MAZ – Institut für
Journalismus und
Kommunikation

Murbacherstrasse 3
CH – 6003 Luzern
www.maz.ch

Herbst 2024

Kompaktkurs Medienarbeit

Das Wichtigste in Kürze

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 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.

Daten und Fakten

Zielgruppe	Zielgruppe sind Quereinsteiger/innen 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	– 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.
Methode	Die Teilnehmenden profitieren vom intensiven Unterricht in einer kleinen Gruppe. Theorieinputs und praktische Übungen wechseln einander ab. Die Teilnehmenden erhalten nützliche Informationen, erproben Gelerntes, tauschen sich aus.
Gruppengrösse	Maximal 12 Teilnehmende
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht haben.
Start/Ende	16. September bis 29. November 2024
Kursdauer	6 Tage
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten.
Anmeldeschluss	18. August 2024
Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website
Kursnummer	K122778
Studienleitung	Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin Communications & Media Relation MAZ, tanja.hofer@maz.ch

Dozierende	– Andri Franziscus, TV-Moderator und Medientrainer – Patrick Friedli, Head of Media Relations & Content Management, EFG International – Lukas Hadorn, Medien- & Kommunikationsberater – Matthias Meyer, Inhaber Meyer – Strategies for a Digital World GmbH – Janine Radlingmayr, Expertin Unternehmenskommunikation und Redaktorin
Administration	Katja Abächerli, katja.abaecherli@maz.ch, +41 41 226 33 47
Stand	28. März 2024, Änderungen vorbehalten

Programm

1. Tag: Einführung

16. September 2024
(Mo)

Einführung
Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ

Vorstellungsrunde und Erläuterungen zum Kursverlauf

Die Medien im Wandel der Digitalisierung
Matthias Meyer, Inhaber Meyer – Strategies for a Digital World GmbH

Zu Beginn des Kurses werden wir die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Medien untersuchen. Wir beleuchten aktuelle Trends in der Mediennutzung und erfahren, welche Entwicklungen wir in Zukunft erwarten können. Wir reflektieren, was das für uns Kommunikatior:innen bedeutet, welche Fähigkeiten wir uns aneignen und welche Instrumente wir nutzen können. Mit diesem Hintergrundwissen sind Sie in der Lage, das mediale Umfeld der Unternehmenskommunikation noch besser zu verstehen und sich schon jetzt auf die Herausforderungen von morgen einzustellen.

Einstieg in die Medienkommunikation: earned, owned, paid und richtig positioniert
Matthias Meyer, Inhaber Meyer – Strategies for a Digital World GmbH

Um Ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit möglichst optimal in Szene zu setzen, stehen Ihnen unterschiedliche Medienformate und -kanäle zur Verfügung. In diesem Kurs lernen die Unterschiede zwischen Earned Media, Owned Media und Paid Media kennen. Die Palette der Möglichkeiten reicht von Kundenmagazinen über Newsletter und Corporate Blogs bis hin zu Videos, die sie intern und/oder in Zusammenarbeit mit Dienstleistern erstellen. Erfahren Sie, warum in Zeiten einer wachsenden Informationsflut eine klare Positionierung Ihrer Organisation so wichtig und eine gut geplante Kommunikations- und Content-Strategie unerlässlich ist. Dieser Kurs wird Ihnen ein grundlegendes Verständnis für die Bedeutung von Kommunikationsarbeit im Unternehmen vermitteln. Es werden zudem einige Tools vorgestellt, die Sie in Ihrer Kommunikationsarbeit einsetzen können, um erste Erfolge zu erzielen.

2. Tag: Medienarbeit - Grundlagen für die Praxis

1. Oktober 2024
(Di)

Medienarbeit - Grundlagen für die Praxis
Lukas Hadorn, Medien- & Kommunikationsberater

Der zweite Kurstag vermittelt die wichtigsten Dos 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.

3. Tag: Schulterblick: Organisation und Arbeitsweise einer Medienstelle

24. Oktober 2024
(Do)

Schulterblick: Organisation und Arbeitsweise einer Medienstelle
Patrick Friedli, Head of Media Relations & Content Management, EFG International

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/die Leiter/in 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 grundlegenden 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.

4. und 5. Tag: Crashkurs: Attraktiv schreiben für Print und Digital

6. und 7. November 2024
(Mi und Do)

Crashkurs: Attraktiv schreiben für Print und Digital

Janine Radlingmayr, Expertin Unternehmenskommunikation und Redaktorin

Der gekonnte Einsatz der Sprache ist die Basis aller Kommunikation. Im Rahmen eines zweitägigen Crashkurses schärfen wir Ihre Fähigkeit, präzise, eindringlich und klar zu schreiben. Damit Ihre Botschaften die Redaktionen und deren Zielpublikum erreichen. Sie erfahren, was Medienschaffende von Ihnen erwarten und welche journalistischen Konventionen es zu beachten gilt. Sie sehen, woran es liegt, dass einige «Stoffe» eher aufgegriffen und weiterverbreitet werden als andere. Sie lernen, komplexe Inhalte mediengerecht aufzubereiten und auf den Punkt zu bringen.

Viele Redaktionen greifen Medienmitteilungen nicht auf, weil sie deren Botschaften nicht rasch genug erfassen. Das können Sie ändern, indem Sie Erkenntnisse aus der Verständnisforschung in Ihre Textarbeit einfliessen lassen. Am zweiten Tag des Crashkurses nutzen Sie hierfür die Verzüge der neuen Sprachvarietät Plain Language (Einfache Sprache). Dabei zeigen schon einfache Empfehlungen verblüffend grosse Wirkung. Wir schauen uns auch weitere Trends in der Sprache an: So werden wir darüber diskutieren, wie man webgerecht, gendersensibel und inklusiv schreiben kann. Sie erkennen Stolpersteine in Ihren Texten – und beseitigen sie. Wir analysieren und perfektionieren Texte – und üben, üben, üben.

6. Tag: Medientraining am Mikrofon und vor der Kamera

28. ODER 29. November 2024
(Do ODER Fr)

(Datum variiert je nach Gruppeneinteilung)

Medientraining am Mikrofon und vor der Kamera

Andri Franziscus, Medientrainer

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.

MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation

Portrait	Das MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation 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 – Institut für Journalismus und Kommunikation Murbacherstrasse 3 6003 Luzern +41 41 226 33 33 office@maz.ch www.maz.ch