anders mit, wo sie Social-Media-Konzepte und Kampagnen entwickelte und umsetzte, Autor*innen coachte und Literaturevents moderierte. Seit Januar 2022 arbeitet sie in diesen Bereichen als Freelancerin mit Autor*innen, Verlagen und Agenturen zusammen.

Mehr Informationen: www.tinalurz.de

5. Herausforderungen zeitgemäßer Führung: Remote Teams und laterale Führung

Das Thema Führung hat in den letzten Jahren unter dem Stichwort „New Work“ Komponenten bekommen, die die Anforderungen an den Umgang mit Mitarbeitenden stark verändert haben. Unter anderem die Ausweitung von Homeoffice-Angeboten, zunehmende Digitalisierung und die stärkere Berücksichtigung von Bedürfnissen der Mitarbeitenden stellen Führungsarbeit vor völlig neue Herausforderungen. Auf Basis von Beispielen aus der Praxis werden die Themen, die die Teilnehmenden aktuell beschäftigen bearbeitet. Verschiedene Ansätze kommen zum Tragen: Methodischer und theoretischer Input der Referentin, Austausch und Diskussion der Teilnehmenden untereinander sowie moderierte, kollegiale Beratung. Die ganzheitliche Herangehensweise erlaubt eine Lösungsfindung im jeweiligen spezifischen Kontext von Unternehmenskultur, Personalstruktur und Persönlichkeit/Stil der Führenden.

Zielgruppe:

Pressekolleginnen in leitenden Funktionen und (Projektteam-) Führungspositionen



© Lea Miriam

Kira von Moers arbeitet von Berlin aus seit 2006 selbstständig als zertifizierter Coach und Beraterin KMU. Nach einem Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Personal (FH) folgte eine langjährige Berufspraxis im Personalmanagement als Leiterin Personalentwicklung und als Personalleiterin bei den Verlagen Walter de Gruyter und Der Tagesspiegel. In ihrem Workshop möchte Sie Führungskräfte ermutigen und befähigen, sich mit den neuen Anforderungen aktiv zu befassen und die eigene Handlungssicherheit auch in Zukunft zu erhalten.

6. Promi-PR für Verlage mit Planung und Durchführung einer Pressekonferenz mit breiter Medienstreuung

Die Umsetzung von Pressekonferenzen, insbesondere mit prominenten Autor*innen, bedarf einer umfangreichen Planung und Organisation. Es müssen im Vorfeld viele Dinge beachtet werden, um eine gelungene Presse-Veranstaltung mit breiter Medienstreuung zu erreichen. In dem Seminar erarbeiten wir die einzelnen Schritte, das Timing und die Art der Medienansprache, sowie die Organisation vor Ort. Zunächst wird es einen theoretischen Teil geben, um später in kleinen Gruppen, selbst eine Pressekonferenz zu planen. Nach dem Seminar haben die Teilnehmer*innen das Handwerkszeug für eine erfolgreiche Umsetzung erlernt.

Inhalte

1. Bestimmung der Zielgruppe
2. Erstellung eines Presse-Verteilers
3. Planung der Pressekonferenz, Datum, Buchung Location, Ablaufplan
4. Einladungsmanagement
5. Versand des Presse-Materials, mediengerechte Ansprache
6. Organisation der Pressekonferenz, Buchung Technik, Mobiliar etc.
7. Durchführung und Betreuung vor Ort
8. Allgemeine Pressearbeit mit Promis

Zielgruppe

Offen für alle



© MKnickriem

Tina Schürmann studierte Kommunikationswissenschaft, Anglistik und Psychologie in Essen. Nach ihrem Abschluss zog es sie in die Hauptstadt, wo sie in einer Medienproduktionsfirma ein Volontariat als Fernsehredakteurin absolvierte und für verschiedenste TV-Sender tätig war. Anschließend arbeitete sie in der Marketingabteilung des Hauptstadtportals BerlinOnline, in der sie auch für den PR-Bereich zuständig war. Danach wagte sie den Schritt in die Selbstständigkeit und gründete ihre Agentur schürmann pr im Herbst 2002. Seit dieser Zeit betreut sie Kunden im Lifestylebereich, beliebte Kino- und TV-Schauspieler*innen und Autor*innen. Mit Sitz in der Metropole Berlin ist sie eingebunden in ein Netzwerk von Journalist*innen aller relevanten Medien und Spezialist*innen der angegliederten Branchen. Ihre langjährige Erfahrung und ihr Wissen gibt sie als Seminarleiterin weiter.

7. Medientraining für Presseleute: Souverän auftreten – charismatisch überzeugen!

Das überzeugende persönliche Auftreten spielt bei Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eine zentrale Rolle. Mit Souveränität und Authentizität überzeugen Sie bei Präsentationen, öffentlichen Auftritten, in Interviews oder bei Statements vor Kamera und Mikrofon. In diesem Workshop können Sie Ihre Auftrittskompetenz ebenso trainieren wie Ihre charismatische Ausstrahlung optimieren. Dazu zählen neben rhetorischen Fähigkeiten auch der gekonnte Einsatz der Körpersprache und der Stimme.

Dem Workshop-Charakter entsprechend, stehen im Mittelpunkt des Trainings die praktische Arbeit und die gründliche Analyse der individuellen Präsentation jedes Trainees mithilfe von Kamera-Aufzeichnungen. Denn durch eigene Erfahrungen lässt sich am besten lernen.

Inhalte:

- Rhetorische Techniken und Tricks beherrschen und anwenden
- Richtiger Einsatz von Gestik, Mimik und Stimme
- Botschaften formulieren, die ankommen
- Entwicklung von Stressresistenz und Selbstkontrolle in Krisenkommunikation

Zielgruppe

Offen für alle



Michael Harles ist Medientrainer und Kommunikationscoach für Top-Führungskräfte aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik. Er vermittelt dabei sein fundiertes Wissen über die Mittel erfolgreicher Kommunikation. Und er entwickelt individuell und praxisorientiert die kommunikative Kompetenz seiner Trainees. Nach dem Studium der Philosophie hat er in den Medien seine kommunikative Kompetenz beständig weiterentwickelt. Nach einer fundierten Sprecherausbildung beim Bayerischen Rundfunk war er als Moderator und Journalist im Radio tätig. Als Autor und Moderator großer TV-Formate für den BR und die ARD, kennt er die Tipps und Tricks für ein erfolgreiches Auftreten. Er ist auch als Buchautor und Videocaster aktiv.



8. Meet the Media

Wie gestaltet sich unsere Medienlandschaft auch in schwierigen Zeiten weiter? Welche Foren bieten Tageszeitungen, Hörfunk/Fernsehen und Blogger für die Verlags-PR? Der Workshop bietet die Möglichkeit, mit verschiedenen Berliner Journalist*innen ins Gespräch zu kommen, eventuell auch vor Ort in der Redaktion.

Journalist*innen:

Noch offen, Anfragen laufen

Zielgruppe:

Offen für alle

9. Meet the Veranstalter

Welche Veranstaltungsformate funktionieren gut? Welchen Vorlauf haben die einzelnen Veranstalter? Vor welchen Herausforderungen stehen Buchhandlungen bei Lesungen, welchen Stellenwert nehmen digitale Veranstaltungen jetzt ein, und wie können wir uns bei der Veranstaltungsarbeit alle besser und effektiver unterstützen?

In diesem Workshop setzen wir uns mit Berliner Veranstalter*innen zusammen, tauschen uns intensiv aus und entwickeln gemeinsam neue Ideen für die kreative Veranstaltungsarbeit.

Veranstalter*innen:

Noch offen, Anfragen laufen

Zielgruppe:

Offen für alle