maz

Institut für
Journalismus und
Kommunikation

2025/26

CAS Communications & Media Relations

HWZ

Das Wichtigste in Kürze

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, 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 Communications & Media Relations optimieren Sie Ihre dafür erforderlichen Skills. Sie trainieren, wie Sie glaubwürdig mit Journalist/innen kommunizieren, noch sicherer vor Mikrofon und Kamera auftreten - auch unter Druck - und schliesslich Krisensituationen professionell meistern.

Daten und Fakten

Zielgruppe	Führungskräfte und Projektverantwortliche, Kommunikationsfachleute, Firmengründer*innen, Geschäftsführer*innen, Verwaltungsexpert*innen, Fachleute und Wissenschaftler*innen, Lehrpersonen und Schulleitende.
Voraussetzungen	Abgeschlossenes Hochschulstudium und mindestens zweijährige Berufspraxis in den Bereichen Kommunikation und Marketing oder in einem angrenzenden Tätigkeitsfeld. Andere äquivalente Bildungsabschlüsse mit entsprechender Praxistätigkeit können mittels ausserordentlichem Zulassungsverfahren anerkannt werden.
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) – Motivationsschreiben für Bewerbungen ohne Hochschulabschluss
Lernziele	– Sie wissen über den Medienwandel und dessen Einfluss auf Ihre Medienarbeit Bescheid. – Sie reflektieren die Rolle und Aufgabe Ihrer Kommunikationspraxis und Medienarbeit. – Sie kennen die medienrechtlichen Rahmenbedingungen. – Sie schärfen Ihre Konzept- und Schreibkompetenz. – Sie können digitale Tools zielführend einsetzen. – Sie verfeinern Ihre Auftritts-, Interview-, Präsentations- und Moderationskompetenz. – Sie meistern Krisen und die Anforderungen an ein nachhaltiges Reputationsmanagement.
Gruppengrösse	Maximal 16 Teilnehmende
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein Fachhochschul-/MAZ-Zertifikat mit 15 ECTS-Punkten, wenn sie 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht und die Abschlussprüfung bestanden haben.
Start/Ende	04. September 2025 bis 03. März 2026
Kursdauer	16 Tage
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten.
Anmeldeschluss	23. Juli 2025

Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website
Kursnummer	K127184
Studienleitung	Dr. Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ für die Bereiche Communications & Media Relations sowie Brand Journalism & Corporate Storytelling, tanja.hofer@maz.ch
Dozierende	– Dr. Andreas Blattmann, Rechtsanwalt LL.M. MSIArb Mediator SAV/SMC – Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach – Alice Chalupny, Partnerin bei Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten – Sarah Dippel, Journalistin, Fernsehmoderatorin und Medientrainerin – Roman Dudler, Studienleiter MAZ, Rhetorik und Moderation – Andri Franziscus, Moderator und Medientrainer – Lukas Hadorn, Medien- & Kommunikationsberater – Dr. Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ, Communications & Media Relations / Brand Journalism & Corporate Storytelling – Christian Meier, Chefredaktor Luzerner Zeitung – Matthias Meyer, Kommunikationsberater – Henning Steier, Chief Marketing & Communications Officer, Bluespace Ventures AG – Marion Tarrach, Kommunikationsberaterin – Dr. Linards Udris, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften, Universität Zürich – Dr. Daniel von Arx, Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG
Administration	Tamara Correia, tamara.correia@maz.ch, +41 41 226 33 56
Kooperation	Der CAS Communications & Media Relations ist ein Kooperationsangebot des MAZ und der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ). Er ist ein Wahlmodul des MAS Business Communications. Zudem kann der CAS Communications & Media Relations Studierenden mit einer Zulassung zu einem MAS-Programm der Hochschule Luzern – Wirtschaft als Vertiefungssemester angerechnet werden.
Stand	20. Mai 2025, Änderungen vorbehalten

Programm

1. Modul: Kommunikation und Medien im Wandel

4. September 2025 (Do)

Rollenverständnis und Rollenklärung
Dr. Daniel von Arx, Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG

- Die eigene Rolle in der Organisation bewusstmachen und hinterfragen
- Das eigene Rollenverständnis entwickeln und schärfen
- Interne Fallstricke erkennen und damit umgehen

Redaktionsbesuch Luzerner Zeitung
Dr. Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ, Communications & Media Relation / Brand Journalism & Corporate Storytelling
Christian Meier, Chefredaktor Luzerner Zeitung

- Blick hinter die Kulissen eines Medienunternehmens (CH Media)
- Medienlandschaft Schweiz, Herausforderungen für die Media Relations
- Exkurs: Informationen zur CAS-Abschlussprüfung

5. September 2025 (Fr)

Medienarbeit – Grundlagen für die Praxis
Lukas Hadorn, Medien- und Kommunikationsberater

- Medienschaffende besser verstehen
- Mit Medienschaffenden interagieren können
- Instrumente der aktiven und reaktiven Medienarbeit richtig anwenden: Beziehungsmanagement, Medienmitteilung, Story Pitch, Medienanfrage

2. Modul: Medien, Recht & Reputation

16. September 2025 (Di)

Medien und Recht
Dr. iur. Andreas Blattmann, Rechtsanwalt LL.M. MSIArb Mediator SAV/SMC

- Persönlichkeitsverletzungen und unlauterer Wettbewerb durch die Medien

17. September 2025 (Mi)

Issue Management und Reputation
Dr. Linards Udris, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften, Universität Zürich

- 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

3. Modul: Kommunikationskonzept

29. und 30. September 2025
(Mo und Di)

Kommunikationskonzept
Marion Tarrach, Kommunikationsberaterin und Moderatorin

- Einbettung von Medienarbeit in die Aufgaben der Corporate Communications
- Konzeptionelles, strukturiertes Denken und Handeln in Medienarbeit und Kommunikation
- Methodik der Konzeption, Betrachtung und Training der Konzeptschritte im Rahmen von Analyse, strategischer und operativer Planung
- Arbeit mit Case Studies und Beispielen für Konzeption und schriftliche Prüfung

4. Modul: Schreibwerkstatt

15. und 16. Oktober 2025
(Mi und Do)

Schreibwerkstatt
Gabriela Bonin, Texterin und Schreibcoach

- Wirksam schreiben
- Inhalte mediengerecht auf den Punkt bringen
- Erwartungen der Redaktionen erfüllen
- Adressatengerecht schreiben
- Arbeitstechniken und praktische Tipps für eine moderne, klare Sprache (Web- und gendergerecht schreiben, Plain Language

5. Modul: Medienarbeit im Digitalzeitalter

27. Oktober 2025
(Mo)

Grundlagen wirkungsvoller PR und Medienarbeit im Digitalzeitalter
Matthias Meyer, Kommunikationsberater

- Aktuelle Trends in der digitalen Kommunikationswelt
- Die Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf die Mediennutzung
- Earned, owned, paid und richtig positioniert
- Positionierungsstrategien in einer digitalen Welt

28. Oktober 2025 (Di)

Online-PR und Medienarbeit in und mit sozialen Netzwerken
Henning Steier, Chief Marketing and Communications Officer, Swiss Ventures Group AG

- 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)

6. Modul: Crossmediales Storytelling

11. November 2025 (Di)

Finde die Story: Aus trockenen Themen packende Inhalte gestalten
Dr. Daniel von Arx, Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG

- Was unterscheidet Themen von Stories?
- Wie finden und erzählen wir Themen aus der eigenen Organisation als Stories?

12. November 2025 (Mi)

Erzähle die Story: Spannende Geschichten effektiv vermitteln
Alice Chalupny, Partner und Mitinhaberin bei Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten

- Welche Komponenten sind entscheidend, damit Storytelling effektiv ist?
- Warum und wie muss Storytelling strategisch eingebunden werden?
- Wie können Stories auf den unterschiedlichen Kanälen kommuniziert werden? Wie lässt sich Storytelling organisieren?

7. Modul: Sicheres Auftreten in unterschiedlichen Situationen

04. Dezember 2025 (Do)

Überzeugend Auftreten
Roman Dudler, Studienleiter MAZ, Rhetorik und Moderation

- Paraverbale und nonverbale Kommunikation
- Umgang mit Nervosität
- Stärkung der Auftrittskompetenz
- Kurzpräsentationen halten

05. Dezember 2025 (Fr)

Medientraining für Radio und TV
Sarah Dippel, Journalistin, Fernsehmoderatorin und Medientrainerin

- 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

8. Modul: Krisenkommunikation

19. und 20. Januar 2026 (Mo und Di)

Medienkommunikation und Medienkonferenz in Notfallsituationen
Andri Franziscus, Moderator und Medientrainer

- Ad-hoc-Kommunikation in Krisensituationen
- Präparieren, Präsentieren und Evaluieren einer Medienkonferenz
- Voraussetzungen, Ziele und Erfolgsfaktoren
- Medienkonferenzen in Krisensituationen

Abschluss

3. und 4. Februar 2026 (Di und Mi)

Abschlussprüfung
Dr. Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ, Communications & Media Relation / Brand Journalism & Corporate Storytelling

Prüfung aus schriftlichem und mündlichem Teil.

3. März 2026 (Di)

Abschlusstag
Dr. Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ, Communications & Media Relation / Brand Journalism & Corporate Storytelling

- Rückblick, Gesamtfeedback
- Zertifikatsübergabe
- Apéro

MAZ. Institut für Journalismus und Kommunikation

Portrait	Das MAZ 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 weiterzuentwickeln. 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 kontakt@maz.ch maz.ch