

## CREATIVE WRITING ALS SPANNENDES PR-TOOL

Es gibt viele Menschen, die gerne gut schreiben können würden. Doch nur wenige können es tatsächlich – weil es neben einer gewissen Grundbegabung auch fachlichen Wissens, Gespür für Sprache und des nötigen technischen Handwerkszeugs bedarf. Um gut, informativ und kreativ schreiben zu können muss man wissen, wie das geht. Erst dann gelingen spannende und informative Texte.

Auch wenn in der Unternehmenskommunikation Information im Vordergrund stehen sollte (vor allem bei guten Presstexten, bei denen es nicht auf Kreativität, sondern auf die Qualität der Information ankommt), ist es doch wichtig, kreative Einflüsse zuzulassen. Gerade in der modernen PR und im modernen Marketing spielt das Erzählen von Geschichten – also das Storytelling – eine immer wichtigere Rolle. Umso entscheidender ist es auch, zu wissen, wie man kreativ schreiben kann, ohne den Informationsgehalt zu vernachlässigen

Genau das lernen Sie an diesem Tag: wie man Ideen entwickelt, sie in das Kommunikationskonzept und in die Texte des eigenen Unternehmens integriert, und wie man sie schließlich auch in sprachlich einwandfreie und ebenso informative wie unterhaltsame Texte gießt. Und Sie erfahren außerdem, wie man Schreibblockaden löst, trockenen Texten den nötigen Schliff gibt, und wie man selbst mehr Spaß am Schreiben haben kann.

### PROGRAMM

- Schreibwerkstatt: Praktische Fingerübung in Creative Writing zum Einstieg
- Wie man schreiben soll – die Unterschiede zwischen sachlichen Informationstexten und kreativem Schreiben
- Warum man bei Presseausendungen nicht kreativ, sondern informativ schreiben soll – und wie das geht
- Von der Schreibblockade zum guten Text: Tipps und Tricks, wie man beim Schreiben in die Gänge kommt
- Wie Creative Writing in der Unternehmenskommunikation eingesetzt werden kann
- Schreibwerkstatt: Praktische Übungen in Creative Writing für Unternehmen mit Diskussion der Arbeiten

### REFERENT

#### Klaus Puchleitner, MA

Klaus Puchleitner ist Autor und Redaktionsmitglied des Wirtschaftsmagazins „trend“. Daneben betreibt er ein Blog unter [www.klauspuchleitner.blog](http://www.klauspuchleitner.blog) und schreibt als freier Journalist regelmäßig über verschiedene Themen für Medien wie „bestseller“, „Horizont“, „Golfrevue“ oder „Falstaff“. Er hat Publizistik studiert und darüber hinaus ein Journalismus-Studium ebenso abgeschlossen wie eine universitäre Ausbildung zum Fachmann für Public Relations. Er begann seine Berufslaufbahn als Redakteur des Wirtschafts-Wochenmagazins „industrie“ und wechselte dann in die Öffentlichkeitsarbeit. Vor seinem Wiedereinstieg in den Journalismus beim Nachrichtenmagazin „Format“ und später beim „trend“ hat er jahrelang als Kommunikationsexperte in Agenturen und Unternehmen gearbeitet, zuletzt als Bereichsleiter für Kommunikation in einem großen Telekom-Unternehmen. Puchleitner hat bisher zwei Sachbücher veröffentlicht – über das Thema Krisen-PR und über den Wiener Donauturm.

<b>Teilnehmeranzahl:</b>	bis zu 8 Personen
<b>Ort:</b>	APA – Austria Presse Agentur, Laimgrubengasse 10, 1060 Wien
<b>Ort Salzburg:</b>	Parkhotel Brunauer, Elisabethstraße 45a, 5020 Salzburg
<b>Dauer:</b>	09:00 bis 17 Uhr
<b>Termine:</b>	<a href="http://www.apa-campus.at">www.apa-campus.at</a> bzw. auf Anfrage
<b>Kosten:</b>	EUR 680,- exkl. USt. pro Person
<b>Kontakt:</b>	Mag. Christa Gruber, Mag. Andrea Puslednik Tel.: +43 1 36060 5313, Fax: +43 1 36060 5399, <a href="mailto:campus@apa.at">campus@apa.at</a>