

RP-Wissen: Lernen, spannend zu präsentieren

(RP) Viele Menschen müssen häufig im Beruf den Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden Ausarbeitungen präsentieren und ihre Ideen „verkaufen“. Die Herausforderung besteht beim Präsentieren darin, das Publikum zu überzeugen. Aber das funktioniert nur, wenn die Präsentationen so gut aufbereitet sind, dass aufmerksam zugehört wird, und der Präsentierer nicht mit Nervosität zu kämpfen hat. Ansonsten droht die Gefahr, dass die Präsentation misslingt, dass die Ziele verfehlt werden.

Spannende Präsentationen hingegen sorgen für Aufmerksamkeit, Neugierde und regen zum Mitdenken an. Michael Moesslang, Trainer, Coach und Buchautor, fordert die Menschen auf, ihre Botschaft spannend und emotional – und damit auch überzeugend – in die Welt zu tragen. Er zeigt in dem Impulsvortrag, welcher Methoden sich Regisseur Sir Alfred Hitchcock, der „Master of Suspense“ (Meister der Spannung), bedient und welche wertvollen Tipps und Anregungen die Zuhörer für ihre Präsentation daraus ableiten können.

Der Vortrag findet am Dienstag, 26. Februar, ab 19 Uhr (Einlass ab 18.30 Uhr) bei der Rheinischen Post, Zülpicher Straße 10 in Düsseldorf-Heerdt statt. Nicht-Abonnenten zahlen für die Teilnahme 45 Euro, Abonnenten mit PremiumCard 35 Euro. Tickets sind nur im Vorverkauf erhältlich bei westticket unter der Telefonnummer 0211-27400410 oder bei folgenden Vorverkaufsstellen: Heinersdorff, Heinrich-Heine-Allee 24, NGZ-Geschäftsstelle, Niederstraße 42, Neuss.

Weitere Infos zur RP-Wissen Reihe gibt es auch im Internet unter der Adresse www.rp-premium.de/wissen.

FOTO: PRIVAT



Coach Michael Moesslang

Anzeige **heute**
center.tv
Wir stellen vor - Das Sozialkaufhaus „Wertvoll“
Der sportliche Wochenendrückblick - Wie schlugen sich unsere Vereine am Wochenende?
Der kulturelle Wochenausblick - Unsere Veranstaltungstipps

Düsseldorf Aktuell
Montag - Freitag, 17 bis 20 Uhr, über das Kabelnetz. www.centertv.de

SERIE MEINE AUSBILDUNG (28)

Werbearbeit braucht ausgefeilte Technik

Als angehender Mediengestalter beschäftigt sich Mathis Koritko (23) bei Fröbus Medien mit Werbung. Ob Flyer, Plakate oder ganze Prospekte, der Lehrling korrigiert Texte und platziert Bilder - meist nach genauen Vorgaben.

VON NICOLE SCHARFETTER
UND ANDREAS BRETZ (FOTOS)

DER BETRIEB In Sachen Werbung kennt sich Mathis Koritko (23) aus. Er macht eine Ausbildung zum Mediengestalter bei Fröbus Medien, mit Kreativarbeit hat sein Job aber nur im weitesten Sinne zu tun. Denn die meisten Kunden von Fröbus haben eine eigene Werbeabteilung. Mit einem groben Konzept wenden sie sich an das Düsseldorfer Unternehmen, „wir übernehmen dann die Reizeichnung und das Colormanagement“, sagt der 23-Jährige, der einen Auftrag bis zur Druckvorstufe begleitet.

Vor 140 Jahren wurde Fröbus Medien von Julius Fröbus gegründet, und das Unternehmen ist auch heute noch im Familienbesitz. Ururenkel Gerhard Hechteltjen ist Chef von rund 120 Mitarbeitern und betreibt drei Standorte - in Düsseldorf, Hürth und Montabaur.

DIE BEWERBUNG Wer sich bei Fröbus Medien bewirbt, darf Ecken und Kanten haben. „Ob Studienabbrecher oder Quereinsteiger - unsere Bewerber müssen nicht ganz so geradlinig sein“, sagt Ausbilder Marcel Heckmann. Abitur sollten sie aber schon haben, findet er, und ein Gespür für Gestaltung. Bereits zu Schulzeiten war Mathis Koritko ein kreativer Kopf. „Ich hatte Kunst im Abi und großen Spaß mit Bildern und Fotos zu arbeiten“, sagt er. Weil er keinen passenden Studiengang gefunden hat und er gerne Geld verdienen wollte, bewarb er sich bei Fröbus Medien. „Und mein kleiner Bruder hat letzten Sommer auch hier seine Ausbildung als Mediengestalter angefangen.“

DIE AUSBILDUNG Zu Beginn seiner Ausbildung übernahm Mathis Koritko einfache Aufgaben wie Textkorrekturen und kleine Layoutver-



In seiner Ausbildung zum Mediengestalter lernt Mathis Koritko die elektronische Bildverarbeitung - und Produktion zu lernen.



Diskutiert wird über Ideen und deren kreative und technische Umsetzung.

änderungen. Inzwischen ist der 23-Jährige im dritten Lehrjahr und bei der elektronischen Bildverarbeitung sowie der Produktion ein Profi. „Täglich gehen bei uns Bilder ein, die ich bearbeite, aufbereite und in einer Datenbank ablege“, sagt er. Photoshop beherrscht der angehende Mediengestalter im Schlaf. In der Produktion lernt Koritko eine Seite zu gestalten - ob Flyer, Plakate, Einleger oder Broschüren. „Ich platziere Texte, Bilder, Preise und Schlagzeilen und meistens habe ich genaue Vorgaben“, erklärt der Lehrling. Eigenen Ideen dürfe er aber trotzdem den Kunden vorschlagen, „schließlich gehört die Beratung auch zu unserem Job.“ Große Warenhäuser, die jede Woche an Haushalte mehrseitige Prospekte verschicken, Telefonanbieter oder private Firmen, die Schulungen veranstalten, zählen zu den Kunden von Fröbus Medien.

DIE BERUFSSCHULE Der Lehrplan von Mathis Koritko ist aufgeteilt: „Wir haben Fächer wie Deutsch, Wirtschaft und Politik, die die Allgemeinbildung stärken sollen und na-

NEWS TO USE

Allgemeinbildung der Azubis weiter stärken

Aktion Das Projekt „News to use“ der Rheinischen Post will Allgemeinbildung und Textverständnis durch Zeitunglesen fördern.

Bestandteile Entwicklung eines Verständnisses für komplexe Sachverhalte, Wissensfragen zu aktuellen Zeitungsinhalten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.

Abonnementpreis Unternehmen übernehmen den monatlichen Abopreis für ihren Lehrling. www.news-to-use.de

türlich berufsorientierte Felder“, sagt der angehende Mediengestalter. Farblehre und Typographie sind wichtige theoretische Bestandteile seiner Ausbildung, damit die Gestaltung in der Praxis auch gelingt. „Die Farben, die man auf dem PC sieht, entsprechen nicht immer den Druckfarben“, sagt der Lehrling. Und auch der Schrifttyp spiele bei Werbung eine große Rolle. „Bei einem Betonbauer verwende ich eine robuste Schrift, zu einem Blumengeschäft passt etwas schnörkeliges“, sagt Mathis Koritko.

DIE ZUKUNFT Weil seine Ausbildung sehr technisch und praktisch ist, spielt Mathis Fröbus mit dem Gedanken, sich nach seiner Abschlussprüfung im Frühjahr an einer Hochschule einzuschreiben. „Kommunikationsdesign wäre eine Möglichkeit“, sagt der 23-Jährige, der sich auch vorstellen kann, bei Fröbus Medien zu bleiben. „Wir übernehmen nicht jeden Azubi, die Gespräche mit Mathis Koritko stehen aber noch aus“, sagt Ausbilder Marcel Heckmann. Im Bereich Medien will Koritko aber in jedem Fall bleiben.

Düsseldorfer für Architektur-Preis vorgeschlagen

Das Architekturbüro RKW hat das Viertel Milaneo entworfen, das auf der Immobilienmesse Mipim als preiswürdig gilt.

(bro) Die Mischung von anspruchsvollem Wohnen und attraktiven Geschäften an einer Einkaufsmeile gilt als zukunftsweisende Idee. Deshalb hat das Düsseldorfer Architekturbüro RKW auch den Wettbewerb für das neue Shopping- und Wohnviertel am Mailänderplatz in Stuttgart gewonnen. Und der Entwurf hat in der Fachwelt Aufsehen erregt, er wird deshalb für einen Award auf der Immobilienmesse Mipim in Cannes vorgeschlagen.

„In dem neuen Viertel soll die Idee einer lebendigen europäischen Stadt deutlich werden“, sagt Dieter

Schmoll. Der Gesellschafter von RKW ist federführend für die Konzeption. Der urbane Charakter des Milaneo genannten Viertels, das von der Immobiliengesellschaft ECE entwickelt wird, soll zum Charakter der Stuttgarter Innenstadt passen. Die ist laut Schmoll nicht durch massive Blockrandbebauung geprägt, sondern durch einzelne Häuser, die dicht aneinander gebaut sind und durch ihre Gruppierung einen Block bilden. „Das neue Viertel nimmt diesen Charakter auf, die Randbebauung ist immer wieder aufgebrochen, es gibt Durch-



Das neue Viertel von Stuttgart ist durch Läden und Kaufhäuser und durch die Wohnungen mit den grünen Terrassen abwechslungsreich.

ANIMATION: RKW

gänge und Durchblicke“, erklärt Schmoll. Er nutzt zudem das ansteigende Gelände für eine besondere Anordnung der Gebäude: Die Läden und Kaufhäuser mit großen, teils zweigeschossigen Glasfassaden liegen auf mehreren Ebenen, darauf erheben sich dann die einzelnen Wohngruppen, die durch viel Grün auf Dachterrassen gegliedert ist.

Das Büro RKW ist für anspruchsvolle Geschäftsbauten bekannt. So wurde auch das Düsseldorfer Kaufhaus Sevens, das RKW entworfen hat, seinerzeit mit dem Mipim-Award ausgezeichnet.

RP ONLINE

Social Media

Online Recht

SEMINARE

Suchmaschinenoptimierung

Mobile

Online Werbung

Vorverkaufsstellen:

westticket & Heinersdorff
Heinrich-Heine-Allee 24, Düsseldorf
Mo-Fr 10-18 Uhr | Sa 10-15 Uhr

NGZ-Geschäftsstelle
Niederstraße 42, Neuss
Mo, Di, Fr 8.30-17.30 Uhr | Mi, Do 8.30-18 Uhr | Sa 8.30-12 Uhr

Kostenlose Bestell-Hotline:
0211 27 400 410
Mo-Fr 8-20 Uhr | Sa 9-16 Uhr | So und Feiertag 10-16 Uhr

*Bitte nennen Sie bei Ihrer Ticketbestellung den Buchungscode „PremiumCard“. Bei Fragen rufen Sie einfach unseren Leserservice an: 0800 32 32 33 3 (kostenlos). PremiumCard Bonus wird nachträglich Ihrem Bankkonto gutgeschrieben.

Rheinische Post | Zülpicher Str. 10, 40549 Düsseldorf

Onlinewerbung

Wie erreiche ich meine Zielgruppe optimal?



Donnerstag, 21. Februar 2013
Einlass 18.30 Uhr | Vortrag 19.00 - 20.30 Uhr
Referentinnen: Karin Struck und Yvonne Schimmer



Anhand konkreter Beispiele erfahren Sie, wie Sie Ihre Zielgruppe über das Internet noch besser erreichen und Ihre Geschäftsideen optimal präsentieren können. Lernen Sie von unseren Referentinnen, wie Sie das Internet für Ihre Werbung effizient und zielgerichtet nutzen.

Preise

Einzelveranstaltung
Einzelticket 59,90 €
Abonnenten 49,90 €

Buchung aller vier Veranstaltungen
Paketticket 199,60 €
Abonnenten 159,60 €

40 €
Ersparnis
gegenüber dem Einzelkauf

Jetzt anmelden und informieren,
auf www.rp-online.de/seminare oder
telefonisch unter 0211 27 400 410!