

# HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft  
in Zürich

# maz

KOMMUNIKATION

## CAS MEDIA RELATIONS 2020

Ein Kooperationsangebot des MAZ und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

## CAS MEDIA RELATIONS 2020/21

Die vertrauensvolle Beziehung zu den Medien ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Kommunikation von Unternehmen, Verwaltungen und Verbänden. Und deshalb eine Sache für Profis, die ihr Handwerk verstehen. Die über strategisches Know-how verfügen, Chancen und Risiken ihrer Arbeit kennen und genau wissen, wie Medien funktionieren. Im täglichen Kampf um Aufmerksamkeit kommt es mehr denn je darauf an, den Nerv der Redaktionen zu treffen: durch stichhaltige Informationen, offensives Themen-Setting und gekonnt aufbereitete Storys. Im CAS Media Relations optimieren Sie Ihre dafür erforderlichen Skills. Sie trainieren, wie Sie glaubwürdig mit Journalisten kommunizieren, noch sicherer vor Mikrofon und Kamera auftreten - auch unter Druck - und Krisensituationen professionell meistern.

Alle unsere Dozierenden kommen aus der Praxis; als Teilnehmer profitieren Sie von ihren reichen Erfahrungen. Der Unterricht wird in Kleingruppen durchgeführt. Ein Schwerpunkt des CAS ist die fortschreitende Digitalisierung der Medien.

Getragen wird der CAS Media Relations vom MAZ und von der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich. Der Studiengang kann als Wahlmodul des MAS Business Communications belegt werden. Sie können den Lehrgang auch an die MAS-Programme des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern - Wirtschaft anrechnen lassen. Ihre Studienleiterin berät Sie gerne.

Zielgruppe	Kommunikationsfachleute, Medien- und Informationsbeauftragte in Unternehmen, Verwaltung und Verbänden mit mehrjähriger Erfahrung in der Unternehmenskommunikation.
Voraussetzungen	Abgeschlossenes Hochschulstudium und Berufspraxis. Teilnehmende mit mehrjähriger Berufspraxis können auf Antrag «sur dossier» zugelassen werden. Die Zulassung erfolgt aufgrund des Bewerbungsdossiers, inklusive eines Motivationsschreibens und eines Aufnahmegesprächs mit der Studienleitung.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Sie erhalten vertieftes Wissen über den Medienwandel und dessen Einfluss auf Ihre Medienarbeit.</li> <li>_ Sie reflektieren die Rolle und Aufgabe Ihrer Medienarbeit als erfolgsentscheidende Disziplin der gesamten Unternehmenskommunikation und kennen die medienrechtlichen Rahmenbedingungen.</li> <li>_ Sie schärfen Ihre Konzept- und Schreibkompetenz.</li> <li>_ Sie sind fit in der digitalen Medienarbeit und können die entsprechenden Tools zielführend einsetzen.</li> <li>_ Sie verfeinern Ihre Aufttritts-, Interview-, Präsentations- und Moderationskompetenz.</li> <li>_ Sie meistern Krisen und die Anforderungen an ein nachhaltiges Reputationsmanagement.</li> </ul>
Dauer/Termine	<p>18 Kurstage zwischen dem 17. September 2020 und 24. Februar 2021 (8 Module à je 2 oder 3 Tage) plus Prüfungs- und Abschlusstag. Entspricht 12 ECTS-Punkten.</p> <p>Selbststudium, Vorbereitung und Gruppenarbeit: Zeitbedarf abhängig von Vorkenntnissen und Erfahrung.</p> <p>Kurszeiten: 09.15 bis 16.45 Uhr</p>
Aufnahmeverfahren	<p>Anmeldung online und Bewerbung mittels Dossier per E-Mail. Dieses umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ Lebenslauf</li> <li>_ Kopie höchster Diplomabschluss</li> <li>_ Digitales Passfoto (JPG, 300 x 400 Pixel)</li> <li>_ unterzeichneter MAZ Ausbildungsvertrag (siehe 'Downloads')</li> <li>_ Motivationsschreiben für «sur dossier»-Bewerbungen</li> </ul>

Anmeldefrist	9. August 2020
Informationsanlass	18. September 2019 / 23. April 2020
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein Fachhochschul-/MAZ-Zertifikat mit 12 ECTS-Punkten, wenn sie 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht und die Abschlussprüfung bestanden haben. Der CAS Media Relations kann Studierenden mit einer Zulassung zu einem MAS-Programm der Hochschule Luzern-Wirtschaft als Vertiefungssemester angerechnet werden.
Leitung	Elmar zur Bonsen, MAZ-Studienleiter
Dozierende	Alice Chalupny, Leiterin Unternehmenskommunikation, die Mobiliar Angelo Gisler, Kommunikationsberater commsLAB - AG Dr. Alben Björck, Kommunikationsexpertin, ehemalige Kommunikationsleiterin Privatbank Wegelin&Co. Dr. iur., Christoph Born, Rechtsanwalt, Quadra Rechtsanwälte AG Daniel Künstle, Geschäftsführer commsLAB AG Dr. phil. lic. oec., Daniel von Arx, Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach Henning Steier, Leiter Newsroom, Zürcher Kantonalbank Jérôme Martinu, Chefredaktor Luzerner Zeitung Katharina Deuber, Medientrainerin MAZ, Moderatorin und Filmemacherin (u.a. NZZ Format) Mario Schranz, Kommunikations- und Medienexperte Marion Tarrach, Kommunikationsberaterin und Moderatorin Oliver Schroeder, Studienleiter, Diplomjournalist, Medien- und Rhetoriktrainer, MAZ-Die Schweizer Journalistenschule Sibylle Sommerer, Sprech- und Auftrittstrainerin Thierry Li-Marchetti, Kommunikationsberater bei Bernet Relations sowie weitere Profis aus der Kommunikations- und Medienbranche
Anzahl Teilnehmende	Max. 16 In trainingsintensiven Gruppen wird in Kleingruppen gearbeitet.
Kosten	CHF 9'800.- plus Prüfung CHF 800.-. Grundsätzlich ist der Kurs integral zu belegen. Es können jedoch einzelne Kursblöcke gebucht werden, wenn freie Plätze vorhanden sind. Ein Tag kostet CHF 950.-.
Kursort	MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
Kurs-Nr.	K104802
Administration	Anne Schibli, kommunikation@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 33
Kooperationspartner	Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist die etablierte Schweizer Hochschule für die karrierebegleitende Aus- und Weiterbildung im Management. Sie ist die grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz und Mitglied der Zürcher Fachhochschule.

## THEMEN UND TERMINE

### MODUL 1

---

17. – 18. September 2020 (Do-Fr)

#### **Kommunikation und Medien im Wandel**

Elmar zur Bensen, MAZ-Studienleiter

Daniel von Arx, Dr. phil. lic. oec., Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG

Jérôme Martinu, Chefredaktor Luzerner Zeitung

Christoph Born, Dr. iur., Rechtsanwalt, Quadra Rechtsanwälte AG

#### **Rollenverständnis und Rollenklärung**

Die eigene Rolle in der Organisation bewusst machen und hinterfragen

Das eigene Rollenverständnis entwickeln und schärfen

Interne Fallstricke erkennen und damit umgehen

#### **Rollen und Aufgaben der Medien in einer freiheitlichen Gesellschaft**

Einblick in die Arbeit eines Medienunternehmens (LZ Medien, Luzerner Zeitung), inkl. Austausch mit der Redaktionsleitung über die Hege und Pflege der gegenseitigen Beziehungen

#### **Medien und Recht**

Persönlichkeitsverletzungen und unlauterer Wettbewerb durch die Medien

### MODUL 2

---

28. September– 29. September 2020 (Mo-Di)

#### **Issue & Reputation Management**

Daniel Künstle, Geschäftsführer commsLAB AG – Profile Research & Management

Mario Schranz, Kommunikations- und Medienexperte Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft

Angelo Gisler, Kommunikationsberater commsLAB AG – Profile Research & Management

#### **Issue Management: Grundlagen und Strategie**

Issue-Monitoring-Prozess: Von der Theorie zur Praxis

Issue Monitoring als Frühwarnsystem: Lebenszyklen und Karrieredynamiken von Issues

Issue Management als strategisch geleiteter Prozess zur Steuerung der Reputation

Issues Management ist im Kern Reputationsmanagement: Bedeutung von Issues und Medien für die Reputation

#### **Reputation Management: Profilierung dank Profil**

Was einen guten Ruf ausmacht – und wie schnell man ihn ruinieren kann

Reputation Check, Positionierung und Benchmarking

Das Unternehmensprofil als Grundlage für strategisches Themenmanagement

Reputationsmanagement ist kein Beauty-Contest: Profikonforme Steuerung von Strategie und Kommunikation

## MODUL 3

---

16. – 17. Oktober 2020 (Fr-Sa)

### **Kommunikationskonzept und Medienarbeit**

Marion Tarrach, Kommunikationsberaterin und Moderatorin

#### **Kommunikative Herausforderungen strukturiert angehen und lösen**

Medienarbeit und Kommunikation für Unternehmensprojekte und -anlässe Aufgabenstellung und Briefing

Situationsanalyse

Analyse-Methoden

Ziele und Zielgruppen

Botschaften

Strategie

Massnahmen und Budgetierung

Erfolgskontrolle

Entwicklung von Konzepten anhand von Fallbeispielen

## MODUL 4

---

26. – 27. Oktober 2020 (Mo-Di)

### **Schreibwerkstatt**

Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach

#### **Medienmitteilungen schreiben**

Erwartungen von Redaktionen an Pressemitteilungen

Nachrichtenfaktoren zur Bewertung von Informationen

Inhalte mediengerecht auf den Punkt bringen

#### **Exkurs: Ghostwriting – Schreiben für Dritte**

Arbeitstechniken und praktische Tipps

## MODUL 5

---

10. – 11. November 2020 (Di-Mi)

### **Crossmediales Storytelling**

Daniel von Arx, Dr. phil. lic. oec., Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG  
Alice Chalupny, Leiterin Unternehmenskommunikation, die Mobiliar

#### **Finde die Story: Aus trockenen Themen packende Inhalte gestalten**

Welche Themen einer Organisation sich für die Öffentlichkeitsarbeit eignen  
Wie aus einer Unternehmensstrategie Multi-Stakeholdergeschichten werden  
Wie verpacken und erzählen wir diese Geschichten

#### **Verbreite die Story: Wie und wo Inhalte über verschiedene Kanäle bespielt werden**

Crossmedia Management: Wenn Unternehmen selber zum Medium werden  
Möglichkeiten und Grenzen unterschiedlicher Mediengattungen: paid, own oder earned media?  
Bau und Betrieb einer Content Factory: Alles Newsroom – oder was?

## MODUL 6

---

27. – 28. November 2020 (Fr-Sa)

### **Medienarbeit im Digitalzeitalter**

Thierry Li-Marchetti, Kommunikationsberater bei Bernet Relations  
Henning Steier, Leiter Newsroom, Zürcher Kantonalbank

#### **Grundlagen wirkungsvoller PR und Medienarbeit im Digitalzeitalter**

Trends und Fakten zu Online-PR mit Schwerpunkt Medienarbeit  
Tipps und Tools für eine wirksame Medienarbeit im Digitalzeitalter  
Mediencorner, Newsroom und Online-Redaktion  
Der eigene Online-Auftritt als Mediensprecher/Kommunikationsprofi  
Cases und Beispiele aus der Praxis

#### **Online-PR und Medienarbeit in und mit sozialen Netzwerken**

Strategische Ansätze und organisatorische Einbettung digitaler Medienarbeit im Unternehmen  
Dos & Don'ts der Stakeholder- und Influencer-Kommunikation im Web  
Einsatz und Produktion von Inhalten mit Bewegtbildern  
Strategisches Storytelling (Storyselling-Ansätze für Unternehmen und Organisationen)  
Kurz-Workshop: Suchmaschinenoptimierung (SEO)

## MODUL 7

---

9. – 11. Dezember 2020 (Mi-Fr)

### **Sicheres Auftreten in unterschiedlichen Situationen**

Oliver Schroeder, MAZ-Studienleiter, Diplomjournalist, Medien- und Rhetoriktrainer

Sibylle Sommerer, Sprech- und Auftrittstrainerin

Katharina Deuber, Medientrainerin MAZ, Moderatorin und Filmemacherin (u.a. NZZ Format)

### **Überzeugend reden**

Haltungen und Techniken wirksamer Auftrittskompetenz

Eröffnung einer Medienkonferenz

Kurzpräsentationen

### **Diskussionstraining**

Ein Panel leiten

Eröffnen und strukturieren

Das Wort geben und nehmen

### **Medientraining für Radio und TV**

Vorbereitung auf Medienauftritte vor Mikrofon und Kamera

Statements kurz und treffend formulieren

Die journalistischen Interviewtypen

Kompetent reagieren im Interview

Überzeugend argumentieren im Streitgespräch

Das passende Outfit für den Medienauftritt

Autorisieren eines Interviews

## MODUL 8

---

18. – 20. Januar 2021 (Mo-Mi)

### **Krisenkommunikation**

Albena Björck, Kommunikationsexpertin, ehemalige Kommunikationsleiterin Privatbank Wegelin & Co.

Oliver Schroeder, MAZ-Studienleiter, Diplomjournalist, Medien- und Rhetoriktrainer

Thierry Li-Marchetti, Kommunikationsberater bei Bernet Relations

### **Kommunikation schwierige Situationen**

Verschiedene Typen von Krisen

Aufgaben der Krisenkommunikation

Die Bedeutung des Stakeholder Managements

Wording in Krisensituationen – die wichtigsten Botschaften

Checklisten zur Vorbereitung und Organisation der Krisenkommunikation

### **Medienkommunikation und Medienkonferenz in Notfallsituationen**

Ad-hoc-Kommunikation in Krisensituationen

Präparieren, Präsentieren und Evaluieren einer Medienkonferenz

Voraussetzungen, Ziele und Erfolgsfaktoren

Medienkonferenzen in Krisensituationen

### **Social Media in der Krisenkommunikation (Workshop)**

Krisen-Sonderfall Shitstorm: Verlauf, Mechanismen, Eskalationsstufen

Erfolgreiches Shitstorm-Management

Krisenprävention: Grundregeln, Konzepte, Massnahmen

Krisenmonitoring: Agieren statt reagieren

Einsatz von Monitoring-Tools.

## **Abschlussverfahren**

---

28. Januar 2021 (Do)

### **Abschlussprüfung**

Eintägige Prüfung aus schriftlichem und mündlichem Teil

24. Februar 2021 (Mi)

### **Abschlussstag**

Rückblick  
Zertifikatsübergabe  
Diplomfeier

Änderungen vorbehalten.

## MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen an für Medienschaffende. Die Abteilung Kommunikation trainiert Führungskräfte in Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie Kommunikationsverantwortliche in professioneller Medienarbeit.

Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter [www.maz.ch](http://www.maz.ch).

MAZ-Team Direktorin: Martina Fehr; Geschäftsleitung: Beatrice Brenner, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Rafael Azzati, Reto Camenisch, Beat Glogger, Frank Hänecke, Bernd Merkel, Beat Rüd, Reto Schlatter, Oliver Schroeder, Alexandra Stark, Simon Leu, Dominique Strelbel, Elmar zur Bosen; Marketing: Nathalie Müller; Administration: Theres Huser, Magalie Jost, Lise Baumann, Noreen Koch, Claudia Meier, Jae-in Moon, Anne Schibli, Barbara Trauffer; Technik: Stefan Wäfler.

Kontak MAZ - Die Schweizer Journalistenschule  
Murbacherstrasse 3  
6003 Luzern  
+41 41 226 33 33  
[office@maz.ch](mailto:office@maz.ch), [www.maz.ch](http://www.maz.ch)