

maz

KOMMUNIKATION

KOMPAKTKURS
MEDIENARBEIT
FRÜHLING 2021

KOMPAKTKURS MEDIENARBEIT

Sie arbeiten neu in der Kommunikationsabteilung eines Unternehmens, einer Verwaltung oder einer Organisation und möchten sich fit machen für die besonderen Aufgaben und Herausforderungen der Medienarbeit.

Der 6-tägige Kompaktkurs Medienarbeit vermittelt Ihnen sehr praxisnah das nötige Rüstzeug, um in Ihrem neuen Berufsfeld zügig Tritt zu fassen und mit frisch erworbenem Know-how zu punkten. Sie erhalten Einblicke in die Schweizer Medienlandschaft und erfahren, wie und auf welchen Plattformen Unternehmen heute kommunizieren. Ausserdem erfahren Sie, wie gut organisierte Medienstellen arbeiten und welche «Werkzeuge» sie im Umgang mit Journalisten verwenden. Ebenso lernen Sie im Rahmen eines integrierten Crashkurses, attraktive Texte zu schreiben – für Printmedien und digitale Formate. Im Medientraining üben Sie, Statements und Interviews professionell vorzubereiten und vor der Kamera und am Mikrofon überzeugend aufzutreten – in alltäglichen wie auch in überraschenden Situationen. Sie lernen dabei, aus der Fülle der Fakten jeweils das Medienrelevante mit journalistischem Fokus auszuwählen. Das Training bietet Ihnen zugleich die Gelegenheit, Ihr persönliches Auftreten in der Öffentlichkeit und Ihre Rhetorik zu überprüfen und zu optimieren.

Zielgruppe	Zielgruppe sind QuereinsteigerInnen und neue Mitarbeitende in der Kommunikationsabteilung von Unternehmen, Verwaltungen und Organisationen sowie Mitarbeitende eines Unternehmens, einer Verwaltung oder einer Organisation, die neu auch für die Kommunikation zuständig sind.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> _ Sie erhalten vertieftes Wissen über die aktuelle Schweizer Medienlandschaft und die strategisch ausgerichteten Medienaktivitäten von Unternehmen. _ Sie erfahren, wie Journalistinnen und Journalisten denken und arbeiten, und Sie richten Ihre Medienarbeit daran aus. _ Sie kennen die wichtigsten «Werkzeuge» einer professionellen Medienarbeit und wissen, wann welche Tools einzusetzen sind. _ Sie erfahren, wie eine professionelle Medienstelle organisiert ist, und kennen die typischen Arbeitsabläufe. _ Sie texten zielgerichtet für unterschiedliche Medienformate (Print und Digital) – kurz, verständlich und wirkungsvoll. _ Sie verstehen es, Statements und Interviews professionell vorzubereiten und vor der Kamera medienwirksam aufzutreten.
Inhalte	<p>Tag 1 – Medienlandschaft Schweiz / Medienaktivitäten von Unternehmen und Organisationen</p> <p>Tag 2 – Werkzeugkasten der Unternehmenskommunikation</p> <p>Tag 3 – Schulterblick: Organisation und Arbeitsweise einer Medienstelle</p> <p>Tag 4, 5 – Crashkurs: Attraktiv schreiben für Print und Digital</p> <p>Tag 6 – Medientraining am Mikrofon und vor der Kamera</p>
Methode/Aufbau	Die Teilnehmenden profitieren vom intensiven Unterricht in einer kleinen Gruppe (max. 12 Personen). Theorie-Inputs und praktische Übungen wechseln einander ab. Die Teilnehmenden erhalten nützliche Informationen, erproben Gelerntes, tauschen sich aus.
Dauer/Termine	6 Kurstage zwischen dem 16. Februar und 11. Mai 2021

Anmeldefrist	8. Februar 2021
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80% des Präsenzunterrichts besucht haben.
Leitung	Elmar zur Bensen, Studienleiter
Dozierende	Elmar zur Bensen, MAZ-Studienleiter, Kommunikationsberater Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach Sarah Dippel, Journalistin, Fernsehmoderatorin und Medientrainerin Andri Franziscus, TV-Moderator und Medientrainer Patrick Friedli, Mediensprecher ZKB Reto Schlatter, MAZ-Studienleiter, Organisationsberater, Coach (Änderungen vorbehalten)
Anzahl Teilnehmende	Max. 12
Kosten	CHF 3'950.-
Kursort	MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
Kurs-Nr.	K110474
Administration	Katja Abächerli, katja.abaecherli@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 47

THEMEN UND TERMINE

TAG 1

16. Februar 2021 (Di)

Einführung

Elmar zur Bosen, Studienleiter

Vorstellungsrunde und Erläuterungen zum Kursverlauf

Medienlandschaft Schweiz

Elmar zur Bosen, Studienleiter

Zu Beginn des Kursprogramms tauchen wir ein in die Medienlandschaft der Schweiz. Wir befassen uns mit den besonderen Merkmalen eines Marktes, der sich seit Jahren in einem tiefgreifenden Umbruch befindet, und widmen uns der Frage, wie sehr sich unter diesen Vorzeichen die Nutzung von Presse, Radio, Fernsehen und Onlinemedien bereits verändert hat und mit welchen Entwicklungen wir für die Zukunft zu rechnen haben. Ausserdem nehmen wir die wichtigsten Formate und redaktionellen Konzepte der öffentlichen und privaten Medienanbieter unter die Lupe. Mit diesem Hintergrundwissen sind Sie in der Lage, das mediale Umfeld der Unternehmenskommunikation noch besser zu verstehen und sich schon jetzt auf neue Entwicklungen und Herausforderungen einzustellen.

Medienaktivitäten von Unternehmen und Organisationen

Elmar zur Bosen, Studienleiter

Um Ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit möglichst optimal in Szene zu setzen, stehen Ihnen ganz unterschiedliche Medienformate und -kanäle zur Verfügung: Print, Online, Social. Sie können Ihre Botschaften gezielt über bezahlte externe Plattformen ausspielen (Paid Media), oder Sie nutzen verstärkt unternehmenseigene Medien (Owned Media), die sie intern und/oder in Zusammenarbeit mit Dienstleistern erstellen. Die Palette der Möglichkeiten reicht von Kundenmagazinen über Newsletter und Corporate Blogs bis hin zu Videos. Um hier die richtige Wahl zu treffen, sollten Sie die jeweiligen Vor- und Nachteile, Stärken und Schwächen kennen. Angesichts einer täglich wachsenden Informations- und Werbeflut setzen heute immer mehr Unternehmen auf journalistisch gekonntes Storytelling, eingebettet in eine umfassende Content-Strategie. Worauf es dabei ankommt, erfahren Sie anhand von interessanten Praxisbeispielen.

Tag 2

19. März 2021 (Fr)

Werkzeugkasten der Unternehmenskommunikation

Reto Schlatter, MAZ-Studienleiter, Organisationsberater, Coach

Der zweite Kurstag vermittelt die wichtigsten Do's und Don'ts einer professionellen Unternehmenskommunikation. Im Fokus steht die Perspektive der Journalistinnen und Journalisten, also die Sicht der «Kunden»: Wer ihre Bedürfnisse kennt, richtet die eigene Medienarbeit konsequent danach aus. Der Werkzeugkasten ist gespickt mit einfach umsetzbaren und praktischen Ideen, wie sich die Kommunikation eines Unternehmens oder einer Verwaltung verbessern lässt. Sie erfahren, was die wichtigsten Tools einer professionellen Medienarbeit sind, und wissen, wann welches Tool einzusetzen ist. Sie erhalten an diesem Kurstag neue Inputs, diskutieren, lernen von Best-Practice-Beispielen und reflektieren Ihre eigene Medienarbeit.

Tag 3

25. März 2021 (Do)

Schulterblick: Organisation und Arbeitsweise einer Medienstelle

Patrick Friedli, Mediensprecher ZKB

Das A und O einer effektiven und zugleich effizienten Unternehmenskommunikation ist eine professionell aufgebaute Medienstelle mit klar definierten Leistungen, Abläufen und Funktionen. An diesem Kurstag erhalten Sie Antworten auf die Frage, wie eine Medienstelle optimal organisiert ist und welche Aufgaben speziell der Leiter bzw. die Leiterin der Unternehmenskommunikation zu erfüllen hat. Der Erfolg Ihrer Medienarbeit hängt nicht zuletzt davon ab, wie stark diese in die Prozesse Ihres Unternehmens eingebunden ist und welche Ressourcen ihr für das tägliche Geschäft zur Verfügung stehen. Eingehend beschäftigen wir uns zudem mit den zentralen inhaltlichen und strategischen Aufgaben der Unternehmenskommunikation – von der Entwicklung eines grundlegendes Konzepts bis hin zur Planung und Umsetzung konkreter Massnahmen. Sie erhalten nützliche Tipps für das richtige Verhalten in Krisensituationen, für den Umgang mit Journalistenanfragen und das Vorbereiten von Medienreisen. Worauf es dabei vor allem ankommt, erfahren Sie anhand konkreter Fallbeispiele aus der Praxis.

Tag 4+5

14. April – 15. April 2021 (Mi-Do)

Crashkurs: Attraktiv schreiben für Print und Digital

Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach

Der gekonnte Einsatz der Sprache ist die Basis aller Kommunikation. Doch immer wieder tun wir uns schwer damit, die richtigen Formulierungen zu finden, das passende Wort, den treffenden Satz. Im Rahmen eines zweitägigen Crashkurses schärfen wir Ihre Fähigkeit, präzise, schön und anschaulich zu schreiben. Damit Ihre Botschaften die Köpfe und Herzen des Zielpublikums erreichen. Sie erkennen Ihre Baustellen als Texter – und beseitigen sie. Dazu füllen wir Ihre Werkzeugkiste mit praxistauglichen Instrumenten, die Ihnen helfen, Texte mediengerecht aufzubauen und auch komplexe Inhalte verständlich auf den Punkt zu bringen.

Viele interessante Informationen werden in der Medienberichterstattung nicht aufgegriffen, weil die entsprechende Pressemitteilung im Tagesbetrieb der Redaktionen gar nicht wahrgenommen wurde. Häufig ist dies ein Absender- und weniger ein Empfängerproblem. Am zweiten Tag des Crashkurses erfahren Sie, was Journalisten von Ihnen erwarten, und woran es liegt, dass einige "Stoffe" mehr Erfolg haben, in die Zeitung oder ins Fernsehen zu kommen, als andere. Sie erhalten zudem praktische Tipps, wie Sie auch unter Zeitdruck effektiv texten und was Sie tun können, wenn es beim Schreiben einmal "klemmen" sollte. Auch das Schreiben fürs Web will gekonnt sein. Sie lernen, welche Prinzipien und Regeln dabei anzuwenden sind und worauf beim «suchmaschinenoptimierten Schreiben» zu achten ist. Wir analysieren und perfektionieren Webtexte – und üben, üben, üben.

Tag 6

11. Mai 2021 (Di)

Medientraining am Mikrofon und vor der Kamera

Andri Franziscus, TV-Moderator und Medientrainer

Sarah Dippel, Journalistin, Fernsehmoderatorin und Medientrainerin

Sie kennen diese Situation aus Ihrem beruflichen Alltag: Journalisten stellen Ihnen herausfordernde Fragen, auf die Sie in kürzester Zeit reagieren müssen, souverän und mediengerecht für Radio oder TV. Da heisst es: Nur nicht ins Stammeln geraten! Am letzten Tag des Kurses lernen Sie, wie Sie mit solchen Situationen professionell umgehen – auch unter Druck und in Krisenfällen. Aufgeteilt in zwei Übungsgruppen trainieren wir mit Ihnen, Statements überlegt vorzubereiten und Interviews mit kühlem Kopf zu führen. Sie lernen dabei die unterschiedlichen Fragetechniken von Journalisten kennen und erhalten wertvolle Tipps, wie Sie Ihre Botschaften am Mikrofon und vor der Kamera überzeugend vermitteln. Das ehrliche Feedback der Trainer hilft Ihnen dabei, Ihren Auftritt zu optimieren.

Änderungen vorbehalten.

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

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.

Kontakt MAZ - Die Schweizer Journalistenschule
Murbacherstrasse 3
6003 Luzern
+41 41 226 33 33
office@maz.ch, www.maz.ch