



**maz**

DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

# Kleine Chronik Teil 2 2009–2014



IM VIADUKT

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

2009–2014

Heiner Käppeli

4\_MAZ – Treffpunkt der Medienbranche

11\_Schweizer Städte werben ums MAZ

12\_«Recognised for excellence» – ein Meilenstein  
in der MAZ-Geschichte

15\_MAZ-Netzwerk 2014

16\_Schlechte und gute Nachricht aus Hamburg

19\_Visuelle Publizistik – Neue Abteilung am MAZ

20\_Die Crux mit den CAS

26\_Besondere Projekte

29\_Neue Märkte

30\_MAZ-Team

# MAZ – Treffpunkt der Medienbranche

## 25 JAHRE MAZ – BEKENNTNIS ZUR ZUKUNFT DES JOURNALISMUS

Das erste Vierteljahrhundert feierte das MAZ – Die Schweizer Journalistenschule am 13. März

2009 – zusammen mit rund 500 geladenen Gästen im «Südpol», Luzern. Festredner und Podiumsgäste befassten sich mit dem Thema «lokal – international». Zu den Gästen gehörten u. a. der ägyptische Unternehmer Samih Sawiris und Valentin Groebner, Geschichtspräsident Universität Luzern.

In ihrer Begrüßungsrede hob die MAZ-Direktorin Sylvia Egli von Matt die Erfolgsgeschichte der Schweizer Journalistenschule hervor, die mindestens drei Konjunkturzyklen gut überlebt habe. Man feiere auch «jetzt erst recht», trotz der äusserst schwierigen Zukunft der Medienbranche. Zudem wolle das MAZ mit dem Fest zeigen, dass es an die Zukunft des Journalismus glaube.

**Festredner Prof. Valentin Groebner, Stiftungsratspräsident Iwan Rickenbacher, Ehrengast Samih Sawiris und MAZ-Direktorin Sylvia Egli von Matt.**



**Die Runde der Schweizer Chefredaktoren vor den Hafenkränen in Hamburg. Von links: Simon Bühler (hrtoday), Thomas Bornhauser (NLZ), Christoph Nussbaumer (Freiburger Nachrichten), René Schuhmacher (K-Tipp), Daniel Weber (NZZ Folio), Christine Nydegger (BZ), Christian Dorer (az), Beat Grossenbacher (sda frz.), Martin Spieler (SZ), Bernhard Rentsch (Bieler Tagblatt), David Sieber (Südostschweiz), Jürg Krebs (LIZ), Alain Jeannot (L'Hebdo), Edgar Schuler (Tages-Anzeiger).**

FOTO: RETO SCHLATTER, MAZ

All die Gäste und Ehemaligen fanden im Luzerner Kulturzentrum «Südpol» ideale Bedingungen für Gespräche und Austausch. Auch eine MAZ-Band mit Ehemaligen und mit Studienleiter Bernd Merkel am Schlagzeug spielte auf.

## CHEFRUNDE LEADERSHIP

Das MAZ organisiert seit 2005 unter der Leitung von Reto Schlatter regelmässig einen Leadership-Lehrgang für Chefredaktoren. Unterstützt wird das Angebot von der Konferenz der Chefredaktoren/-innen.

Zwischen 2009 und 2010 wurde der fünfteilige Lehrgang in Kooperation mit der Johannes Gutenberg-Universität Mainz angeboten. Ab 2011 ist die Hamburg Media School Partnerin des Lehrgangs Leadership.

2009 führte das MAZ in Partnerschaft mit der Konferenz der Chefredaktoren/-innen erstmals die «Chefrunde Leadership» durch. Dabei stehen Treffen mit Persönlichkeiten und Experten der Medienbranche sowie Besuche von Redaktionen im Mittelpunkt. 2011 zum Beispiel besuchte man das «Forum Journalismus und Medien» in Wien oder 2013 die Medienmetropole Hamburg.







### SCHWEIZER FORUM FÜR LOKALJOURNALISMUS

Schon 1989 hat das MAZ den ersten «Lehr-gang Lokalpresse» durchgeführt. Er dauerte 21 Tage, verteilt auf mehrere Module. 2007 wurde er zum «Kompaktkurs Lokaljournalismus» unbenannt und auf 14 Tage verkürzt. Auch die Lokalpresse spürte den Spar- und Zeitdruck. Gleichzeitig gingen Experten davon aus, dass lokale Medien für die Zukunft besser gewappnet seien als überregionale, sie gute Überlebenschancen hätten und sie an Bedeutung sogar zulegen würden. Vor allem wenn sie sich dem digitalen Zeitalter stellten, auf eigene Stärken und auf Qualität setzten. Auf diesem Hintergrund beschloss die MAZ-Leitung, das Projekt «Das MAZ – Ein Zentrum für Lokaljournalismus» zu lancieren. Konkrete Vorhaben für die Entwicklung dieses Zentrums waren:

- Ausbau der Weiterbildung für Lokaljournalisten/-innen
- MAZ-Mediapodium über das Lokale im Journalismus 2009
- Engagement für die «Drehscheibe – aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen», einem erfolgreichen deutschen Ideen- und Servicemagazin, mit dem Ziel, auch Schweizer Themen zu integrieren
- Forum für Lokaljournalismus

Am 9. April 2011 fand das erste vom MAZ geleitete **Schweizer Forum für Lokaljournalismus** in Bern statt.

Thema: «Näher am Leser, an der Hörerin, am User». Zu den Referenten gehörten unter anderem Hans-Jörg Zürn von der Deutschen Sindelfinger/Böblinger Zeitung sowie André Hellmann, Geschäftsführer der deutschen Firma Netzstrategen. Für die Themenwahl und die Referenten war Studienleiterin Barbara Stöckli verantwortlich.

Das 2. Forum ein Jahr später stand unter der Leitfrage: «Online-Plattformen – ist hyperlocal hypermodern?» Für den Weg vom Sender hin zum Dialogmedium machte sich die Hauptreferentin Mercedes Bunz, die ehemalige Leiterin der Online-Redaktion des Tages spiegels, stark.

Das 3. Forum für Lokaljournalismus 2013 stellte die Recherche in den Mittelpunkt. Als Keynote-Speaker sprach Joachim Braun, Chefredaktor Nordbayerischer Kurier, über: «Recherchieren bringt Gewinn! Von Haltung und dem täglichen Spagat zwischen Lesern, Inserenten und LokaljournalistInnen».



**Podium an der 2. Tagung vom 20.11.2012 in Zürich: Joseph Dreier, Dozent für Datenjournalismus und Infografik am MAZ; Sascha Venohr, Entwicklungsredaktion Zeit Online; Gabriel Hase, Webentwickler bei Upfront; Remo Leupin, Co-Redaktionsleiter Tageswoche.**

### DATENJOURNALISMUS-TAGUNG

Die rasant wachsende Datenfülle in der digitalen Welt bietet enorme Chancen. Sie stellt aber auch neue Herausforderungen an den Journalismus. Wie lassen sich relevante Daten ermitteln, bearbeiten und anschaulich darstellen?

2012 schlossen sich das Medienunternehmen AWP, die Journalistenschule MAZ sowie die Wirtschaftsinformationsfirma OFWI zusammen, um den Datenjournalismus in der Schweiz zu fördern. Am MAZ setzte sich Studienleiter Frank Hänecke schon seit Jahren für dieses Thema ein. Ziel war es, eine Plattform für Spezialisten und Interessierte zu schaffen sowie für mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu sorgen. An der ersten gemeinsamen Tagung «Datenjournalismus» im Juni 2012 in Zürich lieferten Experten Antworten etwa auf folgende Fragen: «Wie aus Daten Geschichten werden: Journalismus im Zeitalter von Open Data», «Wo stehen wir mit Open-(Government)-Data in der Schweiz?»

An der 2. Schweizer Tagung ging es im November 2012 unter anderem um die Frage, was denn Journalisten von diesem Trend-Metier wissen müssen. Als wichtig und nützlich wurden genannt: Kenntnisse von Excel und Google-Docs – Statistik-Grundlagen, eine um Datenaspekte erweiterte Berufsethik (Datenschutz bzw. -transparenz) und das Wissen um OpenData-Anliegen.

Bei der 3. Tagung zu «Datenjournalismus in der Schweiz» am 17. September 2013 in Zürich standen Anwendungsbeispiele und der Erfahrungsaustausch unter Profis im Zentrum. Mehr als zwei Dutzend Datenjournalistinnen und Referierende nahmen an der Tagung teil.

## SCHWEIZER RECHERCHETAG AM MAZ

Schon vor Beginn seiner Tätigkeit am MAZ im Herbst 2012 regte Studienleiter Dominique Strebel die Durchführung eines Recherchetages an. Eine gute Idee, wie sich herausstellte. Rund 70 Journalistinnen und Journalisten kamen zum ersten Schweizer Recherchetag am 28. Januar 2013 ans MAZ nach Luzern. Zwölf Journalistinnen und Journalisten referierten und diskutierten in Workshops. Dabei ging es vom «effizienten Googlen» über Anfragen zum Öffentlichkeitsgesetz bis hin zur zielgenauen Recherche in Bundesbern. In Erzählcafés erfuhr man zudem Hintergründe zu ausgewählten Scoops: So berichtete etwa Iwan Städler, Tages-Anzeiger, vom Fall Mörgeli oder Alex Baur, Weltwoche, vom Fall Wyler/Zopfi.

waren Recherche in Justizdokumenten, Bildforensik sowie gekonntes Lesen von Geschäftsberichten. In den Erzählcafés berichteten Lukas Hässig über Daniel Vasellas 72 Millionen, Marc Meschenmoser über Doktorvater Christoph Mörgeli, Catherine Boss über Offshore-Leaks, Ludovic Rocchi über Plagiate an der Uni Neuenburg und Jérôme Martinu über die

für die Gründung eines **Kompetenzzentrums Recherche** stark. Eine Anschlag-Finanzierung von 150 000 Franken wurde 2012 von der Basler Stiftung Medienvielfalt in Aussicht gestellt, falls die langfristige Finanzierung sichergestellt werden könnte. Die gewünschte Absichtserklärung wollten aber die Grossverlage nicht abgeben. Ins geplante Kompetenzzent-



**Schlussrunde der ersten Tagung mit Oliver Zihlmann (Leiter Recherche-Desk Sonntagszeitung/Le Matin Dimanche), Dominique Strebel (Tagungsleiter und MAZ-Studienleiter), Jens Weinreich (freier Journalist und Blogger) und Andrea Bleicher (stv. Chefredaktorin Blick).**

Die **zweite Auflage des MAZ-Recherchetages** folgte am 27. Januar 2014. Das Keynote-Referat hielt Hans Leyendecker vom Recherche-desk der «Süddeutschen». Einen Schwerpunkt bildete der Umgang mit Zahlen. Eine Lokaljournalistin und ein Angestellter des Bundesamtes für Statistik zeigten, wie in der Datenmenge Storys zu finden sind. Weitere Themen

Luzerner Polizei-affäre. Der Recherche-Tag war mit 70 Teilnehmenden wieder ausgebucht. Beide Recherchetage wurden multimedial auf einem Blog festgehalten: [recherche.mazblog.ch](http://recherche.mazblog.ch) und auf Twitter begleitet #rt\_maz.

Der Recherchetag ist Teil einer umfassenderen Idee. Das MAZ möchte ein klares Zeichen für eine höhere Gewichtung der Recherche im journalistischen Alltag, insbesondere auch im Lokaljournalismus setzen. So machte sich das MAZ zusammen mit dem Verein [investigativ.ch](http://investigativ.ch) und dem Verein [oeffentlichkeitsgesetz.ch](http://oeffentlichkeitsgesetz.ch)

rum sollte auch die neue Plattform für Lokaljournalismus (Drehscheibe Schweiz) integriert werden. Beide Vorhaben mussten nach der Absage der Verleger ad acta gelegt werden. Ab 2013 baute das MAZ die Aus- und Weiterbildungsangebote rund um die journalistische Recherche unter Studienleiter Dominique Strebel aus.

## MEDIAPODIUM – DAS ETABLIERTE MAZ-EVENT

2006 startet Sylvia Egli von Matt mit einer neuen Veranstaltungsreihe – dem MAZ-Mediapodium. Zu den Gästen des ersten Mediapodiums gehörten Bill Kovach, Co-Autor des Standardwerks *The Elements of Journalism* und Direktor des American Committee of Concerned Journalists; Pete Clifton, Head of BBC interactive und der bekannte Blogger Mario Sixtus.

Die internationale und nationale Besetzung mit Topreferenten/-innen bildete fortan ein Markenzeichen des Mediapodiums. Fester Bestandteil waren neben den Referaten zudem die Best Practice-Beispiele. Der Treffpunkt für den Anlass – der Terrassensaal des KKL – bewährte sich als attraktiver Begegnungsort.



**Bill Kovach, Co-Autor des Standardwerks *The Elements of Journalism*.**

Die Mediapodiumen im Überblick:

### 2007 Medienkonvergenz oder das neue Rollenverständnis in den Köpfen der Multimediamacher

Referenten/-innen: Prof. Dr. Gabriele Siegert, IPMZ Uni Zürich; Edward Roussel, Online Editorial Director *The Daily Telegraph*, London; Joan F. Domene, stellvertretender Chefredaktor *20 minutos*, Spanien; Dr. Christoph Bauer, Geschäftsführer CASH Gruppe Ringier, Zürich; Ueli Haldemann, Chefredaktor SF

### 2008 TransmediajournalistIn: Berufsbild mit Zukunft?

Referenten/-innen: Mark Deuze, Professor in Journalism and New Media at Leiden University, Holland; Assistant Professor at Indiana University, USA; Präsentation von Rüdi Steiner, Chefredaktor *Cash daily*; Res Strehle, Chefredaktion *Tages-Anzeiger*; Ditti Brook, Leiter Bachelor-Studiengang in Multimedia-Production, HTW Chur

### 2009 Das Lokale im Journalismus – DAS Allerheilmittel, DIE Überlebenschance?

Referenten/-innen: Paul-Josef Raue, Chefredaktor *Braunschweiger Zeitung*; Matthias Bärenfaller, Radio Rottu, und Horst Seidenfaden, Hessisch/Niedersächsische Allgemeine;

### 2011 Innovation als Vorsprung

Referenten/-innen: Prof. Dr. Stephan Weichert, MHMK Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Hamburg; David Leigh, Investigation Executive Editor, *The Guardian*, London; Marc Walder, CEO Ringier Schweiz; Grzegorz Piechota, Senior Editor *Gazeta Wyborcza*, Warschau

### 2012 Was ist Erfolg im Journalismus?

Referenten/-innen: Anette Novak, Vorstandsmitglied *World Editors Forum*, ehemalige Chefredaktorin der Zeitung *Norran* (Schweden); Lucy Küng, Professorin für Medienökonomie an der Jönköping-Universität (Schweden); Daniel Nauck, Gründer und CEO von 2470media, Produktionsstätte für Multimedia-Reportagen, Berlin; Daniel Puntas Bernet,



**Gastgeberin Sylvia Egli von Matt, Hugo Bigi (Moderator) und die Gäste aus England: Jemima Kiss (*The Guardian*) und Jonathan Hewett (*City University, London*).**

Berthold Flöper/Jörg Meier, Drehscheibe Lokaljournalismus Schweiz

### 2010 Wozu noch Journalismus?

Referenten/-innen: Jonathan Hewett, Director of Newspaper Journalism, Graduate School of Journalism, City University, London; Wolfgang Blau, Chefredaktor *Zeit Online*, Hamburg; Jemima Kiss, Medien- und Technologiereporterin beim *Guardian*, London

Chefredaktor des neuen Schweizer Magazins *Reportagen*

### 2013 Tendenzen – 1000 Bilder statt ein Wort

Referenten/-innen: Abbas, iranisch-französischer Fotojournalist bei *Magnum*; Peter Pfrunder, Direktor Fotostiftung Schweiz; Jann Jenatsch, CEO Bildagentur *Keystone*; Tobias Gysi, Fotochef *Blickgruppe*



# Schweizer Städte werben ums MAZ

**Ein überparteiliches Komitee lancierte eine Unterschriftenaktion für den Verbleib der Schweizer Journalistenschule in Luzern. Mit einer Internet- und Social-Media-Kampagne wurden Unterschriften gesammelt ([www.nicht-ohne-maz.ch](http://www.nicht-ohne-maz.ch)).**

Unerwartetes geschah im Frühling 2012. Ohne Vorankündigung erhielt das MAZ am 21. März 2012 vom Kanton Luzern die Mitteilung, dass der jährliche Beitrag ans MAZ von Fr. 50 000.– aus Spargründen gestrichen werde. Die Enttäuschung war gross, zumal der Kanton Luzern das MAZ 1984 mitbegründet und als Stifter seither mitgestaltet hatte. Das MAZ beschloss nach dieser Geste der Geringschätzung, alternative Standorte zu prüfen. Zahlreiche Medien griffen die Mitteilung des MAZ auf und machten sie schweizweit publik. Erfreulich fürs MAZ waren die Reaktionen. Regierungsräte, Verleger und Verantwortliche für Standortentwicklung kamen auf das MAZ zu und warben mit attraktiven Infrastruktur-Angeboten. Die konkretesten Pläne legten Aarau, Baden und Basel vor.

In Luzern blieb man derweil auch nicht untätig. Ein überparteiliches Komitee lancierte eine Unterschriftenaktion für den Verbleib der Schweizer Journalistenschule in Luzern. Mit einer Internet- und Social-Media-Kampagne wurden Unterschriften gesammelt ([www.nicht-ohne-maz.ch](http://www.nicht-ohne-maz.ch)).

Initianten der Solidaritätsaktion waren die beiden Luzerner Kommunikationsagenturen akomag und wave. Als Hauptgründe nannten sie die Wertschätzung einer Institution, die neben Wertschöpfung viel zum Image des Standortes Luzern beitrage. Die Aktion war erfolgreich. Über 800 Persönlichkeiten aus dem Kanton Luzern und der ganzen Schweiz unter-

schrrieben und setzten sich damit für den Verbleib der Schweizer Journalistenschule in Luzern ein.

Der Kanton Luzern lenkte schliesslich ein und sicherte die weitere finanzielle Unterstützung des MAZ zu. So konnte der Stiftungsrat am 21. November 2012 für den Verbleib in Luzern votieren. Gleichzeitig entschied der Rat, die Angebote der Kantone Aargau und Basel-Stadt weiter zu verfolgen und Verhandlungen über Kooperationen aufzunehmen. In Aarau ist ein gemeinsames Weiterbildungsprojekt mit dem Zentrum für Demokratie im Bereich politi-



sche Kommunikation geplant und in Basel eine Zusammenarbeit mit dem Institut Visuelle Kommunikation der Hochschule für Gestaltung und Kunst.

Fazit: Die offensive Haltung des MAZ nach der unverständlichen Streichaktion des Kantons Luzern hat sich gelohnt. Die Schweizer Journalistenschule erhielt viel Publizität und Solidarität sowie wertvolle Anstösse für neue Kooperationen.

# «Recognised for excellence» – ein Meilenstein in der MAZ-Geschichte

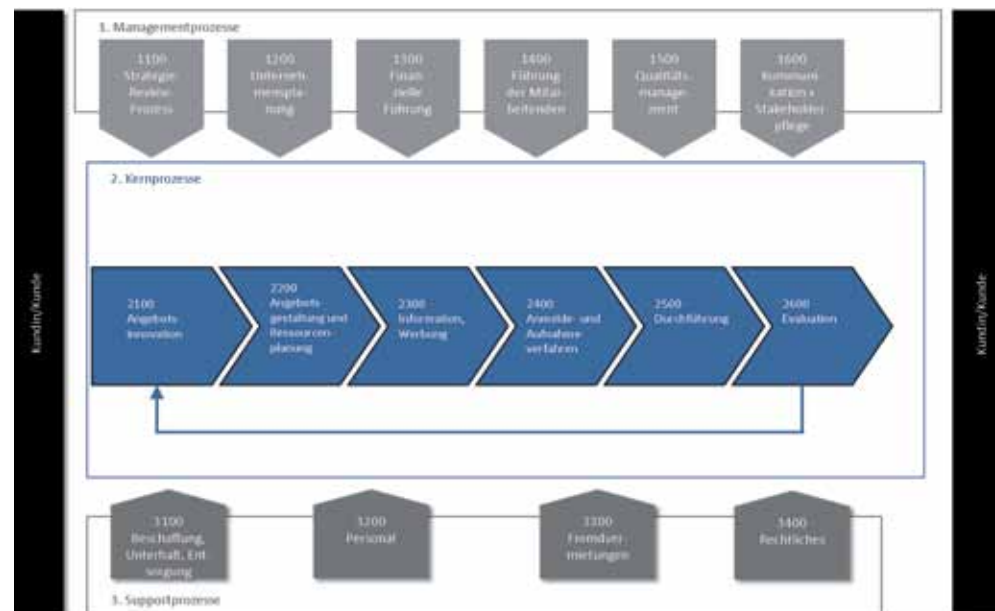
2012 erreichte das MAZ ein langerstrebtes Ziel: das EFQM-Gütesiegel «Recognised for Excellence», kurz: R4e. Die EFQM-Anerkennung der Swiss Association for Quality, SAQ, attestierte dem MAZ ein professionelles Qualitätsmanagement. Hervorgehoben wurden das konsequente Monitoring, die ausgeprägte Kundenorientierung und die Kultur, der Spirit des MAZ.

Die Auszeichnung ist Ansporn, Organisation und Angebot im Sinne der European Foundation for Quality Management, EFQM, weiterzuentwickeln. Konkret bedeutet das für den MAZ-Alltag:

- mehr Prozessbewusstsein
- mehr Planung
- mehr Kontrolle
- mehr Standardisierung
- mehr Transparenz

Das zweitägige R4e-Assessment machte auch bewusst, dass das MAZ seine wichtigsten Stakeholder – die Dozierenden – bevorzugter informieren und mehr einbinden sollte.

Das EFQM-Modell verlangt ein Denken in Prozessen. Zugleich müssen die Ergebnisse dieser Prozesse auch dokumentiert werden. Es braucht Messgrößen – ein EFQM-Zauberwort, das nicht von allen gleichermassen geschätzt wird. Seit 2008 begann das MAZ systematisch mit der Bestimmung von Ziel- und Messgrößen, um die Leistungen zu dokumen-



MAZ-Prozess-Architektur

tieren. Dazu gehört auch das Erfassen externer Anerkennungen, wie zum Beispiel aller MAZ-Absolventen/-innen und MAZ-Dozenten/-innen, die mit einem Preis ausgezeichnet wurden.

## PREISTRÄGER 2009–2013

### 2009

- Karina Muench Reyes (Pressefotografie): Prix Fotoforum PasquArt
- Urs Jaudas (Pressefotografie): Ostschweizer Medienpreis
- Regula Zender (MAJ): Medienpreis des Schweizer Anwaltverbandes
- MAZ: Medien Award 2009

### 2010

- Beat Glogger (DAJ und Dozent): Ehrendoktor der Universität Zürich
- Matthias Ninck (DAJ): Zürcher Journalistenpreis
- Matthias Eberl (Dozent): Deutscher Reporterpreis
- Caroline Wenger (Studiengang Pressefotografie): Ostschweizer Medienpreis

### 2011

- Simone Rau (DAJ): Prix Média der Akademien für Wissenschaften (Sparte Medizin)
- Reto U. Schneider (Dozent): Prix Média der Akademien für Wissenschaften (Sparte Technik)
- Fabian Muster (DAJ): Arrabiata-Preis, Hamburg
- Meinrad Schade (Pressefotografie): Swiss Foto Award
- Sabine Kuste (DAJ): 1. Schweizer Medienpreis für Lokaljournalismus
- Regula Zehnder (MAJ): Prix Média der Akademien für Medizin

### 2012

- Fabian Stamm (SRF): Globetrotter World Photo 2012
- Michael Hauri (Dozent): Globetrotter World Photo 2012
- Simon Tanner (SRF Schweizer Preis: für Pressefotografie «Swiss Press Photo 2012»)
- Josef Trappel (Dozent): 1. Preis für hervorragende Lehre an der Universität Salzburg
- Benjamin Manser (SRF): Ostschweizer Medienpreis 2012
- Rahel Boksberger (DAJ): Ostschweizer Medienpreis 2012
- Elias Bricker (DAJ): Urner Medienpreis
- Eric Breitinger (DAJ): Deutscher Medienpreis für Kinder- und Jugendhilfe 2012
- Peer Teuwsen (Dozent): Journalist des Jahres 2012
- Nicole Krättli (DAJ): Europäischer Journalistenpreis des Verbandes Deutscher Medizinjournalisten
- Dominique Strebel (Studienleiter) und Martin Vetterli («Beobachter»): Ehrenpreis der Finanzjournalisten 2012

### 2013

- Meinrad Schade (Dozent, Absolvent Pressefotografie): n-ost-Reportagepreis 2013
- Janina Gehrig (KK Lokaljournalismus): Ostschweizer Medienpreis 2013
- Manuel Thalmann (Redaktionsmanagement): Ostschweizer Medienpreis 2013
- Carmen Epp (DAJ): Urner Medienpreis 2013

- Daniel Schriber (DAJ): Urner Medienpreis 2013
- Susi Stühlinger (DAJ): Zürcher Journalistenpreis 2013
- Iwan Städler (DAJ): Zürcher Journalistenpreis 2013
- Philipp Loser (DAJ): Schweizer Medienpreis 2013 (gemeinsam mit einem Team der «Tageswoche»)

Eine erfreuliche Statistik: Die Zahl der MAZ-Preisträger wächst. Ein gutes Zeugnis für die Qualität der Aus- und Weiterbildung am MAZ.

## MAZ-ANERKENNUNGEN

- «Recognised member of EJTA» 2008
- Medien Award 2009 des Vereins Qualität im Journalismus
- Mitglied des deutschen Qualitätszirkels der Journalistenausbildner seit 2010





# MAZ-Netzwerk 2014

Seit der Jahrtausendwende knüpfte das MAZ unter der Leitung von Sylvia Egli von Matt ein beachtliches nationales und internationales Netzwerk in der Medien- und Bildungslandschaft. Die folgende Auflistung gibt einen Überblick über Kooperationen, Partnerschaften und Mitgliedschaften:

## KOOPERATIONEN

### Journalismus

- 1992 European Journalism Training Association, EJTA
- 2000 Österreichische Medienakademie Salzburg
- 2003 Hochschule Luzern Wirtschaft Institut für Kommunikationsforschung Luzern, IKF
- 2004 Medieninstitut des Verbandes Schweizer Presse Pädagogische Hochschule Zentralschweiz, PHZ
- 2005 Universität Luzern
- 2006 European Journalism Observatory der Universität Lugano. Hamburg Media School/ Universität Hamburg

- 2007 Fernsehakademie Mitteldeutschland Leipzig, FAM
  - 2008 Universität Leipzig Akademie für Publizistik Hamburg Hochschule Luzern Musik
  - 2009 Johannes Gutenberg-Universität Mainz
  - 2010 Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen, EHSM Hochschule für Technik und Wirtschaft, HTW, Chur
  - 2011 Henri-Nannen-Schule Hamburg, Medienhaus Wien
- ### Kommunikation
- 1998–2001 Hochschule Luzern Sozialarbeit
  - 2000 Hochschule Luzern Design und Kunst
  - 2003–2012 Schweizerisches PR-Institut, SPRI
  - 2004 Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ
  - 2006 Schweizerischer Nationalfonds, SNF
  - 2010 Gebert Rüb Stiftung, GRS

- 2011 Pädagogische Hochschule Zug
- 2013 Zentrum für Demokratie, Aarau

## PARTNERSCHAFTEN

- Bundesamt für Kommunikation, BAKOM
- Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit, DEZA
- Schweizer Radio und Fernsehen, SRF
- Tamedia
- Schweizerische Depeschagentur, SDA
- Schweizerische Mediendatenbank, SMD
- Akademie der Naturwissenschaften Schweiz, scnat
- Schweizerische Kader Organisation
- Bank Wegelin & Co. (2006–2011)

## MITGLIEDSCHAFTEN IN GREMIEN UND VERBÄNDEN

- Schweizerische Chefredaktoren-Konferenz
- Ausbildungskommission des Verlegerverbandes
- Schweiz. Gesellschaft für Medien und Kommunikationsforschung
- Verein Qualität im Journalismus
- Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsangebote
- Schweizer Verband für Krisenkommunikation
- European Journalism Training Association EJTA



# Schlechte und gute Nachricht aus Hamburg

rin Sylvia Egli von Matt nach Deutschland konnte man jedoch rasch eine alternative Lösung für die potenziellen Master-Studierenden anbieten. Das war Glück im Unglück.

In die Bresche sprang die renommierte Hamburger Henri-Nannen-Schule. Der Leiter der Schule, Andreas Wolfers, kam Ende Oktober

Im Herbst 2008 feierte das MAZ eine Premiere. Die ersten Schweizer Studierenden schlossen mit dem Master of Arts in Journalism ab. Möglich wurde dies dank einer Kooperation mit der Hamburg Media School/Universität Hamburg, die 2006 vereinbart worden war. Im ersten Studienjahr lernten die Studierenden in Hamburg, im zweiten am MAZ in Luzern. Der neue Master-Titel war gefragt. Schon vor dem Studienabschluss hatten alle eine Anstellung in einer Redaktion.

Der Master-Studiengang löste das bisherige berufsvorbereitende Modell des Nachdiplomstudiums Journalismus ab, das von 1996 bis 2006 vom MAZ erfolgreich durchgeführt worden war.

Das Kooperations-Angebot mit der Hamburg Media School, HMS, war für junge Schweizer Journalistinnen und Journalisten attraktiv. Die Studierenden konnten vom Netzwerk der HMS in der Medien-Metropole Hamburg viel profitieren und wertvolle Kontakte knüpfen. In Deutschland selbst fand der Studiengang allerdings nicht die erwartete Resonanz. Zudem gab es mehrere Wechsel an der Spitze der HMS. Diese Umstände führten dazu, dass der Aufsichtsrat der Hamburg Media School im Sommer 2011 beschloss, den Studiengang einzustellen.

Der Entscheid fiel kurzfristig. Eine überraschende und unangenehme Situation für das MAZ. Man hatte bereits Interessenten für den nächsten Studiengang 2012/2013 angeworben. Dank der guten Kontakte von MAZ-Direkto-



**Ungewohntes Bild: Master-Zeremonie 2008 im Hamburger Völkerkundemuseum, darunter sechs Schweizer Absolventen/-innen des MAZ.**



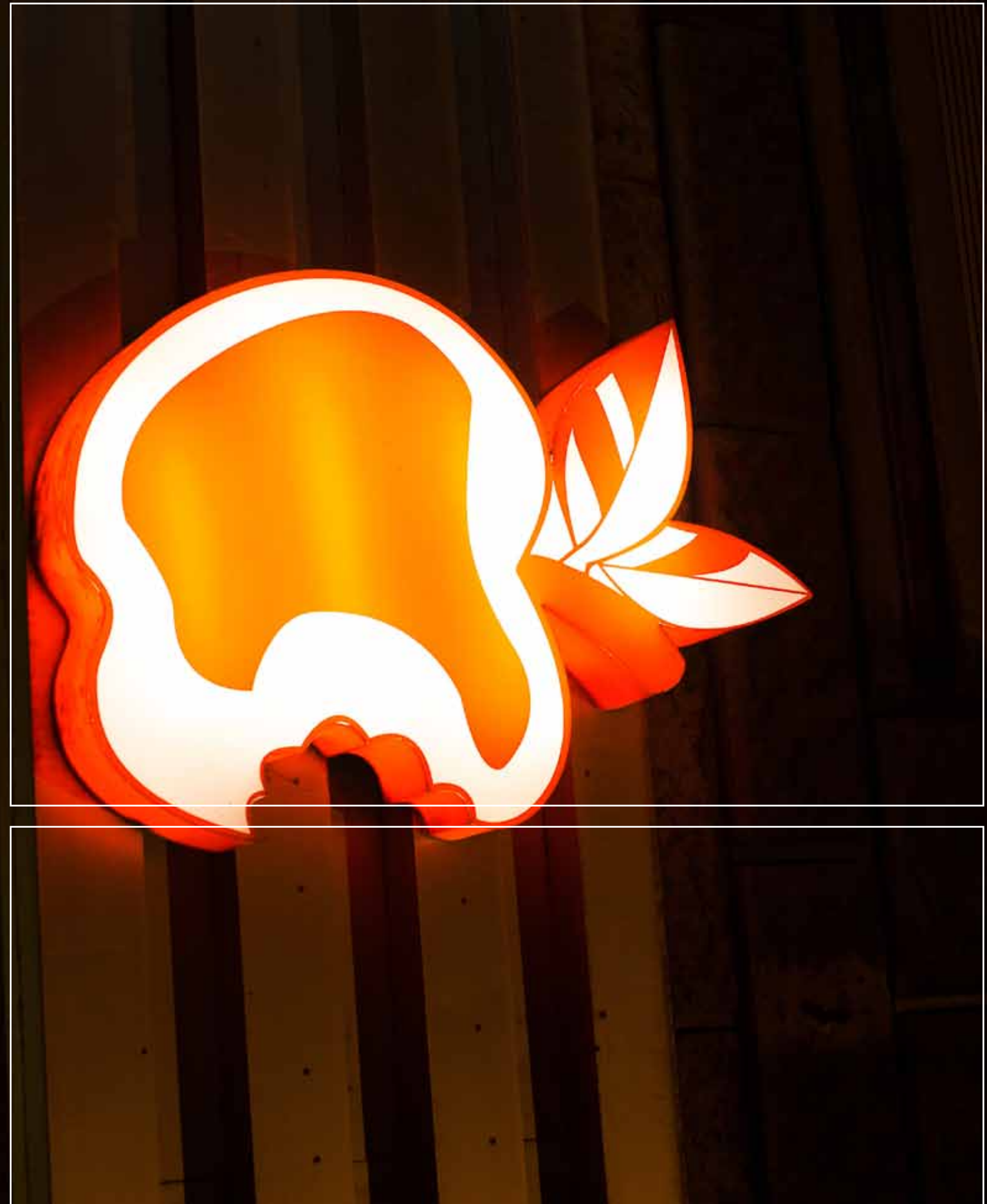
**Andreas Wolfers und Sylvia Egli von Matt vereinbaren eine Zusammenarbeit zwischen der Henri-Nannen-Schule und dem MAZ.**

2011 zu einem zweitägigen Arbeitsbesuch ans MAZ. Er war sehr angetan von der enormen Breite des Angebots am MAZ, vom Praxisbezug der Dozierenden und vom grossen, sympathischen Team.

Mit der Henri-Nannen-Schule vereinbarte das MAZ Ende Oktober 2011 eine Kooperation, die unter anderem vorsah, dass Studierende des MAZ-Diplomstudienganges den vierwöchigen Kompaktkurs der Henri-Nannen-Schule besuchen und im Anschluss ein dreimonatiges Praktikum in einer bedeutenden deutschen

Redaktion absolvieren. In Kürze konzipierte die zuständige Studienleiterin Alexandra Stark ein neues Curriculum für das ehemalige Masterstudium, das die Angebote der Henri-Nannen-Schule mit der Diplombildung am MAZ kombinierte.

Das MAZ sucht weiterhin nach einer berufsvorbereitenden Masterlösung als Alternative zur bewährten berufsbegleitenden Diplombildung Journalismus.



# Visuelle Publizistik – Neue Abteilung am MAZ

2012 beschloss die Geschäftsleitung des MAZ, die wachsende Rolle der visuellen Darstellung am MAZ auch nach aussen klarer zu manifestieren, und schuf eine dritte MAZ-Abteilung neben Journalismus und Kommunikation. Der Name der Abteilung: Visuelle Publizistik.

Der Bildjournalismus hat am MAZ schon lange eine bedeutende Stellung. Studienleiter Koni Nordmann konzipierte 1999 den Studiengang Pressefotografie und 2000 den Studiengang Bildredaktion. Beide Studiengänge wurden danach alternierend im Jahresrhythmus durchgeführt. Ab 2006 bis 2011 unter der Leitung von Nicole Aeby.

Mit der digitalen Fotografie und Bildbearbeitung eröffneten sich neue Dimensionen für den Bildjournalismus. Das MAZ verstärkte daher 2011 seine Bildkompetenz und stellte zwei Fachleute für visuelle Publizistik ein: Reto Camenisch und Beat Rüdt.

Studienleiter Beat Rüdt überarbeitete den Studiengang Bildredaktion. Unter der neuen Bezeichnung Studiengang Multimedia-Editor fand er 2011–2012 statt. Danach gestaltete Beat Rüdt 2013 anstelle des Studiengangs ein verkürztes Angebot – den «CAS Visueller Journalismus».

Studienleiter Reto Camenisch entwickelte den Studiengang Redaktionelle Fotografie weiter. Neu nahm er unter anderem den multimedialen Bildjournalismus sowie den Videodreh mit Spiegelreflexkameras und dessen Postproduktion ins Ausbildungsprogramm auf. Er machte sich auch für zusätzliche Aktivitäten am MAZ stark. 2012 führte er die MAZ-Galerie ein. Drei bis vier Ausstellungen pro Jahr sollen zeitgenössischen Fotografen ebenso wie in Archiven verschwundenen Bildern



**2011 neu in der MAZ-Studienleitung  
Beat Rüdt (l.) und Reto Camenisch.**

eine Plattform bieten. Zu jeder Ausstellung wird ein kleiner Katalog verfasst.

Ein besonderes Projekt unter der Leitung von Reto Camenisch war «Der zweite Blick – Arbeit und Alltag der Police Bern». Die Teilnehmenden des Studienganges Redaktionelle Fotografie 2012–13 konnten während eines Jahres die Polizeiarbeit der Kapo Bern ohne Einschränkung dokumentieren. Die Ergebnisse wurden in einer grossen Ausstellung im Kornhaus Bern präsentiert. Zudem kam ein Bildband, gestaltet vom MAZ-Hausgrafiker Ruedi Rey, im Stämpfli-Verlag heraus.

Auch das MAZ-Mediapodium 2013 befasste sich unter dem Titel «Tendenzen – 1000 Bilder statt eines Worts» ausschliesslich mit dem Thema Bild. Zur Einstimmung kommentierte die MAZ-Community in einer Blogserie persönlich ausgewählte Medienbilder.



# Die Crux mit den CAS

Zwischen 2009 und 2013 entwickelte und lancierte das MAZ in allen Abteilungen neue CAS-Angebote. Man war zum einen beflügelt vom Erfolg der bisherigen CAS-Studiengänge und zum andern wollte man mit diesem Format rasch auf neue Entwicklungen und Herausforderungen in der Medienwelt reagieren. Es zeigte sich aber, dass die Angebote zwar einem Bedürfnis entsprachen, doch das Format des CAS für die jeweilige Zielgruppe nicht immer geeignet war – aus verschiedenen Gründen.

## CAS FINANZJOURNALISMUS

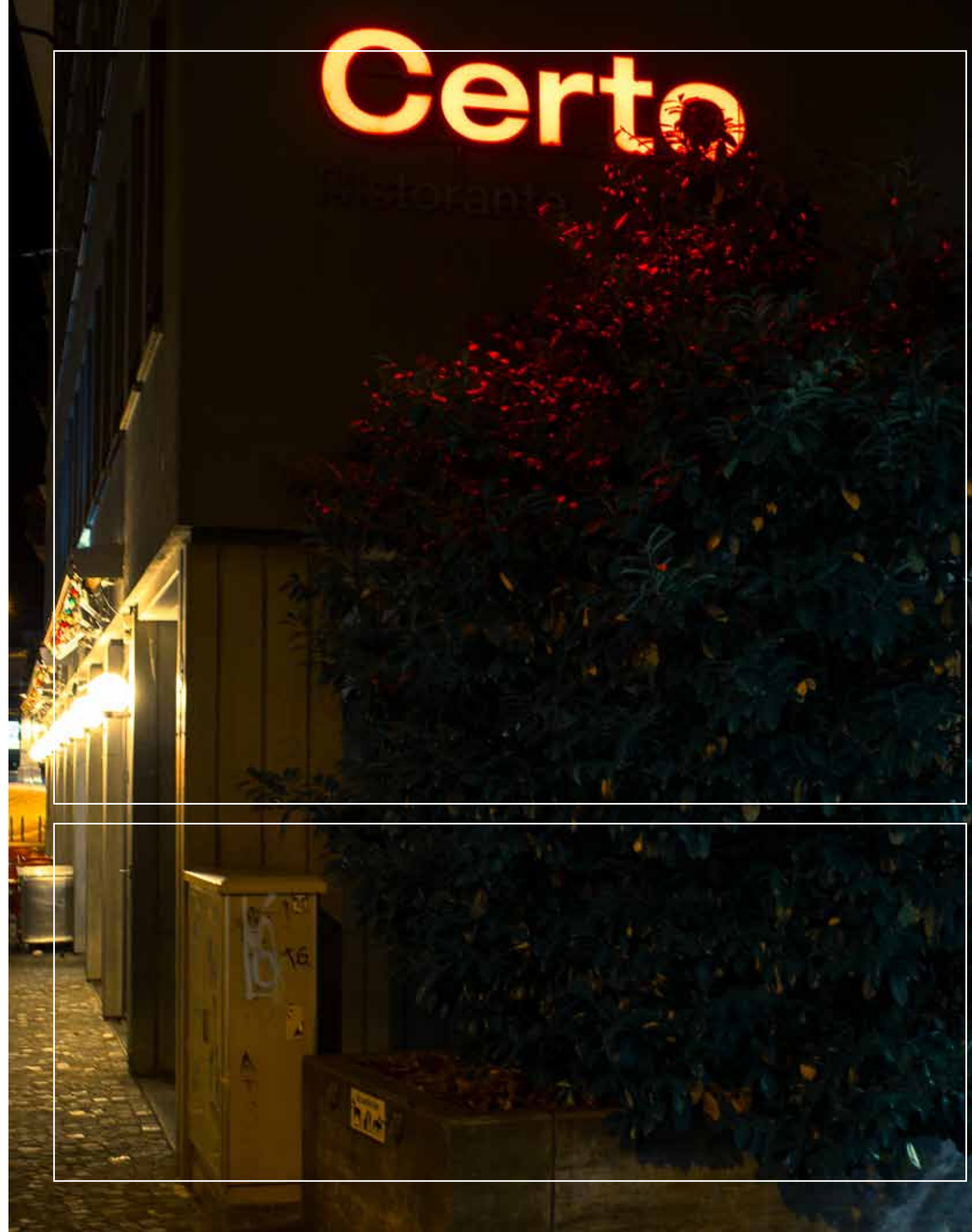
2008 begann die Finanzkrise in den USA, die rasch die Wirtschaft weltweit erschütterte. Ökonomische Themen dominierten zunehmend die journalistische Berichterstattung. Das MAZ beschloss daher, eine Art Crashkurs in Finanzjournalismus auf die Beine zu stellen. Heiner Käppeli und Anton Ladner, Finanzredaktor Cash online, entwickelten einen CAS Finanzjournalismus, der neben dem Selbststudium 18 Tage Präsenzunterricht umfasste. Der Start war im Mai 2009 geplant.

Ladner stellte eine vielseitige, spannende Dozentencrew aus Finanzfachleuten und erfahrenen Journalisten zusammen. Dazu gehörten unter anderem:

Jürg Frischknecht, freischaffender Journalist  
Hans Geiger, Prof. emeritus of Banking, Swiss Banking Institute, Zürich  
Michael Gerber, Head of Investor Relations ABB  
Beat Grunder, Chartanalyst Credit Suisse  
Mark Gustafson, EFG Financial Products  
Prof. Thorsten Hens, Director Swiss Banking Institute, Universität Zürich  
Thomas Herrmann, Global Economics, Credit Suisse, Zürich  
Karl Hug, Direktor Schweizerische Nationalbank, Leiter Geldmarkt, Zürich  
Antoinette Hunziker, CEO Form Futura, ehemals CEO an der Schweizer Börse  
Tobias Luz, Finma, Bern  
Fred Müller, Zürich Versicherungen, Kommissionsmitglied Rechnungslegung des Schweiz. Versicherungsverbandes, Zürich  
Leo Müller, Korrespondent Capital, Autor «Tatort Zürich», Dozent HSLU, Zürich  
Prof. Monika Roth, Verwaltungsrätin Ethos, Dozentin HSLU, Bern  
Dominik Schawalder, Wohnbauberater Luzerner Kantonalbank, Luzern  
Bruno Schletti, Wirtschaftsredaktor Tagesanzeiger  
Dirk Schütz, Chefredaktor Bilanz, Autor «Gierige Chefs», Zürich  
Markus Spillmann, Chefredaktor NZZ  
Rüdi Steiner, Chefredaktor Cash und Cash Online, Zürich  
Thomas Stenz, VR-Präsident Ernst & Young Schweiz, Zürich  
Res Strehle, Stv. Chefredaktor Tagesanzeiger  
Domenico Troncellito, Man Group, Pfäffikon  
Werner Vogt, Schweizer Börse SIX  
Eric Wasescha, CEO Derivate Partners AG, Geschäftsführer Verband strukturierter Produkte, Zürich  
Karl Wüthrich, Rechtsanwalt und Swissair-Liquidator, Zürich

Das Programm versprach eine breite, praxisbezogene Weiterbildung mit vielen Besuchen vor Ort. Doch die Resonanz war ernüchternd. Es gab zwar Interessenten, doch nur sehr wenige definitive Anmeldungen. Es stellte sich heraus, dass die Journalistinnen und Journalisten bei der zunehmend angespannten Wirtschaftslage nicht 18 Tage auf der Redaktion fehlen und zudem Zeit für das Selbststudium aufwenden konnten. Das CAS-Format war für diese Zielgruppe unter den aktuellen Umständen nicht geeignet.

Mehr Erfolg beschieden war der Mini-Workshopreihe für Finanz- und Wirtschaftsjournalisten, die das MAZ gemeinsam mit der Bank Wegelin & Co. in Zürich durchführte. Zwischen 2008 und 2011 organisierte das MAZ unter der Leitung von Reto Schlatter 12 Workshops mit Experten der Bank Wegelin zu aktuellen Wirtschaftsthemen, wie Zinsen und Märkte, Bankgeheimnis, Indexfonds und ETF, Pensionskassen usw. Die Workshops waren sehr gut besucht. Sie dauerten jeweils von 10.15–11.45 Uhr und fanden im Hotel Schweizerhof beim Hauptbahnhof Zürich statt.





## CAS SPORTJOURNALISMUS

2008 kam die Eidgenössische Hochschule für Sport in Magglingen (EHSM) auf das MAZ zu. Sie schlug vor, ein gemeinsames Angebot für Sportjournalisten zu entwickeln. Die Idee stiess am MAZ auf offene Ohren, da das MAZ den Sportjournalismus etwas stiefmütterlich behandelt hatte. Zwar gab es im Laufe der Jahre regelmässig Angebote im kleinen Rahmen für Sportjournalistinnen und Sportjournalisten, doch der Hauptteil der Aus- und Weiterbildung wurde bisher verbandsintern durchgeführt.

Peter Wüthrich, Leiter Lehre EHSM, Heiner Käppeli, MAZ, Reto Held, Sportredaktor SRF und später auch Walter Aeschmann, freier Journalist, arbeiteten 2009 und 2010 ein CAS-Programm für Sportjournalisten aus, in dem beide Institutionen ihre Stärken bündelten. Die EHSM steuerte ihr Sportwissen und das MAZ das Medien-Know-how bei. Geplant waren drei Module in Magglingen und fünf am MAZ. Die Module waren zudem frei wählbar. Als Zielgruppe hatte man Medienschaffende, Sportler/-innen und Sportwissenschaftler/-innen im Auge.

EHSM Magglingen	
<b>Modul 1 (3 Tage)</b>	<b>Einführung/Organisation</b> Der Sport in der Schweiz  Einblick in den privat- und öffentlichrechtlichen Sport; Vereine und Verbände im Sport; Sportpolitisches Konzept; Megaevents; volkswirtschaftliche Bedeutung des Sports
<b>Modul 3 (3 Tage)</b>	<b>Medien Sport und Gesellschaft</b>  Positionierung des Sports in der Gesellschaft, Leistung als Ressource, Der Staat im Sport: Bund, Kantone, Gemeinden, Einführung ins Rechtssystem, Ethik im Sport Firmenbesuch (1 Tag)
<b>Modul 5 (3 Tage)</b>	<b>Sportwissen</b>  Strategien zur Wissensbeschaffung im (Spitzen) Sport, Modellvorstellungen zur sportlichen Leistung, Modelle zur Planung, Steuerung und Evaluation von Wettkampf, Erstellen von Sportartenanalysen
<b>Abschlussfeier</b>	

### Grobkonzept Ende 2009.

Das ausführliche Konzept wurde einer Reihe von Sport-Redaktionsleitern präsentiert. Es gab viel Zustimmung und einige Anregungen. Anfang 2011 erfolgte die Ausschreibung. Die EHSM gestaltete zusätzlich ein Plakat. Der Start war auf September 2011 angesetzt. Leider blieb das Werben wiederum ohne Erfolg. Die Anmeldungen reichten nicht aus, um den CAS zu starten. Aus den Rückmeldungen schlossen wir, dass das CAS-Format zu lang und wahrscheinlich auch zu teuer für Sportjournalisten war. Das MAZ und die EHSM wollten aber nicht gleich klein beigeben. Nach Ablauf der Anmel-

MAZ Luzern	
<b>Modul 2 (3 Tage)</b>	<b>Modul 7 (3 Tage)</b>
<b>Journalistische Grundlagen</b> Quelle und Recherche:  Die wichtigsten Nachschlagewerke; Mediensprache: verständlich, attraktiv und verantwortlich schreiben; Die Sportnachricht (Print): Informationen auswählen und gewichten	<b>Bildmedien und TV</b> Sportfotografie  Technische Rahmenbedingungen, Bildgestaltung, Bildbeschaffung TV-Sportbericht: Konzept, Montage, Dramaturgie, Vertonung
<b>Modul 4 (3 Tage)</b>	<b>Modul 8 (3 Tage)</b>
<b>Journalistische Formen I</b> Medienrhetorik (Radio/TV)  Auftreten vor Mikrofon und Kamera; Das Interview: Interviewtypen; Der Live-Kommentar: Sportereignisse spontan und packend zeitgleich vermitteln	<b>Multimedia und Projektarbeit</b> Multimedial informieren  Digitale Bearbeitung, Formatierung und Einbindung von Bildern und Tönen in einen Webaufttritt, Live-Ticker, SMS/MMS-News
<b>Modul 6 (3 Tage)</b>	
<b>Journalistische Formen II</b>  Der Sportbericht / Matchbericht / Sportreportage (Print/Radio): Aktuelles und Hintergrund prof. verzahnen und praktisch erproben Das Porträt: Nähe und Distanz: Was darf/soll man schreiben?	

defrist ging man sofort daran, einen verkürzten Kompaktkurs Sportjournalismus von total 14 Tagen zu planen. Zudem wurden die einzelnen Module als eigenständige Kurse ausgeschrieben. In dieser offenen Form gelang es, den Kompaktkurs 2013 unter der Studienleitung von Barbara Stöckli durchzuführen. Der Kurs kam bei den Sportjournalisten/-innen gut an. Auch 2014 ist das Partnerangebot des MAZ und EHSM wieder im Programm.

## CAS VISUELLER JOURNALISMUS

2011 konzipierte Studienleiter Beat Rüdten den Studiengang Visual Multimedia Editor als Nachfolge-Angebot des Studiengangs Bildredaktion. Wie es die neue, gewöhnungsbedürftige Bezeichnung ausdrückt, ging es darum, den multimedialen Anforderungen in einer zeitgemässen Bildredaktion Rechnung zu tragen. Der Studiengang umfasste 70 Präsenztage. Die Ausschreibung war erfolgreich. 12 Teilnehmende absolvierten die Ausbildung als Visual Multimedia Editor zwischen Oktober 2011 und September 2012.

Einer weiteren Ausschreibung des Studiengangs 2013 blieb aber der Erfolg versagt. Man beschloss, ein verkürztes Angebot in Form eines CAS von 22 Tagen zu lancieren. Dieser CAS mit dem Namen Visueller Journalismus enthält Pflicht- und Wahlfächer und ist modular aufgebaut. Das Besondere an diesem CAS ist, dass die Module offen sind und von Gästen als Weiterbildungskurse genutzt werden können. Zudem ist es möglich, jederzeit in den CAS einzusteigen sowie den Zeitpunkt des Abschlusses, für den eine Projektarbeit verlangt wird, selbst zu bestimmen. Das Konzept dieses CAS zeichnet sich durch eine maximale kundenfreundliche Flexibilität aus. Der CAS startete im September 2013 mit sieben Teilnehmenden aus den Bereichen Print, Online und TV.

Auch die Abteilung Kommunikation projektierte neue CAS-Studiengänge.

## CAS KRISENKOMMUNIKATION

In einer Umfrage 2009 unter Ehemaligen zeigte sich deutlich der Wunsch nach mehr Angeboten im Bereich Krisenkommunikation. Das Thema wurde am MAZ schon länger im CAS Professionelle Medienarbeit und in Seminaren mit Erfolg behandelt. Man nahm den Wunsch ernst und unterbreitete die Idee eines CAS Krisenkommunikation dem MAZ-Wirtschaftsbeirat und dem bewährten Kooperationspartner, der Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ. Sowohl der Wirtschaftsbeirat als auch die HWZ reagierten positiv, und so machte sich 2010 eine Projektgruppe unter der Leitung von Simon Kopp an die Arbeit. Zur Gruppe gehörten Stefan Eggenberger, Leiter Weiterbildung HWZ; Gaudenz Weber, Geschäftsführer Schweizer Verband für Krisenkommunikation, VKK; Daniel Deicher, Leiter Krisenstab Stadt Luzern und Vorstandsmitglied Schweizerische Konferenz ziviler Stabchefs, SKSZ, und Heiner Käppeli, MAZ. Das Programm des CAS Krisenkommunikation sah 17 Tage Präsenzunterricht vor. Als Prüfstein des Gelernten war im Modul 4 ein dreitägiges realistisches Krisenszenario geplant, in dem alle Kommunikationsmittel praktisch erprobt werden konnten. Diese Krisenübung wurde in Zusammenarbeit mit dem Verband für Krisenkommunikation ausgearbeitet. Bei dieser Übung wären auch MAZ-Studierende der Abteilung Journalismus zum Einsatz gekommen. Als Projektarbeit sollten zudem alle Teilnehmenden ein Krisenmanual für ihre Organisation verfassen.

«Krisen kann man überleben. Oder meistern.» – So lautete der Werbe-Slogan. Die Werbephase dauerte von Frühling bis Sommer 2011. Der Start war im September geplant. Die Anfragen

kamen recht spärlich und im Spätsommer mussten das MAZ und die HWZ feststellen, dass der CAS Krisenkommunikation entgegen aller Erwartungen nicht durchgeführt werden kann.

Eine selbstkritische Analyse im MAZ-Wirtschaftsbeirat zeigt, dass Kommunikationsprofis in vielen Unternehmen sehr häufig mit

Konzept CAS-Krisenkommunikation	
<b>Modul 1:</b>	<b>Krisengrundlagen</b>
<b>Modul 1:</b>	<b>Krisenvorbereitung</b>
<b>Modul 1:</b>	<b>Krisenbewältigung</b>
<b>Modul 1:</b>	<b>Krisenübung</b>
<b>Modul 1:</b>	<b>Krisennachbereitung</b>
<b>Prüfung/Feedback</b>	

Krisensituationen konfrontiert sind. Sie verfügen also bereits über etliche Erfahrung. Sie sind daher nur punktuell an der Vertiefung einzelner Aspekte interessiert und nicht mehr an einer umfassenden Weiterbildung. Thema und Konzept überzeugen dennoch nach wie vor, und vielleicht sollte das MAZ zu einem späteren Zeitpunkt mit einem stärkeren Fokus auf die Social-Media-Kanäle wieder einen Versuch wagen.

The logo consists of the letters 'EMM' in a bold, sans-serif font. The letters are white with a bright cyan glow. The logo is tilted slightly to the right and is set against a black background with a red horizontal line above and below the text.The logo consists of the letters 'EMM' in a bold, sans-serif font. The letters are white with a bright cyan glow. The logo is tilted slightly to the right and is set against a black background with a red horizontal line above and below the text.The logo consists of the letters 'EMM' in a bold, sans-serif font. The letters are white with a bright cyan glow. The logo is tilted slightly to the right and is set against a black background with a red horizontal line above and below the text.

#### CAS SOCIAL MEDIA

2010 zeichnete sich immer deutlicher eine neue Entwicklung ab: Facebook & Co. gewannen auch in der Unternehmenskommunikation mehr und mehr an Bedeutung. Studienleiter Frank Hänecke, der schon seit mehreren Jahren das Seminar «Webtexten – Schreiben fürs Zielpublikum» für die Abteilung Kommunikation leitete, machte den Vorschlag, einen «CAS Social Media» zu lancieren. Die Geschäftsleitung war von der Idee rasch überzeugt und gab grünes Licht.

Erfreulich war, dass Marcel Bernet, MAZ-Dozent und einer der führenden Köpfe im Social Media, sich bereit erklärte, am Projekt mitzuarbeiten und dem MAZ die massgebenden Experten zu vermitteln. Heiner Käppeli sondierte bei der Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ, über die Anerkennung und Aufnahme eines solchen CAS in ihrem Weiterbildungsportfolio. Da stellte sich heraus, dass die HWZ auch an der Entwicklung eines gleichen CAS arbeitete. Nach mehreren Gesprächen einigten sich das MAZ und HWZ auf die Lancierung von zwei unterschiedlichen Formaten. Während die HWZ am längeren CAS-Format weiterarbeitete, konzentrierte sich das MAZ auf das kürzere MAZ-eigene Format des Kompaktkurses. Statt 22 Tage umfasste das Angebot nun 10 Tage, aufgeteilt auf fünf Module. Als Hauptdozentin konnte Daniela Caviglia gewonnen werden. Unter dem Titel «Kompaktkurs Social Media – Unternehmen im Dialog» in Zusammenarbeit mit Bernet PR wurde der Kurs im Dezember 2010 ausgeschrieben. Der Start war Mitte März 2011 vorgesehen.

Bereits nach sechs Wochen war der Kompaktkurs ausgebucht. Wohl ein Rekord in der MAZ-Geschichte. Das Thema entsprach offenkundig einem grossen aktuellen Bedürfnis. Das Angebot konnte im Halbjahresrhythmus bis Mitte 2013 durchgeführt werden. 2014 ist der Kompaktkurs neu unter der Leitung von

Studienleiter Christian Schenkel wieder im Programm.

#### CAS FÜHREN

Seit 2000 führt das MAZ mit Erfolg den mehrteiligen Kurs Redaktionsmanagement für Vorgesetzte in Redaktionen durch. Es lag nahe, die Erfahrungen und das Know-how dieser Managementkurse auch für leitende Kommunikationsverantwortliche zu nutzen. Heiner Käppeli projektierte 2010 zusammen mit Studienleiter Reto Schlatter einen CAS Führen für diese Zielgruppe. Das Angebot sollte in Zusammenarbeit mit dem SPRI und der HWZ ausgeschrieben werden. Das Schweizerische PR-Institut, SPRI und die HWZ, die beiden langjährigen Kooperationspartner des MAZ, wollten aber den Lead in diesem Bereich nicht ans MAZ abtreten. Das MAZ verfolgte danach diese Fährte nicht mehr weiter, zumal auch immer wieder leitende Kommunikationsprofis im Redaktionsmanagementkurs am MAZ mitmachten.

Das MAZ-Konzept für den «CAS Führen» sah sieben Module zu je zwei Tagen sowie eine Projektarbeit vor. Folgende Themen waren im Programm geplant:

#### CAS FÜHREN: MODULE

- Modul 1 Führungsstile und eigenes Führungsverständnis
- Modul 2 Wertschätzend führen
- Modul 3 Führen und mit Widerstand umgehen
- Modul 4 Verhandeln
- Modul 5 Teams führen und motivieren
- Modul 6 Qualität sichern und fördern
- Modul 7 Selbstmanagement
- Modul 8 Projektarbeit

# Besondere Projekte

## MAZ-FACTORY

2010 zeichnete sich immer deutlicher ein neuer Trend ab. Grosse Tagungen und Events wurden multimedial im Internet verwertet. Man sammelte Pointiertes aus Reden, Präsentationen und Podien und bereitete es in Berichten, Reportagen, Interviews, Videos und Slide-Shows auf.

Die MAZ-Geschäftsleitung beschloss daher, ein neues Service-Angebot einzuführen: die MAZ-Factory.

Ein Fachteam aus MAZ-Dozierenden, Studierenden oder Ehemaligen sollte grosse Veranstaltungen und Anlässe journalistisch und multimedial begleiten.

Mit dieser Factory verfolgte das MAZ verschiedene Ziele. Man wollte

- eigene multimediale Kompetenzen in einem Profitcenter nutzen
- einen neuen Markt erschliessen
- einen positiven Beitrag zur MAZ-Reputation leisten
- Medienschaffenden Gelegenheit geben, praktische Erfahrungen mit neuen Gestaltungsformen und Techniken zu sammeln
- freischaffenden Journalisten eine Verdienstmöglichkeit bieten

Den ersten Einsatz hatte die MAZ-Factory am MAZ-Mediapodium 2010. Danach begleitete die Factory unter der Leitung Flavien Allenspach das zweitägige Forum Bernense der Privaten Hochschule Wirtschaft, PHW, in Bern und im April 2011 das 1. Schweizer Forum für Lokaljournalismus. Das Factory-Team bereite-

te in wechselnder Besetzung die Tagungen multimedial spannend auf. Nach den Anlässen lagen informative Dokumente im Internet für Anwesende und Nicht-Anwesende vor.

Einen speziellen Auftrag erhielt MAZ-Factory im Juni 2011 vom Bundesamt für Veterinärwesen. Der Veterinärdienst Schweiz plante eine grossangelegte Krisenübung, bei der ein Ausbruch der Maul- und Klauenseuche in der Schweiz simuliert wurde. Das MAZ-Factory-Team hatte die Aufgabe, während zweier Tage aus den MAZ-Radiostudios in Luzern die Behörden, Tierärzte und Fleischverarbeiter mit unbequemen Fragen und Mails zu bombardieren.

Trotz der erfreulichen Nachfrage im ersten Jahr wurde das Angebot Ende 2011 eingestellt. Es zeigte sich, dass die Kunden vor allem andere Preisvorstellungen hatten als das MAZ. Man glaubte, die Einsätze der MAZ-Factory seien Teil der Ausbildung und die Leistungen seien daher kostengünstig oder sogar gratis. Die MAZ-Factory hatte aber einen recht grossen organisatorischen und technischen Aufwand. Zudem wollte man die Journalistinnen und Journalisten, die bereits professionell arbeiten, auch entsprechend entgelten. Es war also nicht möglich, die MAZ-Factory als Profitcenter zu betreiben, da es von aussen mehr als Trainingsplattform statt als professionelle Dienstleistung wahrgenommen wurde.

## MAZ-BLOGSERIE

Ausgehend von einer intensivierten Berufsbild-Debatte startete das MAZ 2010 eine Blogserie. Jedes Jahr werden Persönlichkeiten aus Medien, Kommunikation, Politik, Wirtschaft, Kultur, Bildung und Sport zu Stellungnahmen über ein Jahresthema eingeladen. Die Stellungnahmen werden auf der MAZ-Website veröffentlicht und auch im Jahresbericht des MAZ zusammengefasst.

Die bisherigen Jahresthemen:

2010: Wozu noch Journalismus?

2011: Mein Medientagebuch

2012: Mein Magic Moment im Journalismus

2013: Mein Pressebild



## MAZ-APP

Am 23. August 2012 war es so weit. Das MAZ brachte das erste App heraus. Es ist ein praktisches Tool für all jene, die kurz vor einem Medienauftritt stehen und sich vergewissern möchten, was man vor Mikrofon und Kamera oder in einem Krisenfall beachten sollte. Mit dem App hat man alle relevanten Checklisten für einen Franken gleich zur Hand.

Vor der Realisierung gab es in der Abteilung Kommunikation eine längere Diskussion über die Frage, ob man mit einem solchen App nicht allzu leichtfertig eigenes Know-how preisgebe. Es setzte sich aber die Einsicht durch, dass solche Checklisten keinen Ersatz für ein Training sind. Vielmehr machen diese Listen bewusst, wie komplex ein professioneller Medienauftritt sein kann.

## MAZKLICK FÜR EHEMALIGE

2004 gründete das MAZ anlässlich des 20-Jahr-Jubiläums einen Alumniverein. Leider kam er trotz verschiedenen Aktionen und personellem Support durch das MAZ nie recht in Fahrt.

2011 wurde der Verein aufgelöst. Um interessierte Ehemalige aber doch bevorzugt zu informieren, entwickelten Studienleiter Beat Rüdt und Studienleiterin Barbara Stöckli 2012 einen speziellen Newsletter für Ehemalige: den «mazclick».

Er bringt auf zeitgemässe Weise Ehemalige kurz und knapp auf den neuesten Stand über die wichtigsten Ereignisse am MAZ.

## MAZ-SEISMOGRAPH

Das MAZ eignet sich für empirische Forschung. Jährlich starten in den verschiedenen MAZ-Studiengängen zwischen 50 und 70 Studierende. Die meisten arbeiten bereits auf Redaktionen und haben schon klare persönliche Ziele und Vorstellungen über ihr Rollenverständnis sowie über die Aufgaben des Journalismus.

Es wäre interessant herauszufinden, welches die ursprünglichen Berufsmotive sind, welche Vorkenntnisse die Studierenden mitbringen und wie sich die Vorstellungen im Lauf der Jahre wandeln.

Auch Veränderungen des Mediennutzungsverhaltens von Kommunikationsverantwortlichen könnten eruiert werden.

MAZ-Direktorin Sylvia Egli von Matt hatte sich für die Verwirklichung dieser Idee eingesetzt. 2012 stand das Konzept und Studienlei-

ter Frank Hänecke begann Ende Juni 2013 mit der ersten Befragung. 44 von 46 Studierenden der Diplomausbildung Journalismus 2013–15 nahmen daran teil.

Im November 2013 folgte bereits die nächste Befragung von 34 Probanden, welche die Aufnahmeprüfung der Diplomausbildung 2014–2016 bestanden hatten. Unter anderem wurde nach den Multimedia-Vorkenntnissen und den Social-Media-Kenntnissen gefragt.

Dank diesem MAZ-Seismographen wird im Laufe der Jahre ein wertvoller Datenschatz zusammenkommen, der interessante Erkenntnisse über Medienschaffende in einer Zeit des rasanten Umbruchs liefern wird.

## PERFORMX – DIE NEUE BETRIEBSOFTWARE

Seit 1999 verwaltete das MAZ seine Kurs- und Adressdaten sowie alle Vorlagen mit dem Access-System. Das System wurde laufend angepasst und erweitert. Das technische Herzstück der MAZ-Administration stiess jedoch zunehmend an seine Grenzen. 2010 beschloss die Geschäftsleitung, eine neue Betriebs-Software einzuführen. Nach einem sorgfältigen Evaluationsprozess entschied man sich für das System PerformX der Firma Performa in Luzern. Unter der Federführung von Sonja Döbeli, Geschäftsleitung, wurde ein aufwendiger Analyse- und Datentransfer-Prozess in die Wege geleitet. 2011 fand die Umstellung statt, die wegen der enormen Datenfülle von den

Hauptbeteiligten viel abverlangte. Den Abschluss des Projekts feierte das MAZ auf Einladung der Firma Performa im bekannten Luzerner Wasserturm.



# Neue Märkte

Das MAZ pflegt seit den 80er-Jahren ein breites Angebots-Portfolio. Dazu gehören auch Kurse, in denen Orientierungswissen über Politik, Wirtschaft und Kultur vermittelt wird. Aus diesem Grund kristallisierte sich in Gesprächen mit Vertretern des Stiftungsrats und des Wirtschaftsbeirats die Idee heraus, dass man Fachleuten, Managern aus dem Ausland, die neu in der Schweiz arbeiten, einen Crashkurs über unser Land anbieten könnte. Die Anregung wurde aufgenommen und konkretisiert.

## SO FUNKTIONIERT DIE SCHWEIZ

2009 lancierte das MAZ unter der Leitung von Barbara Stöckli den neuen Crashkurs «So funktioniert die Schweiz». In drei Modulen stand kompaktes Wissen über vier Themen auf dem Programm:

Teil I: Politik (3 Tage)

Teil II: Wirtschaft (2 Tage)

Teil III: Justiz, Sozialstaat (1 Tag)

Gegenüber der ursprünglichen Idee wurde der Adressatenkreis ausgeweitet. Auch angehende Studierende der Diplombildung Journalismus konnten das Angebot als Vorbereitung auf die Aufnahmeprüfung am MAZ besuchen. Sie machten denn auch den grösseren Teil der Teilnehmenden bei der ersten Durchführung im Juni 2009 sowie danach aus. Das Angebot ist mittlerweile etabliert und figuriert auch 2014 im Programm unter der Rubrik Gesellschaftswissen.



## DAS MAZ IM WAHLKAMPF

MAZ-Absolventin, Buchautorin und Politikerin Barbara Günthard-Maier regte 2010 an, Angebote für Politikerinnen und Politiker zu entwickeln. Anlass waren die bevorstehenden eidgenössischen Wahlen 2011.

Zusammen mit weiteren Dozierenden stellte Heiner Käppeli ein Programm von vier Kursen und Trainings zusammen, die speziell auf die kommenden eidgenössischen Wahlen zugeschnitten waren:

- Wahlhelfer Web 2.0 – Stimmen gewinnen mit Social Media
- Jede Stimme zählt – So verbessern Sie Ihre Wahlchancen
- Jedes Wählerprozent zählt – So planen Parteien strategisch erfolgreich
- Medientraining – Keine Stimmen ohne die Medien

Die Ausschreibung der Kurse richtete sich vor allem an Mitglieder von Parteileitungsgremien kantonaler Parteien sowie an die Kandidatinnen und Kandidaten für Regierung und Parlament auf kantonaler und nationaler Ebene. Leider kamen die Kurse nicht zustande. Über die Gründe kann man nur mutmassen. Möglicherweise lag es am Preis. Es könnte aber auch sein, dass das MAZ unter kantonalen und nationalen Parlamentariern/-innen primär als Journalistenschule und nicht auch als Zentrum für Kommunikation wahrgenommen wird.

# MAZ-Team

Team im Sommer 2012 an der Retraite im Tessin. Schon dabei Beatrice Brenner und Dominique Strebel. Noch dabei die Pensionäre in spe: Rolf Wespe und Heiner Käppeli. Nicht auf dem Bild: Reto Camenisch.



Herbst 2013: Das neue Team der Abteilung Kommunikation. Seit Ende 2012 dazugestossen: Beatrice Brenner, Christian Schenkel, Elmar zur Bonsen und Roberto Liberato.

Der neue Direktor Diego Yanez ein Tag nach der Wahl im Kreis des MAZ-Teams im November 2013 mit fünf neuen Mitarbeitern/-innen in der Administration (Nicole Drechster, Monika Hame Buholzer, Jasmin Hofbauer, Jae-in Moon, Roberto Liberato und Regina Anton).





**TAMO**

Super 95

1.82

Diesel

1.89

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule  
Murbacherstrasse 3  
CH-6003 Luzern  
Telefon +41 (0)41 226 33 33  
Fax +41 (0)41 226 33 34  
office@maz.ch, www.maz.ch

Foto: Jiri Reiner; Gestaltung: supersonix, Ruedi Rey