

CAS
BRAND JOURNALISM &
CORPORATE STORYTELLING
2022/23

DATEN UND FAKTEN

Sie arbeiten in der Kommunikations- oder Marketingabteilung eines Unternehmens, einer Verwaltung oder eines Verbandes und wollen Ihre Organisation, Ihre Marken und Produkte möglichst optimal in Szene setzen – über ein journalistisch gekonntes Storytelling, das die Köpfe und Herzen Ihrer Zielgruppen gewinnt. Sie sehen sich vor die Aufgabe gestellt, geeignete Themen zu identifizieren, interessante Geschichten zu entwickeln und diese, intelligent vernetzt, über alle relevanten Medienkanäle (Print, Online, Bewegtbild) zu publizieren.

Wer erfolgreiches Storytelling und Content Marketing betreiben will, muss die unterschiedlichen Kanäle, Plattformen und Instrumente kennen, um sie gezielt einsetzen zu können. Genau hier setzt der Studiengang CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling an. Sie erfahren in praxisnahen Unterrichtsmodulen, wie Sie Content-Strategien für Ihre Organisation entwickeln, und erhalten ein vertieftes Wissen über die Erstellung multimedialer Formate. Kurz: Sie erweitern Ihre Kompetenzen, die Sie für Ihren Berufsalltag als Kommunikationsmanager im Bereich Corporate Media und Markenkommunikation benötigen.

Zielgruppe _ Erfahrene Kommunikationsfachleute und Medienbeauftragte in Unternehmen, Verwaltung und Verbänden
_ Mitarbeitende von Kommunikations- oder Kreativagenturen
_ Journalistinnen und Journalisten, die in die Unternehmenskommunikation wechseln oder sich mit Corporate Media bzw. Corporate Publishing ein zweites Standbein aufbauen wollen.

Voraussetzungen _ Mindestens vier Jahre Berufserfahrung in Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder in einem angrenzenden Tätigkeitsbereich
_ Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule) oder höhere Berufsbildung (Höhere Fachschule HF, Eidg. Diplom, Eidg. Fachausweis)
_ Mindestalter 26 Jahre
_ «Sur dossier Aufnahme» im Ausnahmefall für Personen ohne Tertiärabschluss möglich.

Bewerbungs- und Aufnahmeverfahren Anmeldung online und Bewerbung mittels Dossier per E-Mail. Dieses umfasst
_ Lebenslauf
_ Kopie höchster Diplomabschluss
_ Digitales Passfoto (JPG, 300 x 400 Pixel)
_ Unterzeichneter MAZ Ausbildungsvertrag (siehe «Downloads»)

Lernziele _ Sie verfügen über das Know-how, eine integrierte Content-Strategie für Organisationen zu entwerfen und für unterschiedliche Medienkanäle und -formate aufzubereiten.
_ Sie wissen, worauf es bei guten Geschichten ankommt und wie man gute Geschichten rund um Organisationen und Marken entwickelt.
_ Sie lernen, wie gedruckte und digitale Unternehmensmedien funktionieren und wie sie professionell kalkuliert, geplant und umgesetzt werden.
_ Sie sind in der Lage, multimediale Storys selbstständig zu konzipieren und zu realisieren.
_ Sie wissen, wie Sie bei Usern und Communitys Interesse wecken und Akzeptanz aufbauen.
_ Sie kennen die Instrumente, mit denen Sie Ihre medialen Aktivitäten evaluieren können.

- Methode In trainingsintensiven Unterrichtseinheiten wird in Kleingruppen gearbeitet.
- Gruppengrösse Maximal 16 Teilnehmende
- Abschluss Die Studierenden erhalten ein Zertifikat der Hochschule Luzern – Wirtschaft und des MAZ, wenn sie 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht und die Abschlussarbeit erfolgreich absolviert haben.

Start/Ende	29. August 2022 bis 24. Januar 2023
Kursdauer	22 Tage
Termine	Siehe «Programm» auf den Folgeseiten
Anmeldeschluss	2. August 2022
Kosten	CHF 11'200 Die zusätzliche Gebühr für die Abschlussarbeit beträgt CHF 800. Grundsätzlich ist der Kurs integral zu belegen. Nach Rücksprache können jedoch einzelne Kursblöcke gebucht werden. Ein Tag kostet CHF 950.
Kursnummer	K114558
Studienleitung	Elmar zur Bonsen, Studienleiter MAZ, elmar.zurbonsen@maz.ch Prof. Ursula Stalder, Studienleiterin HSLU, Dozentin und Senior Researcher Digitales Kommunikationsmanagement
Dozierende	<ul style="list-style-type: none"> _ Katharina Deuber, Medientrainerin und Filmemacherin, Film und Mehr GmbH _ Pascal Fessler, Geschäftsführer, Longtail Media GmbH _ Pia Kleine Wieskamp, Expertin für Visuelles Storytelling, interne Kommunikation _ Marie Lampert, Journalistin, Diplompsychologin, Schreibtrainerin _ Mirko Lange, Content-Marketing Spezialist, Scompler GmbH _ Marc Leuzinger, Multimediaspezialist, SMLY Multimedia Productions GmbH _ Janine Radlingmayr, Expertin für Unternehmenskommunikation, Journalistin, Deutschdidaktikerin _ Michael Schär, CEO/Partner, Codeplay GmbH _ Christian Schenkel, Experte für Onlinekommunikation _ Henning Steier, Experte für Digital Storytelling, Chief Marketing and Communications Officer, Swiss Ventures Group _ Mario Vigl, Journalist, Experte für Corporate Media _ Christine Zimmermann, Kommunikationsdesignerin, Hahn+Zimmermann GmbH _ Elmar zur Bonsen, Studienleiter MAZ und Kommunikationsberater
Administration	Magalie Jost, magalie.jost@maz.ch , +41 41 226 33 52

Kooperation Der CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling ist ein Kooperationsangebot des MAZ und des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Der CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling ist ein mögliches Wahlmodul der drei folgenden MAS-Programme der Hochschule Luzern – Wirtschaft:

- _ MAS Brand and Marketing Management
- _ MAS Communication Management
- _ MAS Digital Marketing and Communication Management

Die **Hochschule Luzern – Wirtschaft** ist das zentralschweizerische Kompetenzzentrum für höhere Managementbildung. Sie bildet Fach- und Führungspersonen aus und unterstützt Organisationen und Institutionen in wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen und Management-Themen. Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern - Wirtschaft verfügt über langjährige Erfahrung in der Aus- und Weiterbildung von Marken-, Marketing- und Kommunikationsfachleuten und bringt fundierte Kompetenzen im integrierten Kommunikationsmanagement in die Kooperation ein.

Stand 2. August 2022, Änderungen vorbehalten

PROGRAMM

Modul 1: Einführung: Brand Journalism & Content-Strategien

29. August 2022 **Einführung: Brand Journalism & Storytelling**

(Mo) *Elmar zur Bonsen, Studienleiter MAZ und Kommunikationsberater*

- _ Journalismus und Brand Journalism: Gemeinsamkeiten und Unterschiede
- _ Storytelling an der Schnittstelle von Unternehmenskommunikation und Marketing
- _ Marken werden zu Medien: gedruckt, digital, crossmedial
- _ Einsatzfelder inhaltsgetriebener Kommunikation: Owned/Paid/Social/Earned Media
- _ Strategische Content-Planung
- _ Der emotionale Nutzen von Content: Limbisches System

30. und 31. August 2022 **Content-Strategien von Unternehmen und Marken**

(Di und Mi) *Mirko Lange, Content-Marketing-Experte, Scimpler GmbH*

- Der Unterricht findet online statt
- _ Relevanz von Themen und Storys für Unternehmen und Marken
 - _ Der Content-Marketing-Ansatz: Potenziale, Erfolgsfaktoren, Herausforderungen
 - _ Content-Strategie: Unternehmensziele, Lesernutzen, Medienformate und -kanäle
 - _ Storytelling im Markenkontext
 - _ Content planen, organisieren, produzieren, promoten
 - _ Analyse und Erfolgskontrolle
 - _ Tools zur praktischen Umsetzung von Content-Strategien

Modul 2: Corporate Storytelling: Themen entdecken, Geschichten entwickeln

12. September 2022 **Content-Strategien von Unternehmen und Marken (Fortsetzung von Modul 1)**

(Mo-Vormittag) *Mirko Lange, Content-Marketing-Experte, Scimpler GmbH*

- Der Unterricht findet online statt
- _ Besprechen von konkreten Herausforderungen
 - _ Diskussion von individuellen Fragen der Teilnehmenden
 - _ Nützliche Tipps

12. und 13.

September 2022 **Storytelling im Unternehmenskontext**

(Mo-Nachmittag und Di) *Mario Vigl, Journalist, Experte für Corporate Media*

- _ Unternehmensrelevante Inhalte in Geschichten denken
- _ Themen identifizieren, Geschichten entwickeln (Instrumente und Methoden)
- _ Erwartungen und Bedürfnisse der Zielgruppen
- _ Themen eines Unternehmens sichten, analysieren, ordnen
- _ Entwickeln einer Story und adäquater Inhalte für das Unternehmen
- _ Themenplan erarbeiten

Modul 3: Corporate Storytelling: Methodische Grundlagen und Erzähltechniken

26. und 27.

September 2022 **Corporate Storytelling: Methodische Grundlagen und Erzähltechniken**

(Mo und Di) *Marie Lampert, Journalistin, Diplompsychologin, Schreibtrainerin*

- _ Mit Geschichten Aufmerksamkeit wecken und begeistern
- _ Was eine gute Geschichte ausmacht und wie sie funktioniert
- _ Erzählstrategien, Textsorten, Genres
- _ Botschaften, Erzählperspektive, Handlung
- _ Dramaturgie: Spannungsbogen und roter Faden
- _ Erzähltechniken

Modul 4: Storytelling in Bildern, Infografiken, Videos

10. Oktober 2022 **Storytelling: Storytelling in Bildern**

(Mo) *N.N.*

- _ Das gute und das richtige Bild: Merkmale und Raster
- _ Erzählstrukturen im Visual Storytelling
- _ Visuelle Inszenierungen: Die unterschiedlichen Medien und ihre Möglichkeiten
- _ Editing: Auswahl, Bearbeitung, Inszenierung von fotografischem Bildmaterial

11. Oktober 2022 **Storytelling mit Infografiken**

(Di) *Christine Zimmermann, Kommunikationsdesignerin, Hahn+Zimmermann GmbH*

- _ Komplexe Inhalte auf das Wesentliche reduzieren: Methoden und Techniken
- _ Daten und Fakten gekonnt visualisieren
- _ Infografiken konzipieren und umsetzen
- _ Grafiktypen, Darstellungsmodelle, Tools
- _ Einsatz von Infografiken für unterschiedliche Medienkanäle

12. Oktober 2022 **Konzeption Video**

(Mi) *Pascal Fessler, Geschäftsführer Longtail Media*

- _ Videoformate für Web und Social Media
- _ Eigene Videoideen entwickeln
- _ Basiselemente eines Videokonzepts: Ziele, Adressaten, Botschaften, Story etc.
- _ Dramaturgie eines Videos
- _ Eigenes Video planen, Storyboard erstellen
- _ Storytelling in bildbezogener, szenischer Erzählweise
- _ Anforderungen an Inhalt und Gestaltung
- _ Do`s and Don`ts

Modul 5: Visuelles Storytelling: Video

27. und 28. Oktober 2022 **Video-Produktion**

(Do und Fr) *Katharina Deuber, Medientrainerin und Filmemacherin, Film und Mehr GmbH*

- _ Stellenwert und Funktion von Videoformaten in der Kommunikation
- _ Technische und inhaltliche Qualitätskriterien
- _ Ausrüstung für Film- und Tonaufnahmen
- _ Produktionsprozesse: von der ersten Idee zum publizierten Beitrag
- _ Technische Tools: Filmen, Schneiden, Produzieren
- _ Produktion von Webvideos per Smartphone

Modul 6: Strategisches Storytelling im Social Web

10. und 11.

November 2022 **Strategisches Storytelling im Social Web**

(Do und Fr) *Christian Schenkel, Experte für Online-Kommunikation*

Marc Leuzinger, Multimediaspezialist, SMLY Multimedia Productions GmbH

- _ Aktuelle Herausforderungen in der digitalen Öffentlichkeit
- _ Ein strategisches Framework als Antwort
- _ Brand Personality und Brand Story
- _ Entwicklung und Konzeption einer Story
- _ Agiler Workflow für die Umsetzung der Story
- _ Umsetzung und Reflexion des Gelernten in Workshops

Modul 7: Storytelling im Web und in Printmedien

23. November 2022 **Unternehmenseigene Printmedien**

(Mi) *Janine Radlingmayr, Expertin Unternehmenskommunikation und Redaktorin*

- _ Unternehmensmedien im Kommunikationsmix
- _ Aufgaben und Ziele von Unternehmensmagazinen
- _ Magazine für Konsumenten (B2C) und Unternehmen/Entscheider (B2B)
- _ Entwicklung eines Magazinkonzepts: Strategie, Positionierung, Zielsetzung
- _ Storytelling und journalistische Darstellungsformen
- _ Redaktionelle Planung, Organisation, Printausgaben digital erweitert, Online-Versionen

24. November 2022 **Schreiben fürs Web**

(Do) *Janine Radlingmayr, Expertin Unternehmenskommunikation und Redaktorin*

- _ Was einen Text attraktiv und lebendig macht
- _ Regeln, Werkzeuge und Instrumente
- _ Schreiben fürs Internet: medien- und adressatengerecht
- _ Tipps zur Optimierung von Online-Texten
- _ Übungen: eigene Texte schreiben (mit Feedbacks)

Parallel: Feedback der Studienleitenden zu den vorab von den Kursteilnehmer/innen eingereichten Konzeptionen (= 1. Teil der Abschlussarbeit).

25. November 2022 **Storytelling im Web**
(Fr) *Henning Steier, Experte für Digital Storytelling, Chief Marketing and Communications Officer, Swiss Ventures Group*

Der Unterricht findet online statt

- _ Fünf Best Practices – oder sind gar nicht alle Beispiele gut?
- _ Keine Angst vor Hightech: ein Ausflug in die virtuelle Realität
- _ Eine Idee für morgen
- _ Unternehmens-Website als digitale Kommunikationszentrale
- _ Nutzerbedürfnisse und Informationsarchitektur
- _ Navigation und Gestaltung, Analysetools

Modul 8: Crossmediales Storytelling und Publishing, Workshop

5. Dezember 2022 **Crossmediales Storytelling**
(Mo) *Michael Schär, Berater digitale Kommunikation, Conext GmbH*

- _ Inhalte und Storys medien-/nutzergerecht über verschiedene Medienkanäle distribuieren
- _ Multimediale Erzählformen: Möglichkeiten, Tools und Trends
- _ Crossmediale und transmediale Inszenierung: Anforderungen, Vorteile, Chancen

6. Dezember 2022 **Workshop Crossmediales Storytelling**
(Di) *Henning Steier, Experte für Digital Storytelling, Chief Marketing and Communications Officer, Swiss Ventures Group*
+ Gastreferent

- _ Cross- und multimediales Storytelling: Umsetzung an Beispielen
- _ Feedbacks und praktische Tipps Zentrale Steuerung und Kuratierung von Themen und Inhalten im Corporate Newsroom

7. Dezember 2022 **Crossmediales Publishing**
(Mi-Vormittag) *Kurt Messerli, stv. Leiter Corporate Newsroom, Mobiliar*

- _ Zentrale Steuerung und Kuratierung von Inhalten im Corporate Newsroom
- _ Organisation, Aufgabenverteilung, Planung
- _ Einbindung externer Dienstleister, Budgetierung

7. Dezember 2022 **Workshop Video-Produktion**
(Mi-Nachmittag) *Katharina Deuber, Medientrainerin und Filmemacherin, Film und Mehr GmbH*

- _ Begleitender Praxis-Workshop zur Umsetzung Video bzw. Multimediareportage (= 2. Teil der Abschlussarbeit)

Modul 9: Strategisches Storytelling: Interne Kommunikation und SEO

19. Dezember 2022 **Storytelling in der internen Kommunikation**

(Mo) *Pia Kleine Wieskamp, Expertin für Visuelles Storytelling, interne Kommunikation*

- _ Aufgaben, Funktionen und Ziele von Mitarbeitermedien (Print/digital)
- _ Intranet als zentrale Plattform
- _ Content für unterschiedliche interne Zielgruppen
- _ Themenfindung: Was Mitarbeitende interessiert
- _ Storytellingformate in der internen Kommunikation
- _ Herausforderungen einer internationalen, mehrsprachigen Kommunikation
- _ Crossmediale Konzepte

20. Dezember 2022 **Strategische Suchmaschinenoptimierung – Tipps für jede Website**

(Di) *Henning Steier, Experte für Digital Storytelling, Chief Marketing and Communications Officer, Swiss Ventures Group*

- _ Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- _ On-Page- und Off-Page-Optimierung
- _ Praxisteil: Analyse der Websites von Teilnehmern, Fehlererkennung und -behebung
- _ SEO-Tools anwenden und bewerten
- _ Erfolgskontrolle

Abschlussarbeit

Teil 1: Konzeption und Planung eines Videos bzw. einer Multimedia-Reportage

Abgabe Konzept: 17. November 2022, bis 12.00 Uhr

Besprechung/Bewertung: online via Zoom, Daten folgen

Teil 2: Umsetzung Video

Abgabe Video: 3. Januar 2023, bis 12.00 Uhr

Abschluss

24. Januar 2023 **Abschlussstag**

(Di) *Elmar zur Bonsen, Studienleiter MAZ und Kommunikationsberater*

Nach einem Rück- und Ausblick durch die Studienleitung präsentieren die Teilnehmenden ihre Abschlussarbeiten. Anschliessend werden die Zertifikate übergeben.

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

- Portrait** Das MAZ – Die Schweizer Journalistenschule wurde 1984 gegründet und gilt heute als das führende Schweizer Kompetenzzentrum für Journalismus und Kommunikation.
- Am MAZ bilden sich Journalistinnen und Journalisten aller Genres aus, erhalten erfahrenen Berufsleuten Weiterbildungen in diversen Kompetenzfeldern und werden Redaktionen und Teams gecoacht.
- Kommunikationsverantwortliche sowie Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung können am MAZ ihre rhetorischen, analogen, digitalen und visuellen Kommunikationskompetenzen schärfen.
- Mission** Wir befähigen Journalistinnen und Journalisten sowie Kommunikationsfachleute, sich in einem rasch wandelnden Umfeld und in Zeiten starker Veränderungen weiter zu entwickeln. Glaubwürdigkeit, Professionalität und die Nähe zur Praxis sind unsere Maximen.
- Leitbild** Das MAZ ist in der Branche verankert, unsere Träger sind die Schweizer Verleger, die SRG SSR, diverse Berufsverbände sowie Stadt und Kanton Luzern. Wir orientieren uns an den international anerkannten Berufsstandards sowie an neusten Erkenntnissen der Wissenschaft.
- In engem Austausch mit der Medien- und Kommunikationsbranche loten wir die Bedürfnisse des Marktes aus und richten uns danach.
- Unsere Erfolgsfaktoren sind unsere Unabhängigkeit, die hohe Qualität des Angebots, den Unterricht in kleinen Gruppen, die Innovationskraft und Kompetenz der Mitarbeitenden sowie die Praxisnähe der Dozierenden.
- Kontakt** MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
Murbacherstrasse 3
6003 Luzern
+41 41 226 33 33
office@maz.ch
www.maz.ch