maz

Institut für
Journalismus und
Kommunikation

2025/26

Kompaktkurs Fachjournalismus

Verband Schweizer Fachjournalisten SFJ
Association suisse des journalistes spécialisés AJS
Associazione svizzera dei giornalisti specializzati AGS

Daten und Fakten

In Ihrem Fachgebiet sind Sie top. Journalistisch möchten Sie besser werden. Wie Sie mit Ihren Themen und Texten ein breiteres Publikum erreichen, effizienter recherchieren, verständlicher und attraktiv schreiben, lernen Sie in zehn Kurstagen, verteilt auf drei Monate.
Sie erweitern zudem Ihre Kompetenz in der Aufbereitung und Visualisierung von Inhalten, in Multimedia-Journalismus oder in Kommunikationsstrategien. Sie verbessern Ihr journalistisches Handwerk und erwerben zeitgemässes Produktionswissen. Das verleiht Ihnen Sicherheit in der täglichen Arbeit. Ihre Abschlussarbeit können Sie auf Ihr eigenes Projekt beziehen.

Zielgruppe	Der journalistische Allround-Lehrgang für publizierende Themen-Profis richtet sich an Fachpersonen oder Quereinsteiger/innen mit Flair fürs Schreiben und für Themenaufbereitung sowie Redaktorinnen und Redaktoren und Journalistinnen und Journalisten der Fach- und Spezial-presse bzw. Online-Journalistinnen/-Journalisten, die für Fachmedien arbeiten.
Voraussetzungen	Idealerweise regelmässige Mitarbeit bei einer Fachpublikation o.ä. – oder Sie haben ein fachjournalistisches Projekt.
Bewerbungs- und Aufnahmeverfahren	Anmeldung online und Bewerbung mittels Dossiers per E-Mail. Das Dossier umfasst: – Lebenslauf mit Foto – Motivationsschreiben – nach Möglichkeit zwei Publikationen, die Texte von Ihnen enthalten In Grenzfällen entscheidet das persönliche Gespräch. Für die Anmeldung zu einzelnen Modulen müssen die Unterlagen nicht eingereicht werden.
Lernziele	Die Teilnehmenden – kennen die Regeln des journalistischen Handwerks und wissen, wie man Themen wählt und recherchiert; – können zielgruppengerecht formulieren, Texte verständlich und anschaulich verfassen bzw. redigieren; – sind in der Lage, Darstellungsformen und Textsorten themengerecht anzuwenden; – kennen Möglichkeiten, die Leserschaft an ihr Produkt zu binden – durch Marketing bzw. komplementäre Online-Kommunikation (Newsletter, Blog usw.) oder Social Media; – können ihre Beiträge ansprechend visualisieren – haben ein eigenes fachjournalistisches Projekt umgesetzt und präsentiert.
Methode	Expertinnen und Experten aus der Praxis vermitteln kompakte theoretische und praxisbezogene Grundlagen. Diese werden an Beispielen geübt. Als Grundlage dienen regelmässig auch die Arbeiten der Teilnehmenden. Gruppenarbeiten und die Analyse von Beispielen wechseln sich mit individuellen Übungen und Referaten ab.

Gruppengrösse	Maximal 14 Teilnehmende
Vorbereiten/ Mitbringen	Für den Unterricht wird ein eigener mobiler Rechner vorausgesetzt (Laptop), für die Kurse zu Online, Multimedia und Visualisierung mindestens ein Smartphone.
Abschluss	Wer den Kompaktkurs erfolgreich abschliesst, erhält ein MAZ-Zertifikat. Erfolgreich abschliessen heisst: Besuch von 80 Prozent des Präsenzunterrichts, Einreichen einer Abschlussarbeit. Wer ein einzelnes Modul besucht, erhält eine MAZ-Bestätigung dafür.
Start/Ende	6. November 2025 bis 23. März 2026
Kursdauer	10 Tage
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten. Abgabetermin Abschlussarbeit: 6. März 2026 Präsentationen und Abschlussfeier: 23. März 2026
Anmeldeschluss	30. September 2025
Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website
Kursnummer	J127241
Studienleitung	Jean-Pierre Ritler, Studienleiter MAZ, jean-pierre.ritler@maz.ch
Dozierende	– Sandro Bucher, Communitymanager SRF News – Pete Mijnssen, Präsident Verband Schweizer Fachjournalisten (SFJ), Velomedien AG / CR Velojournal – Stefanie Pauli, Recherchejournalistin & Reporterin K-Tipp und Saldo – Jean-Pierre Ritler, MAZ-Studienleiter und Medienmacher – Ulrike Schnellbach, Journalistin, Trainerin
Administration	Monica Gambuti, monica.gambuti@maz.ch, +41 41 226 33 52
Empfehlung	Der Kompaktkurs Fachjournalismus wird durch den Verband Schweizer Fachjournalisten SFJ empfohlen.
Stand	28. März 2025, Änderungen vorbehalten

Programm

	Tag 1
6. November 2025 (Do)	**Einführung Lehrgang / Umgang mit PR** *Jean-Pierre Ritler, Pete Mijnssen* Zu Beginn lernen wir uns und unsere Themen kennen und ordnen Fachjournalismus ein und geben erste Hinweise zur lehrgangsbegleitenden Projektarbeit. Wir fragen nach redaktionellen Gegebenheiten, ethischen Grundsätzen und Abhängigkeiten. Denn die Gefahr, von PR/Marketing vereinnahmt zu werden, ist im Fachjournalismus besonders gross. Wie geht man damit um? Welche Grenzen gilt es zu wahren – und wo sind sie längst überschritten worden?
	Tag 2
7. November 2024 (Fr)	**Grundlagen Journalismus / Einführung Online-Kommunikation** *Jean-Pierre Ritler, Sandro Bucher* Wir legen den Grundstein für die lehrgangsbegleitende Arbeit an einem eigenen Projekt und steigen in die Online-Kommunikation ein. Welche klassischen Kompetenzen zählen im Fachjournalismus besonders und welche neuen Anforderungen stellen sich? Wie organisiert man sich, wo gibt's nützliche Infos und praktische Tools? Wir bereiten uns auf den Einsatz von Blogs und Websites inklusive Social Media vor.
	Tag 3 bis 5
20. bis 22. November 2025 (Do bis Sa)	**Journalistisches Texten und journalistische Darstellungsformen** *Ulrike Schnellbach* «Was immer du schreibst – schreibe kurz, und sie werden es lesen, schreibe klar, und sie werden es verstehen, schreibe bildhaft, und sie werden es im Gedächtnis behalten»: Joseph Pulitzers Worte gelten nicht nur für gedruckte, sondern ebenso für Online-Texte. Wir zeigen, wie das geht. Zudem befassen wir uns mit den Besonderheiten der wichtigsten journalistischen Formen: Bericht, Reportage, Porträt, Interview, Feature & Co. Wir sortieren, analysieren und üben.
	Tag 6
12. Dezember 2025 (Fr)	**Integrierte Medienstrategie, Kommunikationsplanung** *Jean-Pierre Ritler* Wie geht man eine redaktionelle Planung und eine medienübergreifende Kommunikationsstrategie an? Wie halten wir am besten Kontakt mit unserer Zielgruppe? Welches sind die Erfolgsfaktoren, wo macht «Altbewährtes» weiter Sinn, wann der Einsatz von sozialen Netzwerken und Dialog-Apps? Hier befassen wir uns auch mit der lehrgangsbegleitenden Projektarbeit zu Ihrem eigenen fachjournalistischen Thema.

	Tag 7
10. Januar 2026 (Sa)	**Recherche / Online-Recherche** *Stefanie Pauli* Wie recherchiert man systematisch und erfolgreich? Wie organisiert man eine Recherche – und wie werden ergiebige Recherchegespräche vor Ort oder am Telefon geführt? Wie sucht man effizient im Web, welche Google-Tricks und Suchstrategien helfen beim Finden von Informationen? Welche Websites sind für die Recherche nützlich und wie klopfen wir die Internet-Quellen auf Verlässlichkeit ab?
	Tag 8
17. Januar 2026 (Sa)	**Online, Multimedia, Social Media** *Sandro Bucher* Wie können wir eine Website oder einen Blog gezielt und einfach journalistisch nutzen? Wie lassen sich unsere Themen auf einfache Weise publizieren, multimedial anreichern, vernetzen? Welche Tools eignen sich besonders? Wie teilen wir unser fachliches Know-how mit unseresgleichen im Netz, etwa über Social Media wie Facebook, YouTube, Twitter & Co.?
	Tag 9 und 10
24. Januar2026 7. Februar 2026 (Sa und Sa)	**Fachthemen ansprechend visualisieren – mit Bildern, Videos und Grafiken überzeugen** *Jean-Pierre Ritler* Zum Ensemble eines gelungenen Beitrags in einem Fachmedium – gedruckt oder online – gehören treffende, aussagekräftige Bilder und anschauliche, erklärende Grafiken. Im Netz bieten interaktive Grafiken, attraktive Bilder oder Videos zusätzliche Möglichkeiten. Wir zeigen, wie mit einfachen Mitteln und Tools wirksam visualisiert werden kann, was Ihr Fachpublikum interessiert. In diesem Block konkretisieren Sie ausserdem Ihre Projektarbeit.
	Projektarbeit
6. März 2026 (Fr)	**Abgabe** *Jean-Pierre Ritler* Für das Lehrgangs-Zertifikat erbringen Sie eine Projektarbeit. Diese besteht aus einer «Nullnummer» zu einem neuen – respektive erweiterten – Medienprodukt und einer dazugehörigen Medienstrategie. Thema und Ausgestaltung bestimmen Sie weitgehend selbst. Der Arbeitsaufwand hängt von Ihren eignen Ansprüchen ab, veranschlagen Sie hierfür am besten mindestens drei Tage.

	Präsentationen der Projektarbeiten und Abschlussfeier
23. März 2026 (Mo)	**Nachmittag** *Jean-Pierre Ritler* – Präsentationen und Feedback zur Abschlussarbeit – Übergabe der Zertifikate – Apéro

MAZ. Das 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