

Klare Inhalte. Klare Botschaften

Peter Ewers, Coaching für Führungskräfte der
Unternehmenskommunikation

4 Thesen – 4 Arbeitsfelder

- ① Führungskräfte sind das Gesicht des Unternehmens, der Partei oder des Verbandes. Ein erfolgloser Auftritt in der Öffentlichkeit ist einer zu viel.

Rede- und Interviewtraining

- ③ Pressearbeit planen ist das eine. Treffende Erzählelemente zu finden und mit Bildsprache zu gestalten das andere. Unternehmensziele und Geschäftspolitik wollen intern und extern zielgruppengerecht übersetzt werden.

Storytelling

- ② Führungskräfte kommunizieren immer, selbst dann, wenn sie es gar nicht wollen. Der erste Eindruck braucht häufig weniger Zeit als Sie im 25-Sekunden-Statement bekommen.

Strategisches Themensetting

- ④ „Wo ein Rauch, da auch ein Feuer“ - die Krise richtig zu kommunizieren kann entscheidend sein, vor allem dann, wenn es wichtig wird.

Krisenkommunikation

Weitere Details erfahren Sie in diesem Kurzprofil.

Ansprechpartner für Sie ist

Peter Ewers
Adolf-Todt-Str. 2
D-65203 WIESBADEN
fon: +49 (0) 611 – 140 4866
mail@peter-ewers.eu

Kommunikation ist komplex. Überlassen Sie ihre Wirkung daher nicht dem Zufall. Investieren Sie jetzt direkt in Ihre Unternehmenskommunikation und kontaktieren Sie mich.

Publikationen zur Unternehmenskommunikation
finden Sie unter www.peter-ewers.eu

Rede- und Interviewtraining

Souveräne Kommunikation in schwierigen Situationen

Lernziele

Viele Menschen ziehen Rückschlüsse auf die Leistungsstärke, die Zukunftsfähigkeit und den Sympathiewert eines Unternehmens auf Grund der Art und Weise Ihres ganz persönlichen Auftretens. Ob für die zündende Rede vor der Belegschaft, Investoren oder einer „Schalte“ im Hörfunk oder TV – Sie wollen selbst erfahren, wie Sie kompetent und mit ruhiger Gelassenheit, ohne überheblich zu wirken, „überkommen“.

Optimale Vorbereitung für Ihren Auftritt

- im Unternehmen
- vor Kunden
- gegenüber Journalisten

Sichere mediale Wirkung und kompetente Ausstrahlung für

- Interviews
- Pressekonferenzen

- Hauptversammlungen, Fachkongresse, Reden
- Podiumsdiskussionen und Talk-Shows

Ich bereite Sie vor – gründlich und ergebnisorientiert! Nutzen Sie mein außergewöhnliches Trainingskonzept, das journalistisches Know-How mit subtiler Psychologie und Menschenkenntnis bündelt (langjährige Erfahrung als Ghostwriter und Führungskräfte-Coach).

Nutzen Sie die Image-Chance!

Ein erfolgloser Auftritt ist einer zu viel.

Festigen Sie vielmehr Ihr Profil und geben Sie durch eine überzeugende persönliche Präsenz Ihrem Unternehmen ein Gesicht.

Themen und Inhalte

Das Medientraining orientiert sich eng an Ihren konkreten Anliegen und Erfordernissen:

Beispiel: Ihre Rede vor der Hauptversammlung

Unter simulierten Bedingungen halten Sie vor laufender Kamera Ihre Rede, die Ihnen in Teilen oder auch vollständig vorliegt. In der anschließenden Videoanalyse erhalten Sie von mir professionelle Tipps in den Bereichen

- Umgang mit Lampenfieber und Stress
- Kreativität im Vortrag
- Sprechsicherheit durch souverän eingesetzte Rhetorik
- Optimierung der Mimik und Gestik
- Intensivierung des Stimmausdrucks

und setzen die gewonnenen Erkenntnisse auch sofort um. Im nötigen Feinschliff Ihrer

Mediendarstellung merzen wir Unsicherheit aus, weil sie Schwäche ausdrücken würde, und wir locken Sie als Persönlichkeit aus der Reserve, falls Ihr Ausdruck noch reserviert und damit distanziert wirken sollte.

Beispiel: Interview-Anfrage / Statement im Hörfunk

Auf der Jagd nach dem O-Ton ist für viele Journalisten jedes Mittel recht. Wer nach außen überzeugen will, der muss innerlich klar sein. Was werden Sie sagen?

- Vor einem „O-Ton-Jäger“ z.B. am Telefon fühlen Sie sich dann selbstbewusst und sicher und können positiv wirken, wenn Sie sich bereits im Vorfeld um die Kernbotschaften kümmern und diese im Ernstfall dann „einfach sitzen“.
- Falls Sie nicht sicher im Thema sind oder

einen unsicheren Standpunkt zu einer Frage haben - mit mir finden Sie es heraus.

- Die Checkliste mit allen relevanten Stichworten gehört zum A und O einer professionellen Statement-Vorbereitung. Falls noch nicht vorhanden, erstelle ich diese mit Ihnen.

Nach dieser inhaltlichen Aufwärmphase, die Ihnen die notwendige Klarheit bringen wird, werden Sie unter realen Bedingungen verschiedene Settings eines Statements im Hörfunk üben.

- Als Medienprofi vermittele ich Ihnen das nötige Handwerk und Know-how, um in dieser Interviewsituation mit dem Hörfunkjournalisten professionell umzugehen und Ihre Botschaften gekonnt zu platzieren.
- „In Fleisch und Blut“ gehen Ihnen die Inhalte erst dann über, wenn Sie sich intensiv mit ihnen beschäftigen. Ich vermittele Ihnen mnemotechnische Tricks, damit Ihre Checkliste der Statement-Vorbereitung im Kopf so erhalten bleibt und Ihre Aufmerksamkeit nicht dadurch verloren geht, weil Sie sich an irgend ein Konzept halten.
- Bewährte Methoden aus Stimmbildung und isometrischer Körperarbeit, um die Aufmerksamkeit und Wachheit auf Punkt abrufen zu können, runden den „performativen“ Bereich ab.

Übung macht den Meister! In immer neuen Settings, Ausgangslagen und Argumentationsketten erhalten Sie ausreichend Gelegenheit, den nächsten „Ernstfall“ nicht zu einem Kaltstart werden zu lassen. Dabei kommt der Humor nicht zu kurz. Sie entwickeln eine Routine, die Sie dennoch frisch und wach wirken lässt.

Beispiel: Journalistennachfragen bei der Bilanzpressekonferenz

Vor Beginn arbeite ich mich journalistisch in Ihre Inhalte ein und bereite gezielt zu Ihren Themen mögliche Nachfragen vor. Bei einer Bilanzpressekonferenz prallen in besonderer Weise Ihr Selbstbild, das Fremdbild und auch das medial zu vermittelnde Wunschbild aufeinander. Sie erarbeiten Methoden, mit denen es Ihnen gelingt,

- kritische Fragen gewinnbringend zu nutzen
- sicher zu sein in dem, worauf es ankommt
- authentisch zu bleiben, auch wenn es ernst wird, und
- mit Aufregung und Anspannung umzugehen.

Lassen Sie Ihre persönliche Präsenz für sich sprechen. Dazu ist es häufig erforderlich, die eigenen blockierenden Einstellungen zu lösen.

Sie können es sich ruhig leisten, die Ruhe zu bewahren. Nicht weil Sie glauben im Recht zu sein, sondern weil Sie über Sachinformationen verfügen, auf die der Bericht erstattende Journalist dringend angewiesen ist. Die Nachfragen in einer Pressekonferenz gehören nicht umsonst zur Kür der anwesenden Journalisten. Mit dem sicheren Ausdruck Ihrer Persönlichkeit schaffen Sie jene verbindliche Form, die es Ihnen ermöglicht, Ihre Anliegen glaubwürdig zu vertreten. Dabei trägt Ihr persönliches Image wesentlich zum Markenwert des Unternehmens bei!

Beispiel: Überfall-Interview / Krisen-PR

Lange vor einer Krise haben Sie sich systematisch auf mögliche Krisenfälle vorbereitet. Wenn Sie der Reporter vor dem Werkstor oder der Wohnungstür abfängt, dann haben Sie längst durch realistische Krisenszenarios für Ihr Unternehmen vorgesorgt. Dazu bereite ich Sie mit konfrontativen Interviews auf den Ernstfall vor.

- Ersparen Sie sich einen Imageverlust, indem Sie sich auf mögliche Krisenfälle rechtzeitig einstellen.
- Entwickeln Sie bereits jetzt überzeugende Argumente und Argumentationslinien.

Die vorigen Beispiele werfen ein Blitzlicht auf die Komplexität eines effektiven Rede- und Interviewtrainings.

- Es sind immer Sie persönlich und die Erfordernisse Ihres Unternehmens, die im Mittelpunkt des Medientrainings stehen.
- Im hochsensiblen Bereich der strategischen Kommunikation kann es kein Training „von der Stange“ in Fernkursen oder Akademien geben. Im Ernstfall stehen Sie eben auch allein vor der Kamera – dann aber gut vorbereitet!

Ich bereite Sie systematisch und nachvollziehbar auf Ihre entscheidende Rede, Konferenz oder Ihr Statement vor.

Stellen Sie sich bei allen Trainingsmaßnahmen auf überraschende und unkonventionelle Interventionen ein. Sie dienen allein dem Zweck, Ihre persönliche Medien Performance zu steigern.

Die optionale Kameraanalyse hat eine aufdeckende Wirkung und wird konstruktiv, anwender- und lösungsorientiert genutzt. Sie vermag jede kleinste Bewegung, jedes Wimpernzucken zu registrieren. Auf Ihrem Mitschnitt können Sie den Fortschritt selbst mitverfolgen und gestalten.

Ergebnisse und Ausblick

Jeder öffentliche Auftritt erzeugt Stress. Das ist eine völlig normale Erfahrung im Umgang mit sozialer Dominanz.

Von Führungskräften wird jedoch mehr erwartet: Sie sind das Gesicht des Unternehmens, der Partei, des Verbandes oder der Interessenvertretung. Niemand kann sich einen erfolglosen Medienauftritt leisten.

Durch die konsequente Vorbereitung im Medientraining & Coaching nutzen Sie die Image-Chance und hinterlassen in der Öffentlichkeit einen positiven Eindruck.

Wer im Scheinwerferlicht steht, muß die Situation gestalten. Dazu benötigt er mediale Aufmerksamkeit. Um diese medienwirksam zu nutzen, entwickeln wir gemeinsam

- überzeugende Argumente
- eine spannende Dramaturgie bei

- starker Überzeugungskraft und Ausstrahlung Ihrer Persönlichkeit.

Die Öffentlichkeit hat ein Interesse daran zu erfahren, wer sich hinter den gezeigten Verhaltensweisen versteckt. Oft wirken diese selbstbewusst, sind aber nicht echt.

Der erste Eindruck braucht häufig weniger Zeit als Sie im 25-Sekunden-Statement bekommen.

Zusammen mit dem individuellen Feedback hilft **Rede- und Interviewtraining** Ihnen entscheidend dabei

- Aufregung zu bewältigen
- die Kernbotschaft offensiv zu setzen
- störende Signale zu vermeiden und
- Ihre Stärken selbstbewusst und gewinnend einzusetzen.

Zielgruppe

Als Manager, der sich mit Fragen der strategischen Kommunikation auf Geschäftsfeld- und Gesamtunternehmensebene beschäftigt und entsprechende Entscheidungsverantwortung trägt, wollen Sie die strategischen Möglichkeiten, die sich Ihnen bieten, nutzen.

Verschaffen Sie sich das Rüstzeug, um in schwierigen Situationen souverän zu bleiben.

zum Beispiel:

- Mitglieder der Geschäftsleitung oder

Geschäftsbereichsleiter, die sich mit strategischen Fragen befassen und kommunizieren müssen

- Manager, die Führungsaufgaben mit strategischem Schwerpunkt erfüllen
- Vorstandsmitglieder und Manager, die unterstützend am strategischen Willensbildungsprozess mitwirken
- Leiter Unternehmenskommunikation
- Betriebsleiter

Peter Ewers – Coaching für Führungskräfte der Unternehmenskommunikation

- langjährige Tätigkeit als Ghostwriter für Führungskräfte der Wirtschaft (so verschwiegen wie effektiv)
- als Coach gerade mit den besonderen Bedingungen für Krisenkommunikation vertraut
- als Buchautor (Publikation im Bereich Unternehmenskommunikation) und Journalist dabei unterstützend, die Wirkung Ihrer Aussagen zuverlässig zu treffen – jetzt und in der Zukunft.
- seit 1997 tätig im Coaching für Führungskräfte mit umfangreicher Beratungspraxis zahlreicher CEOs und Verantwortlichen für die Unternehmenskommunikation (praktische Kompetenzen im sensiblen Feld: Wie würden andere CEOs entscheiden? Wie läuft es in anderen Unternehmen?)
- beste Referenzen zufriedener Auftraggeber

Sie brauchen das Training sofort? Vereinbaren Sie gleich Ihren individuellen Coaching-Termin.

Ansprechpartner für Sie ist

Peter Ewers Adolf-Todt-Str. 2
 D-65203 WIESBADEN
 fon: +49 (0) 611 – 140 4866
 mail@peter-ewers.eu

Publikationen zur Unternehmenskommunikation finden Sie unter www.peter-ewers.eu

Kommunikation ist komplex. Überlassen Sie ihre Wirkung daher nicht dem Zufall. Investieren Sie jetzt direkt in Ihre Unternehmenskommunikation und kontaktieren Sie mich.

Strategisches Themensetting, Storytelling

Wie Sie Themen finden, planen und effektiv platzieren

Lernziele

Die Integrität Ihrer Kommunikation zeigt sich an Themen und Inhalten. Machen Sie die Aktivität des Unternehmens begreifbar und erzählbar. Im harten Kampf um die Aufmerksamkeit lassen sich nur die interessantesten Ansätze platzieren.

- Sie wollen gute Geschichten zum richtigen Zeitpunkt gezielt auf die Agenda bringen.
- Sie möchten wissen, wie Sie Themen finden und ihren Einsatz strategisch planen können.
- Sie müssen spannende Storys entwickeln und wollen diese auch in den Medien wiederfinden.

Themen und Inhalte

Strategie

Strategisches Themensetting verschafft ihnen mehr Klarheit und Durchblick im Dickicht komplexer Unternehmenskommunikation.

- Wie sieht Ihre Strategie aus?
- Wie ist die Umsetzung organisiert?
- Wie verbessern Sie die interne Kommunikation?
- Wie entwickeln Sie den Außenauftritt weiter?

Mit meiner Hilfe formulieren Sie eine klare, fokussierte Strategie und halten diese durch. Mitarbeiter, Kunden, Partner und Anleger müssen verstehen können, wie sie funktioniert.

Ausführung

Strategisches Themensetting greift Ihr kommunikatives Handeln auf und liefert direktes Feedback, getreu dem Motto, "Sie können Ihre Kunden nicht ständig erfreuen, aber Sie dürfen sie niemals enttäuschen." Dabei hat das strategische Themensetting mehr mit dem operationalen Geschäft zu tun als Sie vielleicht denken oder Ihnen lieb ist:

- Wie etablieren Sie eine reibungslose betriebliche Ausführung, behalten diese

bei und wie wird genau das kommuniziert?

- Wie erreichen Sie Produkte und Dienstleistungen zu liefern, welche die Kundenerwartungen erfüllen? Wer spricht davon?
- Wie geben Sie Verantwortung nach unten ab, damit Mitarbeiter rasch auf veränderte Marktbedingungen reagieren können? Was sagen Sie?

An Themen für eine strategische Umsetzung mangelt es häufig nicht. In vielen Unternehmen bleibt jedoch die Frage offen:

- Wie wird das, was wir tun Thema unserer Kommunikation?
(Identität ist als Information redundant, als Story jedoch handlungsorientierend!)
- Wie sieht folglich die Strategie unseres Themensetting für uns aus?

Kultur und Struktur

Wer die Schwachstellen in den kommunikativen Abläufen des Unternehmens aufspürt, erhält sofort konkrete Vorschläge für eine strategische Setzung relevanter Themen.

Jedes Unternehmen ist anders und strategisches Themensetting muß genau hier seinen Ursprung nehmen.

- Mit meiner Hilfe können Sie Strukturen klarer unterscheiden, benennen und finden leichter Hebelpunkte zur Veränderung oder auch die feinen Stellschrauben zur Optimierung Ihres kommunikativen Geschäfts.
- Eine Road-Map der inhaltlichen Aussagen Ihrer Unternehmenskommunikation setzt konkret Impulse.
- Sie nutzen Methoden effektiver Themenfindung und Themensetzung.

- Sie beobachten systematisch Thementrends in den Medien.

Storytelling als Handwerkszeug

Auch für die beste Story interessiert sich niemand, wenn sie nicht interessant erzählt wird. Über konkrete und leicht nachvollziehbare Schritte lernen Sie Storytelling für die Unternehmenskommunikation kennen und als wichtigen Impuls für ihre Kommunikationsanliegen effektiv zu nutzen.

Ergebnisse

Neben den Methoden effektiver Themenfindung und Themensetzung nutzen Sie die systematische Beobachtung von Thementrends in den Medien. Sie erstellen für Ihr Unternehmen einen systematischen Themenplan anhand dessen Sie Ihre bisherige Strategie überprüfen. Effektives Monitoring von

Trends und Themen findet Niederschlag in einer Roadmap der Kommunikationsaktivitäten. Sie verstehen es gefundene Themen über Bildsprache und assoziative Verknüpfungen (Storytelling) erzählbar zu gestalten und beherrschen die Kunst der wirksamen Aufmerksamkeitsunterbrechung.

Zielgruppe

Als Manager, der sich mit Fragen der strategischen Kommunikation auf Geschäftsfeld- und Gesamtunternehmensebene beschäftigt und entsprechende Entscheidungsverantwortung trägt, wollen Sie strategisches Themensetting nutzen.

Verschaffen Sie sich die kommunikative Performance um zuverlässig und engagiert Positionierungsstrategien kommunikativ entwickeln zu können oder die Begleitung von IPO-, M&A-Transaktionen etc. souverän zu steuern.

zum Beispiel:

- Mitglieder der Geschäftsleitung oder Geschäftsbereichsleiter, die sich mit strategischen Fragen befassen und kommunizieren müssen
- Manager, die Führungsaufgaben mit strategischem Schwerpunkt erfüllen
- Vorstandsmitglieder und Manager, die unterstützend am strategischen Willensbildungsprozess mitwirken
- Leiter Unternehmenskommunikation
- Betriebsleiter

Peter Ewers – Coaching für Führungskräfte der Unternehmenskommunikation

- langjährige Tätigkeit als Ghostwriter für Führungskräfte der Wirtschaft (so verschwiegen wie effektiv)
- als Coach gerade mit den besonderen Bedingungen für Krisenkommunikation vertraut
- als Buchautor (Publikation im Bereich Unternehmenskommunikation) und Journalist dabei unterstützend, die Wirkung Ihrer Aussagen zuverlässig zu treffen – jetzt und in der Zukunft.
- seit 1997 tätig im Coaching für Führungskräfte mit umfangreicher Beratungspraxis zahlreicher CEOs und Verantwortlichen für die Unternehmenskommunikation (praktische Kompetenzen im sensiblen Feld: Wie würden andere CEOs entscheiden? Wie läuft es in anderen Unternehmen?)

- beste Referenzen zufriedener Auftraggeber

Sie brauchen das Training sofort? Vereinbaren Sie gleich Ihren individuellen Coaching-Termin.

Ansprechpartner für Sie ist

Peter Ewers Adolf-Todt-Str. 2
D-65203 WIESBADEN
fon: +49 (0) 611 – 140 4866
mail@peter-ewers.eu

Publikationen zur Unternehmenskommunikation finden Sie unter www.peter-ewers.eu

Kommunikation ist komplex. Überlassen Sie ihre Wirkung daher nicht dem Zufall. Investieren Sie jetzt direkt in Ihre Unternehmenskommunikation und kontaktieren Sie mich.

Krisenkommunikation

“Wo ein Rauch, da auch ein Feuer“

Lernziele

Selbst wenn Sie nichts sagen wollen: Ihre Reaktion auf vorhersehbare oder unvorhersehbare Ereignisse im Unternehmen kann schwerwiegende Folgen haben.

Ziel ist glaubwürdig und authentisch zu sein, vor allem in der Krise. Aber wie? Aus langjähriger Praxis und Erfahrung im Führungskräftecoaching lassen sich eine ganze Reihe von positiv-erfolgskritischen

Faktoren der Krisenkommunikation ableiten, die zu kennen für Ihr Führungshandeln äußerst hilfreich sein wird. Denn: Das Salz in der Suppe bleibt jene Wertschätzung, mit der Sie sich der Öffentlichkeit gegenüber zeigen. Zu den Zielen gehört daher das Wissen um:

- Was ist wichtig?
- Was muß kommuniziert werden?
- Wer sagt was? (One-Voice-Policy)
- Wer spricht wofür?

Themen und Inhalte

Lernen Sie

- das operative und kommunikative Krisenmanagement kennen,
- präventive Krisenkommunikation durch definitive Lösung von Schnittstellenproblemen und Zielkonflikten einzusetzen,
- zeitgemäße Kommunikationstechniken,
- den Umgang mit investigativen Journalisten zu schätzen.

Sie verstehen die erfolgskritischen Faktoren der Krisenkommunikation für sich zu nutzen:

- in der präventiven Kommunikation entwickeln Sie prägnante und damit „für den Fall der Fälle“ gut vorbereitete Frage-

und Antwort-Papiere und Fact-Sheets – glaubwürdig und authentisch,

- Sie tappen eben nicht in die „Glaubwürdigkeitsfalle“, weil Sie Konsequenzen ziehen und im Vorfeld eine Medienstrategie entwickeln bzw. überprüfen,
- Sie haben den Mut den „Whorst-Case“ zu denken und verstehen die Krise als Chance,
- Sie brodeln nicht weiter im eigenen Saft sondern betreiben aktiv Krisenprävention.

Lösen Sie Konflikte fair und ohne Polemik! Klare Inhalte und klare Botschaften leiten Sie sicher durch die Krise.

Ergebnisse

In diesem Intensivtraining mit besonders kleiner Seminargruppe für Führungskräfte und Kommunikatoren von Organisationen, Unternehmen, Verbänden und Behörden lernen Sie die Faktoren des Krisenmanagements kennen.

Sie erarbeiten einen eigenen Krisenplan, mit dem Sie

eine Krisensituation souverän managen und kommunizieren. Durch praxisnahe Übungen schaffen Sie sich für den Ernstfall passende Botschaften für Ihre internen wie externen Zielgruppen.

Zielgruppe

Als Manager, der sich mit Fragen der strategischen Kommunikation auf Geschäftsfeld- und Gesamtunternehmensebene beschäftigt und entsprechende Entscheidungsverantwortung trägt, wollen Sie die erfolgskritischen Faktoren der Krisenkommunikation nutzen.

- zum Beispiel:
- Mitglieder der Geschäftsleitung oder Geschäftsbereichsleiter, die sich mit strategischen Fragen befassen und kommunizieren müssen
 - Manager, die Führungsaufgaben mit strategischem Schwerpunkt erfüllen
 - Vorstandsmitglieder und Manager, die unterstützend am strategischen Willensbildungsprozess mitwirken
 - Leiter Unternehmenskommunikation
 - Betriebsleiter

Peter Ewers – Coaching für Führungskräfte der Unternehmenskommunikation

- langjährige Tätigkeit als Ghostwriter für Führungskräfte der Wirtschaft (so verschwiegen wie effektiv)
- als Coach gerade mit den besonderen Bedingungen für Krisenkommunikation vertraut
- als Buchautor (Publikation im Bereich Unternehmenskommunikation) und Journalist dabei unterstützend, die Wirkung Ihrer Aussagen zuverlässig zu treffen – jetzt und in der Zukunft.
- seit 1997 tätig im Coaching für Führungskräfte mit umfangreicher Beratungspraxis zahlreicher CEOs und Verantwortlichen für die Unternehmenskommunikation (praktische Kompetenzen im sensiblen Feld: Wie würden andere CEOs entscheiden? Wie läuft es in anderen Unternehmen?)
- beste Referenzen zufriedener Auftraggeber

Sie brauchen das Training sofort? Vereinbaren Sie gleich Ihren individuellen Coaching-Termin.

Ansprechpartner für Sie ist

Peter Ewers Adolf-Todt-Str. 2
D-65203 WIESBADEN
fon: +49 (0) 611 – 140 4866
mail@peter-ewers.eu

Publikationen zur Unternehmenskommunikation finden Sie unter www.peter-ewers.eu

Kommunikation ist komplex. Überlassen Sie ihre Wirkung daher nicht dem Zufall. Investieren Sie jetzt direkt in Ihre Unternehmenskommunikation und kontaktieren Sie mich.

Leitbild, Erfahrung und Tätigkeit

Peter Ewers, Coaching für Führungskräfte der Unternehmenskommunikation

Motto und Leitidee

Meine Unterstützung gilt Menschen, die durch Haltung, Wirkung, Authentizität und Glaubwürdigkeit ihre Anliegen und Überzeugungen öffentlich vertreten müssen und stets darum bemüht sind, dafür Verständnis und Vertrauen zu wecken.

Freiheit aushalten

Praxis

Vortragstätigkeit Erwachsenenbildung, Pressearbeit (Moderation von Pressekonferenzen, Redaktion und Lektorat von Presse- texten, -mappen, Thesenpapieren, Reden, Fachbeiträgen)

langjährige Arbeit als Ghostwriter (Reden, Fachbeiträge u.a.), mehrjähriges Medienclipping und Reporting im Bereich Umweltpolitik der Bundesregierung, strategisches Agendasetting zur Pressearbeit eines weltweit operierenden Maschinenbauunternehmens, Krisenkommunikation, Artikelredaktion (Frankfurter Rundschau u.a.), Buchredaktion und Lektorat, Buchpublikationen im Bereich Unternehmenskommunikation, Sport- und Musikwissenschaften, Medienberatung zum

Branding (Einführung eines Slogans, MA-Kampagnen, Agendasetting, Konzeptentwicklung für Kick-Off etc.), Führungskräftecoaching

Nutzen Sie meine Kompetenz und ausgedehnte Erfahrungswerte der Personalberatung und aus der Analyse der Biographien von mehreren hundert Fach- und Führungskräften, der Tätigkeit als Buchautor, Ghostwriter, Führungskräfte-Coach und Journalist im hochsensiblen Gebiet der Umweltpolitik. Gern helfe ich auch Ihnen dabei Schwerpunkte richtig zu setzen und Kernaussagen zu treffen.

Theorie

Studium der Germanistik und Medienwissenschaften (Paderborn 1992), Ausbildung in Chor- und Ensembleleitung (Paderborn 1995), Stimmbildung und Gesang, Tätigkeit als Konzertorganist Systemische Therapie (RGST, Köln), Gestalttherapie

(Fritz-Perls-Institut, Remscheid), Provokative Therapie (Frank Farrelly, USA), Neurolinguistische Programmierung (Bielefeld), Staatl. Zulassung als Psychotherapeut 1997

Kontakt

Kontaktieren Sie mich zur Absprache des genauen Vorgehens direkt. Terminierung und Abrechnungsmodalitäten werden individuell geklärt.

Telefonische Vorgespräche sind grundsätzlich honorarfrei.

Referenzen (Auswahl)

...
arte
Axel Springer AG, Berlin
Bertelsmann / arvato-Group
Bildungsinstitut der Betriebskrankenkassen
Büsing, Haller und Partner - Unternehmensberatung
Bundesvorstand Deutsche Aidshilfe e.V., Berlin
Dumont-Verlag, Köln
Galeria Kaufhof, Köln
Hauptverband der gewerblichen
Berufsgenossenschaften, Bonn
Mitsubishi Paper Mills, Bielefeld
Netcologne, Köln

PwC - Price Waterhouse Coopers, Düsseldorf
Landesregierung NRW, Abt. Fortbildung, Düsseldorf
Radio Köln
Sparkasse Köln-Bonn
Westdeutscher Rundfunk

...
und zahlreiche CEOs, Top-Executives und
Führungskräfte aus allen möglichen Branchen und
Bereichen mit ihren Themen, die ein breites
Spektrum von Unternehmenskultur und
Unternehmenskommunikation darstellen.

Nutzen Sie meine langjährige Erfahrung!

Kosten und Budget

Teilnehmerbeitrag

Intensivseminare mit besonders kleiner
Seminargruppe sind auf 5-9 Teilnehmer begrenzt
und dauern 2 Tage.

Das Teilnehmerhonorar für zweitägige Seminare
beträgt 1150,- EUR und für eintägige Seminare 690,-
EUR. Es gelten die AGB.

Tagessatz

Im Coaching für Führungskräfte der
Unternehmenskommunikation wird ein Tagessatz
von 1790,- EUR berechnet. Bei mehrtägigen
Aufträgen finden Rabatte Anwendung.

Die Kosten für das mögliche Kamerateam im Rede-
und Interviewtraining werden separat ausgewiesen
und ohne Aufschläge weitergegeben. Prüfen Sie
auch, ob professionelles Equipment vorhanden ist
oder von Ihrer Pressestelle, Parlamentsbüro etc.
bereitgestellt werden kann.

Sie brauchen das Training sofort? Vereinbaren Sie
gleich Ihren individuellen Coaching-Termin.

Ansprechpartner für Sie ist

Peter Ewers Adolf-Todt-Str. 2
D-65203 WIESBADEN
fon: +49 (0) 611 – 140 4866
mail@peter-ewers.eu

Publikationen zur Unternehmenskommunikation
finden Sie unter www.peter-ewers.eu

Kommunikation ist komplex. Überlassen Sie ihre
Wirkung daher nicht dem Zufall.
Investieren Sie jetzt direkt in Ihre
Unternehmenskommunikation und kontaktieren Sie
mich.