

Leitfaden zum Selbststudium

Stand: 03/2020



Copyright 2008-2020

Hans-Peter Förster, J.-P.-Hebel-Weg 35, D-79737 Herrischried

Alle Rechte, auch des auszugsweisen Nachdrucks, vorbehalten.

Das Kopieren oder Scannen der Inhalte, oder Teile daraus, sowie das Verwenden der Inhalte für Aus- und Weiterbildung, Seminare, Vorträge etc. oder die Weitergabe der Dokumentation an Dritte ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Urhebers gestattet.

Markennamen:

Corporate Wording® ist eine in D-A-CH registrierte Wortmarke.

Die in dieser Dokumentation in Beispielen verwendeten Markennamen der jeweiligen Firmen unterliegen dem Schutz der Allgemeinen Warenzeichen-, Marken- oder Patentrechte.

©

Bildrechte (Uunterlagen, Homepage, Lernplattform)

© Fotolia: © alexandre zweiger, © arahan, © arsdigital, © Astock, © beermedia, © Bilderjet, © Carlos Arranz Pena, © drubig-photo, © Edler von Rabenstein, © Erhan Ergin, © fotomek, © Franck Boston, © Henry Schmitt, © imageteam, © inarik, © JISIGN, © John Takai, © lassedesignen, © lightpoet, © Mike-Fotografie, © Nikolai Sorokin, © Paulus Nugroho R, © Peter Kögler, © Péter Mács, © Petr Vaclavek, © pongsuwan, © raven, © Rido, © Sergej Khackimullin, © silvae, © styleuneeed, © Vladislav Kochelaevs, © 3dpixs.com

© MEV Foto-Galerie – mev.de

© Shutterstock: © Bukhavets Mikhail, © FreshPaint

© SGBS Bildarchiv

INHALTSVERZEICHNIS

| Kapitel | Seite |
|---|-----------|
| 1 BESCHREIBUNG DES LERNPAKETS | 5 |
| 1.1 Lektionen/Themen | 7 |
| 1.1.1 Lernziele | 8 |
| 1.2 Die Kurse im Einzelnen | 9 |
| 1.2.1 Schwerpunkt: CW-Strategie | 9 |
| 1.2.2 Schwerpunkt: Zielgruppen | 10 |
| 1.2.3 Schwerpunkt: Textgestaltung | 11 |
| 1.2.4 Schwerpunkt: Industrie 4.0 | 13 |
| 1.2.5 Schwerpunkt: Global CW (Englisch) | 14 |
| 1.3 Aufbau des Lernpakets | 15 |
| 1.4 Literaturstudium | 16 |
| 2 Lernpensum und Abschlüsse | 18 |
| 2.1 Lernnachweise (optional) | 18 |
| 2.2 Praktische Arbeit | 18 |
| 3 Herausgeber | 20 |

Guten Tag,

danke für Ihr Interesse am Corporate Wording Lernpaket zum Selbststudium.

Die Lernskripts und vertiefenden Lektüren umfassen rund 1.000 Seiten und stellen damit das umfangreichste Werk über Corporate Wording® (CW) für die Kunden- und Unternehmenskommunikation dar.

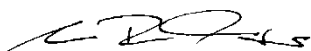
Die Inhalte wurden für einen schriftlichen Lehrgang erstellt, erstmals im Euroforum Verlag herausgegeben und seither weiterentwickelt. Später fand der Lehrgang Einzug in Schweizer Business Schools (ZfU in Thalwil und SGBS in St. Gallen). Parallel wurden die Unterlagen Studierenden der Ostbayerischen Technischen Hochschule (OTH in Amberg) bereitgestellt, die per Blended Learning (Kombination aus Vorlesung und Selbststudium + Lehrgang) das Studienfach Corporate Wording absolvierten.

25 Jahre Corporate Wording®: In Zeiten des Distance Learnings wurde das Lernpaket aktualisiert und mit dem CW-Büchern verknüpft. So wurde eine ergänzende Anleitung zum vertiefenden Literaturstudium geschaffen.

Neben den schriftlichen Lektionen und Readings enthält das Lernpaket je nach Thematik Beispiele aus der Rundfunk-PR, sowie Video- und TV-Werbung, ebenso praktische Arbeiten, die im Rahmen der Lehrgänge von Teilnehmenden entstanden sind. Teils wegweisende Prototypen. Lernkontrollen, vertiefende Lektüren von Fachexperten, Checklisten, Wörterdatenbanken und E-Books.

Weitere Lehr- und Lernmittel bereichern die didaktische Vielfalt. Teilnehmende nutzen praktische Tools wie den CW-Editor, mit denen sie Inhalte analysieren und optimieren können.

Sollten Sie das Lernpaket im Rahmen eines 1:1 Coaching, CW-Workshops oder CW-Projekts nutzen wollen, stehen wir Ihnen gern mit einem individuellen Angebot zur Seite!



Hans-Peter Förster sen.



Andreas Förster jun.

1 BESCHREIBUNG DES LERNPAKETS

| | |
|-----------------|--|
| <p>Ziele:</p> | <p>Corporate Wording: Sie lernen, wie Sie schriftliche Kommunikation mit Hilfe der CW-Strategie und der damit verknüpften Sprachmethode gezielt ausrichten.</p> <p>Texten wie ein Profi: Sie erfahren auf Grundlage des gleichnamigen Bestsellers, wie Sie durch gezielte Wortwahl die Wirkung von Kommunikation steigern und somit <u>mehr</u> Zielgruppen erreichen. Sie erhalten Hilfsmittel für eine treffsichere Ansprache von Zielgruppen (Typologietest, CW-Kompass etc.). Was bewusst fehlt: verheißungsvolle Patentrezepte. Ziel ist, aus der Wissensvielfalt je nach Lerntypus, Beruf und Arbeitsumgebung, die für Sie besten Methoden und Tools anzuwenden.</p> |
| <p>Inhalte:</p> | <p>Das Lernpaket setzt sich aus frei wählbaren Lektionen zusammen, die vier Themenbereiche rund um professionelles Texten behandeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategie - Zielgruppen - Textgestaltung - CW-Engineering. <p>Jede Lektion besteht aus</p> <ul style="list-style-type: none"> - einem Lernskript, - weiterführenden und vertiefenden Lektüren (Lernoptionen) sowie einer - Medienbibliothek mit Arbeitsunterlagen: darunter Hilfsmittel, Mustervorlagen, Audio- und Videobeispiele, Checklisten, Praxis-Beispiele und Literatur zum Vertiefen des Lehrstoffs. - zu jeder Lektion gibt es Übungsfragen und ein Formular für den persönlichen Lernnachweis (Lessons learned). |

| | |
|-------------------------|--|
| | |
| Empfohlenes Lernpensum: | Sie können lernen was, wann, wie und wo Sie wollen. Zeitaufwand je Lektion ca. 2,5 bis 3 h, abhängig davon, wieviel Zeit Sie für Übungen und für die praktische Arbeit (Konzeption und Umsetzung) investieren wollen. |
| Distance Coaching | Teilnehmer aus Unternehmen und Institutionen können optional Distance Coaching buchen, das nach persönlichen Zielen ausgerichtet ist. |
| Leistungsnachweise: | Corporate Wording® Testat Dazu sind Lernnachweise zu mindestens sieben Pflichtlektionen und zwei Wahllektionen einzureichen (Abgabe per E-Mail). Optional: Zertifikat - Lernnachweise zu mindestens neun Lektionen; - Abgabe einer praktischen Arbeit Ihrer Wahl, in der Sie die erlernte Strategie und Methode anwenden; - Teilnahme an einer schriftlichen Prüfung, |

1.1 Lektionen/Themen

| Bestandteile des Lernpakets | | |
|--------------------------------|---|---------|
| Schwerpunkt | Inhalt | Lektion |
| CW-Strategie | Identität braucht eine klare Sprache Werte definieren, Kern-Kompetenzen formulieren Was Marken-Wertebegriffe bedeuten und bewirken | 1 |
| | Text-Quality-Management CW-Projekte managen Erstellen eines CW-Manuals | 2 |
| Zielgruppen | Konsumentenverhalten: Wie ticken Ihre Kunden? Entdeckungsreise: Der Wording-Typologie-Test Die 4 Funktionen wirkungsvoller Unternehmenssprache | 3 |
| | Marketingziel: Mailing-Response steigern Mit Worten auf Lebenswelten und Milieus zielen Markenstark und kundennah texten | 4 |
| | Schriftliche (Kunden)Kommunikation optimieren CRM: In der Sprache der Kunden schreiben B-to/B-to-C Text-Bausteine und Musterbriefe entwickeln | 5 |
| Textgestaltung | Texten für die Sinne Wie Wörter wirken. Wörter zum Hören, Sehen, Fühlen | 6 |
| | Von der Idee zum Inhalt Argumente sammeln und „übersetzen“ Kreativitätstechniken: Woher Ideen nehmen? | 7 |
| | Regeln und Richtlinien Die sieben typischen Texter-Sünden Terminologie regeln: Klarheit schaffen | 8 |
| | Effizienz im eigenen Sekretariat Texte kürzen, Zeit und Kosten sparen Die wichtigsten Stilfehler vermeiden | 9 |
| | Besondere Text-Herausforderungen Presstexte, Stelleninserate, Technische Anleitungen optimieren | 10 |
| Industrie 4.0 | Digitalisierung als Chance nutzen: Strukturiertes Texten, Zielgruppen- und Live-Content als Textarchitekt generieren, Texte in CW DEUTSCH plus® "übersetzen", Terminologie verwalten, CW-Memory nutzen | 11 |
| Global CW | Colorword Communication (Englisch/Deutsch) for everyone who has to write on a regular basis and whose writings need to reach and impact the right audience | 12 |
| Optionale Prüfungen | 1. Lernnachweise zu 9 Lektionen | |
| | 2. Schriftliche Prüfung | |
| | 3. Einzel- oder Teamarbeit: Praktische Arbeit | |

1.1.1 Lernziele

Zur Abrundung der Lerninhalte empfehlen wir optional das ergänzende Literaturstudium. Dies erweitert Ihr Wissen rund um die CW-Strategie (Lektionen 1 und 2), um typologische Zielgruppen (Lektionen 3 bis 5) und um die zukunftsweisende Disziplin Industrie 4.0 mit CW-Engineering (Lektion 11).

Ergänzend zu den vorgenannten Lektionen vertiefen Sie Ihr Wissen rund um Corporate Wording® der 3. Generation.

- Sie erhalten eine Wegbeschreibung von der unternehmerischen Schreibkultur hin zum kundennahen CW-Engineering.
- Sie schärfen Ihren Blickwinkel vom Business-Modell zum Kunden-Modell.
- Sie erfahren, wie Sie schneller, smarter und strukturierter Informationen erstellen (lassen).
- Sie gewinnen Einblick, wie Sie in den Schaltzentralen von Kommunikation und Marketing kundennahe und markenstarke Informationen crossmedial verteilen.

Ebenso vertiefen Sie Ihr Wissen rund um die Kundenkommunikation der 3. Generation.

- Sie lernen alles über "Customer Translation" (CT) und die damit verknüpften Multi-Channel-Methoden für Print und Digital.
- Sie nutzen Identität und Image als CT-Instrument.
- Sie erfahren, wie Sie im Content Management den Aufwand für Schreibprozesse senken, Prozesse der Texterstellung optimieren und Textqualität sichern.
- Sie nehmen Einblick in die Strategie von Closes Loop Kampagnen und wie sich ein CT-Konfigurator im Idealfall anwenden lässt.

Nach jeder Lektion erhalten Sie Hinweise zur jeweiligen Literatur mit Angabe der betreffenden Seiten, mit denen Sie Ihr Wissen vertiefen können.

1.2 Die Kurse im Einzelnen

1.2.1 Schwerpunkt: CW-Strategie

Zwei Lektionen rund um Unternehmenssprache.

Ihr Nutzen:

Sie eignen Sie sich Grundwissen über die strategischen Aspekte und operative Erfolgsfaktoren der Unternehmenssprache an. Sie lernen, wie Sie ein CW-Projekt leiten und umsetzen.



Lektion 1:

Identität braucht eine klare Sprache

Trainingsunterlagen plus Online-Mediathek mit Checklisten, Fragebogen, Praxis-Beispiel etc.

Teilnehmer-Echo:

Ich habe gelernt, dass ein unverwechselbarer Sprachstil der Schlüssel zum Erfolg ist und ich konnte zur Übung den CW-Kompass-Fragebogen anwenden und das Ergebnis auswerten.



Lektion 2:

Text-Quality-Management

Trainingsunterlagen inkl. Lektüre „CW-Projekte managen, Team-Regeln erstellen“



Plus Literatur zum Vertiefen:

Ergänzend zum Lehrstoff erhalten Sie fundierte Fachliteratur im PDF-Format.

Corporate Wording 3.0, Frankfurter Allgemeine Buch

Förster & Förster

Corporate Wording – Strategie und Methode

E-Book, Autoren Förster/Rost/Thiermeyer

Teilnehmer-Echo:

Mit dem CW Master-Manual zu arbeiten, war es sehr praktisch, so konnte ich das Gelernte in die Tat umzusetzen.

1.2.2 Schwerpunkt: Zielgruppen

Drei Lektionen rund um Zielgruppen. Ihr Nutzen: Sie eignen sich umfangreiches Wissen über typgerechte Texten für kundennahe Kommunikation an.



Lektion 3:

Wie ticken Ihre Kunden?

Trainingsunterlagen inkl. Spezial-Lektüren:

- Der kleine Unterschied: Frauen- und Männersprache
- Emotional gesteuertes Verhalten: fühlen – handeln – denken
- CW-Vorträge planen, CW-Präsentationen meistern
- plus Online-Mediathek mit Beispielen (z. B. Kreuzfahrtmarkt) etc.

Teilnehmer-Echo:

Bewussteres Umgehen mit Worten und Formulierungen, da ich jetzt weiß, wie diese bei den unterschiedlichen Typen wirken.



Lektion 4:

Mailing-Response steigern

Trainingsunterlagen inkl. Lektüre „CW-Projekte managen, Team-Regeln erstellen“
plus Musterbriefe zur Analyse, Wording-Editor (freier Online-Zugang während des Studiums)



Lektion 5:

Kundenkommunikation optimieren

Trainingsunterlagen inkl. Lektüre „Professionelle Korrespondenz“



Plus Literatur zum Vertiefen:

Ergänzend zum Lehrstoff erhalten Sie fundierte Fachliteratur. Wissen aus erster Hand.

„Kundenkommunikation, Frankfurter Allgemeine Buch
von Andreas Förster
inkl. zielgruppenspezifischer Textbaustein-Sammlung

Zielgruppen-Wörterbuch

E-Book zum Nachschlagen.

Teilnehmer-Echo:

Ich lernte die typischen Schwachstellen in Texten kennen und konnte daraus durch eine Übung vier Grundregeln ableiten.

1.2.3 Schwerpunkt: Textgestaltung

Fünf Lektionen rund ums professionelle Texten.

Ihr Nutzen: In fünf Lektionen eignen Sie sich umfangreiches Wissen vom Bestseller-Autor über professionelles Texten an. Sie lernen, wie Sie Inhalte optimieren und Texte konstruktiv-kreativ zur „Serienreife“ bringen.'



Lektion 6:

Texten für die Sinne

Trainingsunterlagen inkl. Spezial-Lektüre:

- Schriftsprache: Zwischen Experiment und Erfahrung
plus Hörbeispiele für wirkungsvolle Rundfunk-PR

Teilnehmer-Echo:

Ich habe in diesem Kapitel erfahren, wie ich Kunden-Dialoge freundlich, professionell und schnell erstellen kann.



Lektion 7:

Von der Idee zum Inhalt

Trainingsunterlagen inkl. Lektüre „Das Briefing“

plus Mustervorlagen (Faktenbuch, Anleitung Themen inszenieren etc.)

Teilnehmer-Echo:

Kreativität ist erlernbar.



Lektion 8:

Regeln und Richtlinien

Trainingsunterlagen inkl. Lektüren

- Amtsdeutsch a.D.
- Deutsch = Deutsch? inkl. Präsentation
- Rechtschreibung: Die wichtigste Nebensache

Teilnehmer-Echo:

Ich lernte die typischen Schwachstellen in Texten kennen und konnte daraus durch eine Übung vier Grundregeln ableiten.



Lektion 9:

Effizienz im eigenen Sekretariat

Trainingsunterlagen inkl. Lektüren

- Effizient protokollieren
- Tipps zur Denk-, Schreib- und Ablagetechnik

Teilnehmer-Echo:

Diese Lektion macht deutlich, welch großen Einfluss Sprache bzw. Kommunikation hat. Das Bewusstsein ist auch in Alltagssituationen nützlich.



Lektion 10:

Besondere Herausforderungen:

- Presstexte schreiben
- Technische Anleitungen verfassen
- Stelleninserate optimieren

Trainingsunterlagen inkl. Lektüren „Pressekonferenzen planen und durchführen“
und für Seiteneinsteiger: „Zweitberuf Pressesprecher“

Teilnehmer-Echo:

Presstexte lassen sich auch nach der 4-Farben-Sprachmethode erstellen. Dank vieler Übungen bekommt man schnell ein gutes Gefühl dafür, wie man treffende Worte wählt. Beim Durchforsten von Stelleninseraten hat man jetzt einen anderen Blick.



Plus Literatur zum Vertiefen:

Ergänzend zum Lehrstoff erhalten Sie fundierte Fachliteratur.

„**Texten wie ein Profi**“, Bestseller bei Frankfurter Allgemeine Buch, aktuell in der 13. Auflage 2016

E-Book „**Wörterbuch für Profitexter**“

mit rund 5.000 typologisch codierten Wortideen zum Nachschlagen.
Frankfurter Allgemeine Buch: „Ein Novum in der Welt der Wörterbücher.“

1.2.4 Schwerpunkt: Industrie 4.0



Lektion 11:

Industrie 4.0: Inhalte industrialisieren

- Termini erfassen und Termbanken effizient nutzen
- CW-Memory zeitsparend anwenden
- Strukturiertes Texten für Zielgruppen- und Live-Content

Trainingsunterlagen inkl. Lektüre „Spar-Potenziale: Texte kürzen, Kosten senken“

Teile des Lernskripts wurde mit freundlicher Unterstützung der SDL Language Technologies, Hochschulprogramm, realisiert.

Teilnehmer-Echo:

Mit einheitlicher Terminologie werden Inhalte verständlicher. Besonders hilfreich finde ich die Terminologie-Extraktion. Ein schneller Weg zur eigenen Termbank. Mit den Tools spare ich viel Zeit. Dieses Skript dient mir als gute Anleitung.

1.2.5 Schwerpunkt: Global CW (Englisch)

Ihr Nutzen: Business- und Alltags-Psychologie für alle, die hier und jenseits des Atlantiks auf Verständnis und Erfolg treffen wollen. Die 4-Farben-Sprachmethode mit Wörterbuch für jeden, der hier, mit Amerika oder global typgerecht kommunizieren möchte.



Lektion 12:

Colorword Communication

Hans-Peter Förster, Andreas Förster, Katja Bressette

- Excellent communication, professional style
- Pleasant climate and attractive words
- Trainings for everyone who has to write on a regular basis and whose writings need to reach and impact the right audience

Trainings incl. Colorword Lexicon: 15,000 colorwords sorted from A to Z, attributed to the four typological target groups. The 3,700 most commonly used words sorted according to the four colors.

Response:

Why bother making a time-consuming and possibly expensive appeal when no one is listening? Colorword's Corporate Wording provides a straightforward, accessible way to understanding how to use words powerfully and to reach your intended audience. It allows one to construct the message that others will want to hear.

1.3 Aufbau des Lernpakets



Sie erfahren zu allen theoretischen Grundlagen den praktischen Nutzen. Sie lernen komplexe Zusammenhänge kennen und bekommen Funktionen erläutert. Die Inhalte sind ganzheitlich angelegt.



Beispiele aus der Praxis

Zu den Lernskripts gibt es ergänzendes Wissen, die Lektüren, sowie Praxisbeispiele, Nachschlagewerke und Lehr- und Lernmaterialien in der Medien-Bibliothek.



Vielfältige Übungen und Online-Textanalysen

Sie können das Gelernte sofort ausprobieren und eigene Lösungen erarbeiten. Sie setzen dabei auch die CW-Tools ein. Im Sinne des Life-based-Trainings können Sie jederzeit Ihre Texte nach verschiedenen Kriterien online prüfen. Sie erhalten sofort Auswertungen, Hinweise, Vorschläge und Alternativen.



Ihre Lernerfolge kontrollieren Sie mit Übungsfragen

Nach jeder Lektion können Sie Fragen mehrerer Schwierigkeitsstufen beantworten und selbst prüfen. Lösungen und Fallbeispiele unterstützen Sie beim selbstständigen Lernen und Üben.



Checkliste für den persönlichen Lernnachweis

Am Ende einer jeden Lektion erfassen Sie mit Hilfe einer Prioritätenliste mögliche Maßnahmen, die sich aus dem neu Erlernten ergeben. Die Lernnachweise sind für das Testat oder Zertifikat erforderlich.

1.4 Literaturstudium



Zur Abrundung des Lehrgang-Stoffes empfehlen wir ergänzendes Literaturstudium. Teilnehmer, die an einem 1:1 Coaching teilnehmen erhalten die signierten Bücher im Jubiläumsschuber "25 Jahre Corporate Wording" überreicht:



- **Texten wie ein Profi**
von Hans-Peter Förster
Besteller, 13. Auflage, Frankfurter Allgemeine Buch
- **Kundenkommunikation**
von Andreas Förster
Trendbuch, 2014, Frankfurter Allgemeine Buch
- **Corporate Wording 3.0**
von Andreas und Hans-Peter Förster
4. Neuauflage des Standardwerks, Frankfurter Allgemeine Buch

Infos zum Jubiläumsschuber: www.fazbuch.de

Ergänzend zu den vorgenannten Lektionen vertiefen Sie Ihr Wissen rund um Corporate Wording® der 3. Generation.

- Sie erhalten eine Wegbeschreibung von der unternehmerischen Schreibkultur hin zum kundennahen CW-Engineering.
- Sie schärfen Ihren Blickwinkel vom Business-Modell zum Kunden-Modell.
- Sie erfahren, wie Sie schneller, smarter und strukturierter Informationen erstellen (lassen).
- Sie gewinnen Einblick, wie Sie in den Schaltzentralen von Kommunikation und Marketing kundennahe und markenstarke Informationen crossmedial verteilen.

Ebenso vertiefen Sie Ihr Wissen rund um die Kundenkommunikation der 3. Generation.

- Sie lernen alles über "Customer Translation" (CT) und die damit verknüpften Multi-Channel-Methoden für Print und Digital.
- Sie nutzen Identität und Image als CT-Instrument.
- Sie erfahren, wie Sie im Content Management den Aufwand für Schreibprozesse senken, Prozesse der Texterstellung optimieren und Textqualität sichern.
- Sie nehmen Einblick in die Strategie von Closes Loop Kampagnen und wie sich ein CT-Konfigurator im Idealfall anwenden lässt.



LERNPENSUM UND ABSCHLÜSSE

2.1 Lernnachweise (optional)



Lernnachweis-Lektion 1

Nach Studium einer Lektion füllen Sie einen Fragebogen mit je vier Fragen aus und schicken uns diesen per E-Mail. Jede Frage ist kurz und bündig mit ca. 300 Zeichen Textumfang zu beantworten.

Aus den Antworten soll erkennbar sein, dass Sie die Inhalte verstanden und Sie einen praktischen Nutzen daraus gezogen haben.

Zum Erlangen des CW-Zertifikats müssen die Fragebögen zu 9 Lektionen **vollständig ausgefüllt** eingereicht werden.

2.2 Praktische Arbeit

Einzelarbeit: Praktische Arbeit, das Medium ist frei wählbar.

Projektarbeit: im Team Fallstudie bearbeiten

Beispiele bisheriger praktischer Arbeiten:

- Videoproduktion: Stadttheater-Werbung vier Varianten für vier Zielgruppen
- Facebook-App: Textanalyse nach der 4-Farben-Sprachmethode
- Zielgruppentypische Anzeigen für ein Reisemagazin
- Gezielter Einsatz von typologischer Werbung im Internet-Radio
- Mitglieder-Werbung für einen Sportverein nach der Z-Methode
- Konzeption einer Typologie-App für einen Online-Shop
- Typologiegesteuerte Webseite für einen Gasthof
- Flyer für eine Goldschmiede
- Konzeption CW-Analyse-Tool (Typo3-Extension)
- Speisekarten-Konzeption für eine italienische Café-Bar
- Analyse-App für Bewerbungsschreiben

Ziel der praktischen Arbeit ist es, optional den Nachweis zu erbringen, dass Sie die CW-Strategie, die 4-Farben-Sprachmethode und die CW-Typologie konzeptionell anwenden und praktisch umsetzen können.

Die praktische Arbeit setzt sich aus zwei Teilen zusammen:

- a) Konzept
- b) Umsetzung

Das Konzept mit ca. 10 Seiten Umfang sollte die Grundlagen kurz beschreiben (CW Definition, vier Grundfunktionen der Sprache, vier Grundtypologien, vier Farbcodes), dann das Ziel Ihrer PA und die daraus abgeleitete Strategie und Maßnahme zur praktischen Umsetzung.

Wichtig: Begründen Sie, wie Sie von der ersten Idee zur strategischen Lösung gekommen sind, welchen Nutzen Ihre Vorgehensweise hat und mit welchem Resultat Sie rechnen oder welche Wirkung und Resonanz Sie beim Empfänger beabsichtigen. Beschreiben Sie, wie die einzelnen Schritte, Maßnahmen, Inhalte und Medien zusammenhängen.

Bei zeitaufwändigen, multimedialen Lösungen ist ein Storyboard bedeutender als die Produktion. Bei Konzepten für Apps, Homepages etc. genügen neben der Beschreibung Screenshots, welche den konzeptionellen Aufbau und den praktischen Nutzen vermitteln. Bei Flyern, Anzeigen etc. ist das sprachliche Umsetzen wichtiger als das visuelle Gestalten. Hier genügt es, wenn man die visuelle Verknüpfung mit dem Textkonzept nachvollziehen und den roten Faden deutlich erkennen kann.

Sie können reale oder fiktive Unternehmen, Institutionen, Produkte und Dienstleistungen in den Mittelpunkt Ihrer Arbeit stellen.

Wenn Sie lizenzfreies Material verwenden, können wir besonders gelungene Arbeiten in die Medienbibliothek stellen. Die Arbeit "Speisekarten-Konzeption" von der OTH-Teilnehmerin Dominique Groß wurde auszugsweise im Buch "Kundenkommunikation" von Andreas Förster, Frankfurter Allgemeine Buch, vorgestellt.

3 HERAUSGEBER

Hans-Peter Förster sen.

CW-Begründer/Markeninhaber, Autor

Andreas Förster jun. MBA

Dipl. Consultant SGBS®, CW-Partner, Autor

**Sämtliche Anfragen, Unterlagen wie Lernnachweise, Konzept/Exposé
und praktische Arbeit bitte an folgende E-Mail-Adresse:**

foerster@wording.de

