

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule  
Murbacherstrasse 3,  
CH-6003 Luzern  
Tel. +41 41 226 33 33 / [www.maz.ch](http://www.maz.ch)

Luzern, 29. Juni 2012

## MEDIENMITTEILUNG

### Zertifikate für Social-Media-Fachleute

18 Teilnehmende schlossen Ende Juni 2012 am MAZ den dritten Lehrgang zu Social Media ab. Im «Kompaktkurs Social Media – Unternehmen im Dialog» befassten sie sich während drei Monaten mit Facebook, Google+, Twitter, YouTube und anderen Netzwerken bzw. Plattformen aus der Optik der Unternehmenskommunikation. Sie lernten zusammen mit Profis, Social Media strategisch zu beurteilen, Auftritte zu planen, Dialog per Social Media in die interne und externe Kommunikation (auch in Krisensituationen) einzubetten und die Wirkungen zu überprüfen.

Der «Kompaktkurs Social Media – Unternehmen im Dialog» (Leitung: Frank Hänecke), umfasste zehn Präsenztage in rund drei Monaten. Der auf elf Tage erweiterte nächste Durchgang beginnt im August und dauert bis Dezember 2012.

Abgeschlossen haben:

Christina Aenishänslin, CONTACT groups.ch, Liestal  
Sonia Baumann, Planet GmbH, Luzern  
Christine Beuret, Wyss Samen und Pflanzen AG, Zuchwil  
Gernot Bilz, LGT Group, Vaduz  
Andreas Christen, Amnesty International (Schweizer Sektion), Bern  
Ramona Gisler, DataStore AG, Spreitenbach  
Sabine Gori, Credit Suisse, Zürich  
Anne-Lise Hilty, GGG Stadtbibliothek Basel, Basel  
Renata Kubova, Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft (SGG), Zürich  
Didier Küng, PMS Print & Multimedia Solutions AG, Zürich  
Dominik Lehmann, CURAVIVA Schweiz, Bern  
Judith Niederberger, Aarau  
Bettina Schmidt, Schaffhausen  
Rebekka Stutz, ZFV-Unternehmungen, Zürich  
Bianca Theus Sommer, Stiftung Künstlerhaus Boswil, Boswil  
Sonja Westfeld, Paul Scherrer Institut, Villigen  
Dagmar Wurzbacher Strässle, Stiftung Kinderdorf Pestalozzi, Bern

Zertifikate der MAZ-Abteilung für Kommunikationsprofis gab es für jene, die eine anspruchsvolle Konzeptarbeit verfasst haben, mit der Gelerntes vertieft und gleich in die Praxis umgesetzt wird - was bei den Absolventen als wichtigster Vorteil gegenüber anderen Social-Media-Kursen gilt.

Die kursbegleitenden Konzeptarbeiten haben sich seit dem Pilotkurs anfangs 2011 übrigens erheblich verändert. «Waren es damals hauptsächlich Einzelkonzepte und Strategien für Facebook-Auftritte, so sind es jetzt mehrheitlich Gesamtstrategien für Social-Media-Präsenzen», stellt Daniela A. Caviglia fest, die als MAZ-Dozentin die Konzepte betreut.

Entsprechend hat sich auch das Engagement der Teilnehmenden und der Umfang der Berichte stark erhöht. «Die Entwicklung hin zu Gesamtstrategien lässt das kommunikative Potenzial eines Unternehmens so viel besser ausschöpfen, was die Wirkung der Social-Media-Präsenzen erhöht und den Aufwand spürbar reduziert.»

Auskunft erteilt:  
Frank Hänecke, Dr. phil.  
Studienleitung MAZ  
[frank.haenecke@maz.ch](mailto:frank.haenecke@maz.ch)

Besten Dank für Ihre Publikation.

Freundlich grüsst  
Sylvia Egli von Matt, Direktorin MAZ