

medien(ring)

# HF: Verkauf & Marketing

## Verkauf & Marketing

1. Einführung zu den neuen Anforderungen an den Vertrieb von Medienprodukten
2. Hörer behalten - Hörer gewinnen: Wie positioniere ich mich gegen andere Wettbewerber - auch und gerade in Zeiten knapper Werbebudgets
3. Vorstellung von branchenübergreifenden Beispielen (für den lokalen und regionalen Hörfunkmarkt)
4. Ideen zur Entwicklung eigener Vermarktungsideen und Vertriebsstrategien

Das Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Programmdirektoren und ihre Stellvertreter, Mitarbeiter aus den Bereichen Werbezeitenverkauf & Vertrieb.

Die Teilnehmerzahl ist auf 15 Personen begrenzt, Anmeldungen sind bis zum 30. Juni 2012 möglich.

Zielgruppe: Hörfunk

<b>Ansprechpartner</b>	<b>Ort:</b>	<b>Seminardatum:</b>	<b>Dauer:</b>	<b>Dozent:</b>	<b>Seminarpreis:</b>
Simona Vonau 0711925430 info@media-gmbh.de	Landesanstalt für Kommunikation Baden- Württemberg, Reinsburgstr. 27, 70178 Stuttgart	Mittwoch, 12 September 2012 - 18:00	10:00 Uhr	Alexander Zeitelhack	120,00 €

## TV: Regionale Sportberichterstattung

Dieses Seminar richtet sich in erster Linie an Volontäre mit bis zu 2 Jahren Berufserfahrung.

Die Inhalte des Seminars werden auf Basis der Teilnehmerwünsche gestaltet. Wir bitten darum, mit der Anmeldung eine kurze Berufsvita mit Bezügen Sportberichterstattung sowie entsprechende Inhaltswünsche mitzuteilen **bis spätestens 02. Mai 2012** ( an: [t.koenig@lfk.de](mailto:t.koenig@lfk.de) [2]).

Denkbar wären z.B. Beitragsanalyse, Moderation, Erstellung von aktuellen Beiträgen bzw. Hintergrundberichte oder Liveinterview.

Zielgruppe: TV

**Ansprechpartner**

Simona Vonau  
0711925430  
[info@media-gmbh.de](mailto:info@media-gmbh.de)

<b>Ort:</b>	<b>Seminardatum:</b>	<b>Dauer:</b>	<b>Dozent:</b>	<b>Seminarpreis:</b>
media GmbH	Donnerstag, 24 Mai 2012	10:00 - 18:00 Uhr	Olivier Luksch	75,00 €

# TV: Presse- und Medienrecht

## Presse- und Medienrecht:

1. Verfassungsrechtliche Grundlagen / kurze Darstellung der wesentlichen Inhalte des Presse-/Medienrechts
2. Öffentliche Aufgabe des privaten Rundfunks und der Presse; Auskunftsanspruch der Mitarbeiter des privaten Rundfunks gegenüber Behörden und von diesen beherrschten Privatunternehmen
3. Journalistische Sorgfalt
  - Prüfung von Wahrheitsgehalt und Quelle
  - Prüfung des Inhalts mit Schwerpunkt ?Allgemeines Persönlichkeitsrecht? - Problematik der identifizierenden Berichterstattung
4. Journalistische Sorgfalt
  - Zivilrecht: Unterlassung, Berichtigung, Schadensersatz, Geldentschädigung (Schmerzensgeld)
  - Strafrecht (Schwerpunkte: Beleidigung, Üble Nachrede, Verleumdung, Schmähkritik)
5. Haftungsfragen: Wer wird zur Verantwortung gezogen und wie teuer kann das werden?
6. Der Anspruch auf Gegendarstellung
7. Gerichts- und Kriminalberichterstattung: Von Anfangsverdacht bis Zeugenanhörung
8. O-Ton und Schnitt: Rechtliche Probleme bei der Bearbeitung (Das Recht am eigenen Wort)
9. Berichterstattung über Unternehmen ? Trennung von Programm und Werbung (?Schleichwerbung? und ihre Folgen nach dem ?neuen? Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb)
10. Haus- und Landfriedensbruch

Zielgruppe: TV

**Ansprechpartner**

Simona Vonau  
0711925430  
info@media-gmbh.de

**Ort:**

Regio-TV,  
Friedrichshafen,  
Regio TV  
Hauptstudio,  
Löwentaler Str.  
28, 88046  
Friedrichsh

**Seminardatum:**

Montag, 9 Juli  
2012

**Dauer:**

08:30  
- 16:30  
Uhr

**Dozent:**

Kurt  
Braun

**Seminarpreis:**

75,00 €

# TV: Storytelling

## Seminarziele:

Das Ziel des Seminars "Das ist die Geschichte!" erschließt sich aus dessen Aufbau: In fünf Schritten werden den Seminarteilnehmern alle entscheidenden Elemente, die für eine gute Erzählweise nötig sind, näher gebracht. Die fünf Schritte lauten:

1. "ERKENNE DIE GESCHICHTE!?" Welche Geschichten in den Medien überhaupt erzählt werden und in welche Kategorien sie eingeteilt werden können.
2. "VERKAUFE DIE GESCHICHTE!?" Warum es sich lohnt, vor dem ersten gedrehten Frame bereits die Anmoderation zu kennen.
3. "PLANE DIE GESCHICHTE!?" Wieso man auf manche Elemente für eine gute Geschichte nicht verzichten sollte.
4. "DREHE DIE GESCHICHTE!?" Weshalb man nicht alles dem Kameramann überlassen sollte.
5. "SCHNEIDE DIE GESCHICHTE!?" Was für eine Erzählweise für welche Art von Beitrag passt.

Durch diese fünf Schritte sollen die Teilnehmer das nötige Rüstzeug erhalten, um Beiträge selbst analysieren und damit kritisieren zu können. Und um in Zukunft besser erkennen zu können, welche Erzählweise für welche Geschichte die beste ist.

## Zielgruppe:

Das Seminar "Das ist die Geschichte" richtet sich an Berufseinsteiger. Meist sind die Teilnehmer Volontäre oder Redakteure im ersten Berufsjahr. Grundvoraussetzung ist, dass jeder Teilnehmer bereits den einen oder anderen Fernsehbeitrag in Eigenregie produziert hat. Jeweils zwei Arbeitsproben (möglichst keine tagesaktuellen Beiträge) werden mindestens vier Wochen zuvor als DVD dem Seminarleiter zur Verfügung gestellt. Die dazugehörigen Texte sollten dem Seminarleiter ebenfalls vier Wochen zuvor per Email gesendet werden. Eine kurze Arbeitsvita wäre ebenfalls sehr hilfreich. Entsprechende Informationen hierzu erfolgen nach Anmeldung (Email der Teilnehmer ist erforderlich).

Zielgruppe: TV

### Ansprechpartner

Simona Vonau  
0711925430  
info@media-gmbh.de

### Ort:

Media  
GmbH

### Seminardatum:

Samstag, 21 Juli  
2012

### Dauer:

10:00 -  
18:00  
Uhr

### Dozent:

Daniel  
Schmid

### Seminarpreis:

75,00 €

# TV: Reportertraining

## Reportertraining

"Fahr mal schnell dahin und mach´ einen 1:30er ??

**Zielgruppe:** Volontäre und Jungredakteure

Der Workshop richtet sich an RedakteurInnen/ReporterInnen die vor Ort selbst recherchieren und auch ihre eigenen Stücke machen, in denen sie auch als Reporter VOR der Kamera auftauchen. Ein Berufsbild, das immer mehr im TV Journalismus dem Alltag entspricht.

Vor allem im regionalen TV Markt ist das der Normalfall. Um hier optimal aufgestellt zu sein, braucht es ein System des Zeitmanagements ? individuell ? aber jederzeit abrufbar!

### 1. Teil ?Vor Ort ist alles anders?

- Aufgaben des Reporters - Producer UND Redakteur - die Rolle als ?eierlegende Wollmilchsau?!? Welche Aufgaben kann ich schaffen und welche stehen hinten an ?
- Das richtige Briefing, die richtige Recherche, die richtige Vorbereitung - welche Vorab-Infos bringen den entscheidenden Vorteil! Unterstützung der Redaktion
- Wer ist mein erster Gesprächspartner - welche Bilder brauche ich und wie wichtig sind Einzelinterviews auf der PK, am Tatort, auf der Sitzung, auf der Demo usw.
- Was kann ich drehen wenn ich keine Primär-Bilder habe?
- Der Dreh ? Kamera ? mein Freund und Helfer. Wie wichtig ist es im Team zu arbeiten und was macht mein Kameramann alleine? Wie positioniere ich Protagonisten, Antagonisten, Umfragen, Experten, Antexte. Wie wichtig ist die kleine Geschichte in der Großen?
- Aufsager mit der Hand in der Tasche? Grundregeln für den Reporter ? richtige Präsentation vor der Kamera und wie schaffe ich es einem statischen Aufsager trotzdem Leben einzuhauchen

Jetzt läuft die Zeit ?

### 1. Teil ?Die MAZ?

- Wie bereite ich den Film vor - Rückblick 1. Teil
- Struktur einer MAZ (kurzer Exkurs) Zusammenfassung
- Erst der Text und dann das Bild? Welches ist meine richtige Arbeitsweise und welche Arbeitsweise passt zu welchem Film?
- Richtiges ? schnelles ? präzises arbeiten unter Zeitdruck!
- Was lasse ich weg ? welche Arbeit kann ich unter den Vorgaben NICHT leisten!?

Der Workshop ist sehr praxisorientiert ? deshalb maximal 10 Teilnehmer.

**Jeder Teilnehmer sollte ein paar Filme von sich mitbringen, möglichst auch Aufsager, Reporterstücke und Co. Die in der Gruppe besprochen werden. Spannend und wichtig wäre im Vorfeld etwas über die Ausbildung und den beruflichen Standort der TeilnehmerInnen zu erfahren.** Die Unterlagen bitte mindestens 14 Tage vor Seminarbeginn an Hr. Schenk /Media GmbH zusenden ([schenk@media-gmbh.de](mailto:schenk@media-gmbh.de) [3]).

Zielgruppe: TV