



maz

DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Kleine Chronik Teil 3 2014–2019



MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

2014–2019

4_2014–2019 – Meilensteine

8_Unser Ziel – Gefragte Angebote schaffen

12_Projekte – Und immer wieder neue Engagements

16_Kooperationen – Unser Horizont
endet nicht an der Murbacherstrasse 3

19_Leidenschaft und Know-how – MAZ-Team

20_Journalismus im Umbruch –
Fünf Fragen an die Chefredaktorin

23_Journalismus im Umbruch –
Fünf Fragen an den Studenten

Meilensteine

Was bewegte das MAZ in den vergangenen fünf Jahren? Ein Blick zurück zeigt wichtige personelle und strukturelle Veränderungen.

Wechsel der MAZ-Direktion

Im Frühling 2014 feierte das MAZ das 30-Jahr-Jubiläum. Gleichzeitig übergab die langjährige Direktorin Sylvia Egli von Matt das Zepter in die Hände von Diego Yanez, dem bisherigen Chefredaktor TV von SRF.

Unter dem neuen Direktor wurde das Angebot konsolidiert und gezielt ausgebaut. Dabei sind die Kontakte zu den Redaktionen und einzelnen Medienschaffenden zentral und oft auch ausschlaggebend: Die Gespräche liefern uns wichtige Impulse und bieten die Möglichkeit, unsere Angebote mit der Praxis zu spiegeln. Das «Pulsfühlen» ermöglicht ein rasches Anpassen des Kursangebots an die Bedürfnisse der Branche.

Von der Diplomausbildung Journalismus bis hin zu Weiterbildungen für Führungskräfte sind die Angebote breit gefächert. Bei vielen Lehrgängen können auch einzelne Kurstage gebucht werden, was zu einer besseren Gesamtauslastung beiträgt. Kurse, die sich nicht rechnen, bleiben über kurz oder lang nicht im Programm. Diese Agilität trägt mit dazu bei, dass das MAZ auch nach 35 Jahren noch erfolgreich unterwegs ist.

Wechsel des MAZ-Stiftungsratspräsidenten

Mit Res Strehle, der zuletzt als Chefredaktor des «Tages-Anzeigers» wirkte, wird das MAZ seit 2016 erstmals von einem Journalisten prä-



Foto: Reto Camerisch

Die abtretende Direktorin Sylvia Egli von Matt und der neue Direktor Diego Yanez.

sidiert. Seine Wahl war ein Bekenntnis zur Raison d'être des MAZ, der Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten. «Res Strehle ist eine ideale Besetzung. Er bürgt für einen Journalismus, der sich an Qualität und Relevanz orientiert – dies auch in einer digitalen Welt», freute sich MAZ-Direktor Diego Yanez.

Unter Iwan Rickenbacher, der das MAZ elf Jahre lang präsiidierte, entwickelte sich das MAZ zur führenden Journalistenschule der Schweiz.



1983

Gründung der Stiftung «Medien-Ausbildungs-Zentrum» durch die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG), den Schweizer Zeitungs-Verlegerverband (SZV) und den Verband Schweizer Journalisten (VSJ) am 29. September 1983 in Luzern. Carl Mugglin wird Stiftungsratspräsident.

1984

Am 17. September begrüsst Peter Schulz, MAZ-Initiator und erster «Schulleiter», die ersten jungen Journalistinnen und Journalisten in der Villa Krämerstein in Horw.

1986

Erster Lehrgang Fachpresse. Erste Angebote für Chefredaktorinnen und -redaktoren.

1989

Erster Lehrgang Lokalpresse.

1990

Alphons Egli wird neuer Stiftungsratspräsident. Erste Abschlussprüfung im Grundkurs Journalismus.

1992

Beitritt zur European Journalism Training Association EJTA.

1994

Andreas Iten wird neuer Stiftungsratspräsident. Erster Lehrgang für PR- und Informationsverantwortliche «Umgang mit Medien».

1996

Marco Meier wird neuer MAZ-Direktor. Erster umfassender schriftlicher Allgemeinwissenstest für den Grundkurs Journalismus. Erster Nachdiplomkurs Diplomstudium Journalismus Masterstufe.

1997

Erster Kurzlehrgang Online-Journalismus. Teilumzug in die Stadt Luzern (Habsburgerstrasse).



Foto: Jochen Meier

Der neue Stiftungsratspräsident Res Strehle und Direktor Diego Yanez an einer Teamsitzung.

Parallel dazu wurde die zweite, von der Journalismusausbildung getrennte Abteilung Kommunikation ausgebaut. Iwan Rickenbacher übergab ein gesundes, erfolgreich positioniertes Unternehmen, das sich in einem schwierigen Marktumfeld dank den beiden Standbeinen erfolgreich behauptet.

Das MAZ trotz weiterhin der Medienkrise

Die Medienbranche ist gekennzeichnet von Strukturwandel und Finanzierungsschwierigkeiten. Arbeitsplätze gehen verloren, Redaktionen werden zusammengelegt, Newsrooms sorgen für effizientere Abläufe. Die Bereitschaft, Journalistinnen und Journalisten in eine Aus- oder Weiterbildung zu schicken, sinkt. Zudem kürzen oder streichen verschiedene Kantone Unterstützungsbeiträge. Und dennoch: Das MAZ erwirtschaftete von 2016 bis 2018 gute Ergebnisse – wie geht das?

Bis Ende 2018 gelang es im Journalismus, den Umsatz trotz des schwierigen Umfeldes stabil zu halten. Zum wirtschaftlichen Erfolg beigesteuert hat insbesondere die Abteilung Kommunikation. Kontinuierlich wurden über die vergangenen Jahre die Kernkompetenzen des Hauses vom Journalismus in die Kommunikation übertragen, und das Angebot wurde ausgeweitet. Gute Geschichten erreichen auch die Köpfe und Herzen von Kundinnen und Kunden. Geschichten zu finden und zu entwickeln und diese, strategisch vernetzt, über alle relevanten Medienkanäle zu vertreiben, ist aber noch nicht in der DNA von allen Kommunikationsfachleuten. Hier sehen wir noch grossen Schulungsbedarf. Das MAZ konnte sich bei dieser Zielkundschaft in den vergangenen Jahren als Marke gut positionieren.

Mit dem Strukturwandel in der Medienbranche werden auch die Grenzen zwischen Journalismus und Kommunikation aufgeweicht. Für das MAZ ist klar: Wir trennen die Abteilungen Journalismus und Kommunikation. Das MAZ macht in den Ausbildungsangeboten die spezifischen Zielsetzungen und Bedürfnisse beider Seiten transparent und reflektiert dieses Spannungsfeld. Mit der Trennung stellen wir – last, but not least – sicher, dass die Stiftungsgelder ausschliesslich Journalistinnen und Journalisten zugute kommen.

Gefragte Angebote schaffen



Foto: Frank Hanecke

Studierende des Master of Arts in New Media Journalism auf Redaktionsbesuch (Sommer 2015).

Was sich schon länger abzeichnete, hat sich inzwischen etabliert: «Online» ist ein fester Bestandteil von Journalismus und Kommunikation. Die mit der Digitalisierung einhergehenden Veränderungen auf der Ebene von Formaten, Darstellungsweisen und Arbeitsrollen bestimmten unsere Entwicklung innovativer Angebote massgeblich. Aber auch Trends wie etwa das Storytelling in der Unternehmenskommunikation haben wir erfolgreich aufgegriffen. Folgende Angebote wurden in den vergangenen fünf Jahren am MAZ entwickelt und sind heute noch gefragt.

Aus drei werden vier – Online wird Vertiefungsrichtung in der Diplomausbildung Journalismus
Zu den wichtigsten Veränderungen der Diplomausbildung zählt die Einführung der vierten Vertiefungsrichtung *Online*. Webspezifische Fächer wie *Online-Schreibhandwerk*, *Online-Erzählformen* oder *Community Management* gehören seit 2015 zum Curriculum der Studierenden mit Fokus Online. Sie üben das konvergente Arbeiten unter Zeitdruck am Desk oder neue Erzählformen im Netz – nebst beispielsweise Recherche oder Medienrecht, die alle Studierenden in Basiskursen belegen müssen.

Der Ausbau der Online- und Multimedia-Kurse läuft parallel zu den Veränderungen auf den Zeitungsredaktionen. Als Folge der wegbrechenden Werbeeinnahmen setzen sie verstärkt auf Online-Formate – und dies hat wiederum zur Konsequenz, dass die Redaktionen ihre Teams in den entsprechenden Fertigkeiten schulen. Es geht um Kompetenzen in Konvergenz und Multimedia, die zum Rüstzeug im modernen Journalismus gehören.

Bei allen Veränderungen, Innovationen und gefragten neuen Fertigkeiten: Den Studierenden in der *Diplomausbildung Journalismus* die journalistischen Kernkompetenzen zu vermitteln, bleibt unsere Hauptaufgabe. Sowohl im Handwerk als auch bei der Haltung zum Beruf und zum Auftrag der Medien.

Radio- und VJ-Lehrgänge – mit Unterstützung vom Bakom

Die *Lehrgänge Radio* und *VJ* wurden 2014 bzw. 2015 zum ersten Mal durchgeführt. Sie sind heute fester Bestandteil unseres Angebots und sehr gut gebucht. Berufseinsteigende lernen hier das nötige handwerkliche Basiswissen; nach erfolgreichem Abschluss können sie in die Diplomausbildung Journalismus wechseln. Beide Lehrgänge werden vom Bakom subventioniert, vorausgesetzt, die Studierenden arbeiten in einer konzessionierten, gebührenfinanzierten Radio- oder TV-Station.

1998

Sylvia Egli von Matt wird neue Direktorin. Aus dem Grundkurs Journalismus wird die Diplomausbildung Journalismus (DAJ). Erste Kursangebote für TV- und Videojournalistinnen und -journalisten im haus-eigenen TV-Studio. Erstes Seminarprogramm «MAZpublic» für Kommunikationsverantwortliche und Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung.

1999

Erster Studiengang Pressefotografie. Erster Lehrgang «Redaktionsmanagement – Führen in den Medien» in Zusammenarbeit mit dem Kuratorium für Journalismus- ausbildung Salzburg.

2000

Erster Studiengang Bildredaktion. Erste Redaktions-Stages in Zusammenarbeit mit der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (Deza).

ÈRES (S.A.)
NEUCHÂTEL

2001

Erster Nachdiplomkurs Online-Journalismus.

2002

Erster Fachkurs Radiojournalismus.

2003

Erste Vertiefungsrichtung Journalismus und Medien in Zusammenarbeit mit der HSLU Wirtschaft. Erster Nachdiplomkurs Professionelle Medienarbeit in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen PR-Institut.

2004

Iwan Rickenbacher wird neuer Stiftungsratspräsident. Umzug an die Murbacherstrasse 3. Einführung des Namens «MAZ – Die Schweizer Journalistenschule». Aus «MAZpublic» wird die Abteilung «Kommunikation und Rhetorik». Erstes Spezialisierungsstudium Journalismus und Medien in Zusammenarbeit mit der PH Luzern.

Entwickelt dank MAZ-Innovationsfonds: CAS Datenjournalismus

Der 2018 erstmals durchgeführte Lehrgang richtet sich an erfahrene Journalisten, die praxisnah und effizient lernen wollen, wie man Daten beschafft, strukturiert, analysiert und visualisiert, um damit spannende Geschichten zu erzählen. Nach einem zehntägigen Bootcamp, in dem die Grundlagen vermittelt werden, folgt eine viermonatige Praxiszeit, während der konkrete eigene Projekte entwickelt werden – ge-coacht von den Dozenten. An neun Vertiefungstagen – verteilt über die Praxiszeit – tauscht man sich über diese aus und lernt dazu. Die ersten beiden Ausgaben des CAS werden vom MAZ-Innovationsfonds subventioniert.

Neue Kompaktkurse – Vermittlung von innovativem Praxiswissen in kurzer Zeit

Der digitale Wandel und die veränderte Medienutzung erfordern im Journalismus konvergentes redaktionelles Arbeiten sowie viele neue journalistische Kompetenzen. Zu Bild und Text gesellen sich im Web auch Ton, Video, animierte Elemente und neue, teils dialoggetragene Darstellungsformen. Bilder und Videos kommen oft direkt vom Publikum. Soziale Netzwerke sind als Quellen zu erschliessen, deren Verifikation rückt ins Zentrum, es gilt, Communities anzusprechen und vieles mehr. Wie packen Journalistinnen und Journalisten die neuen Anforderungen der Digitalisierung ihrer Branche an? Wo können auch praktische Fragen geklärt werden, ohne direkt in eine lange Weiterbildung zu investieren?

Das Format der Kompaktkurse, die während vier bis zwölf Tagen themenspezifische Fragen praktisch beantworten, ist gefragt. In den vergangenen fünf Jahren wurden die Kompaktkurse *Audiovisuelle Produktion*, *Grafik/Infografik*, *Multimedia-Storytelling* sowie *Video für Web und Social Media* entwickelt und regelmässig durchgeführt.

Angebot für Verlagsmitarbeitende – Lehrgang Medienmanagement

In Zusammenarbeit mit dem Medieninstitut des Verbandes Schweizer Medien bieten wir seit 2018 Kurse für Verlagsfachleute an. Zur Auswahl stehen zwei dreitägige Kurse: das Einsteigerseminar *Basiswissen Medienbranche* und das Aufbauseminar *Medienmanagement*, welche zusammen den *Lehrgang Medienmanagement* bilden. In Zukunft sollen weitere Angebote folgen.

Geschichtenerzählen statt werben – CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling

Er startete 2016 vollständig ausgebucht, der erste *CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling*. Hier lernen Teilnehmende aus der Kommunikationsbranche unter anderem, geeignete Themen zu identifizieren, diese mit einem journalistisch gekonnten Storytelling zu interessanten Geschichten zu entwickeln und über alle relevanten Medienkanäle intelligent vernetzt zu publizieren.

Der Studiengang ist ein Kooperationsangebot des MAZ und des Instituts für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Die visuelle Sprache fürs Unternehmen finden – CAS Visuelle Kommunikation

Der CAS vermittelt seit 2016 Knowhow rund um die visuelle Kommunikation einer Marke, vertieft Wissen über die Erzählmöglichkeiten mit Bild, Video, Grafiken sowie Animationen und vermittelt Kommunikationsfachleuten, wie stimmige Bildkonzepte für die unterschiedlichsten Kanäle zu entwickeln und umzusetzen sind, ohne dabei rechtliche respektive ethische Grundsätze zu verletzen.

Der Studiengang *CAS Visuelle Kommunikation* ist ein Partnerangebot des MAZ und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Gerüstet für einen kompetitiven Markt – CAS Health Communication

Für zwölf Kommunikationsfachleute aus der Gesundheitsbranche begann 2017 der erste *CAS Health Communication*, ein schweizweit einzigartiger Studiengang für professionelle Gesundheitskommunikation. Der CAS legt den Fokus auf strategische Kommunikationskompetenzen, kommunikative Fertigkeiten und praktische Werkzeuge für die anspruchsvolle Kommunikation im Spannungsfeld der Gesundheitsbranche. Der Studiengang *CAS Health Communication* ist ein Kooperationsangebot des MAZ und des Instituts für Betriebs- und Regionalökonomie IBR der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Einsteigen und sattelfest werden – Die neuen Kompaktkurse der Kommunikation

In der Unternehmenskommunikation zeigt sich die Ausrichtung auf Online-Aspekte deutlich: Die Kompaktkurse *Onlineredaktor/in* und *Social Media-Redaktor/in* waren seit der ersten Durchführung 2015 regelmässig sehr gut gebucht. Die zwölf-tägigen Kompaktkurse sind nicht nur für Rookies in Sachen Social Media gedacht. Strategische Fragen werden ebenso geklärt, wie praktische Fähigkeiten gelehrt werden.

Ein Jahr zuvor startete das Angebot für die Führungskräfte. Mit dem Angebot *Social Media für Entscheider* etablierten wir ein noch heute sehr gefragtes Kurspaket, das kleinen Klassen einen kompakten Überblick und Austausch untereinander bietet.

Seit 2018 sind die beiden Kompaktkurse *Audiovisuelle Produktion* und *Video für Web und Social Media* auch für Personen buchbar, die in der Unternehmenskommunikation oder im Marketing tätig sind. Sie planen konkrete Multimedia- oder Video-Projekte strategisch und setzen sie «hands-on» gleich um.

Und immer wieder neue Engagements

Sich engagieren, neue Ideen aufgreifen, unterstützen und umsetzen – das schreiben wir uns gerne auf die Fahne. Projekte gab es in den vergangenen fünf Jahren reichlich, auf die grösseren gehen wir hier ein: auch auf solche mit ungewissem Ausgang...

Verein real 21 – die Welt verstehen

Ein wichtiges gesellschaftliches Engagement des MAZ betrifft die Förderung der Medienberichterstattung über Entwicklungen in Afrika, Asien, Lateinamerika oder Osteuropa. Wegen des Kostendrucks auf den Redaktionen finden die Länder des Südens und Ostens in unseren Breitengraden meist nur bei Katastrophen, Konflikten und Kriegen Beachtung. Daher haben das MAZ und Alliance Sud, der «Think and Do Tank» der Schweizer Entwicklungsorganisationen, gemeinsam einen Verein gegründet, der da gegensteuern möchte: «real21 – die Welt verstehen» unterstützt und fördert mit einem Medienfonds und einem Medienpreis Journalistinnen und Journalisten finanziell, die vor Ort Realitäten hinter den Schlagzeilen erkunden und in Deutschschweizer Medien über Themen der globalen Entwicklung berichten. Finanziert werden Medienfonds und Medienpreis von der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit Deza.

real21.ch

Fotografie-Ausstellungen am MAZ

Fotografie ist bei uns seit 1999 ein wichtiger Schwerpunkt. Der Studiengang Fotografie so-

wie die Weiterbildungsangebote sind nach wie vor gefragt. Doch es wird nicht nur gelehrt und geübt bei uns, es kann auch betrachtet und reflektiert werden: Regelmässig zeigen wir in der MAZ-Galerie fotografische Positionen zwischen redaktioneller Fotografie und bildender Kunst. Zeitgenössische Fotografinnen und Fotografen erhalten ebenso eine Plattform wie in Archiven verschwundene Bilder. Die regelmässigen Fotografie-Ausstellungen in unseren eigenen Räumen wurden ab 2016 mit Ausstellungen in der Photobastei in Zürich ergänzt.

mazgalerie.ch

Das MAZ-Storytelling-Tool

Für jedes Element einer journalistischen Story gibt es eine Form, die am besten passt. Das von den MAZ-Studienleitenden Alexandra Stark und Beat Rüdiger entwickelte und erprobte Flussdiagramm hilft zu entscheiden, welcher Teil einer multimedialen Story besser als Text, mit Bildern, Videos, Karten, Infografiken oder Diagrammen erzählt wird. Das Schema, zu dem es auch eine interaktive Website gibt, wurde in mehrere Sprachen übersetzt, darunter Englisch, Französisch, Finnisch, Dänisch, Niederländisch, Russisch und Aserbaidschanisch.

maz.ch/storytelling-tool

Journalismus und Medienkompetenz in der Schule

Im Bildungszweig «Schulen» engagiert sich das MAZ schon seit langem. Abgesehen von den regelmässigen Führungen für Schulklassen, den Informationsveranstaltungen zum Beruf respektive der Ausbildung zu Journalismus, etwa in Gymnasien, den punktuellen Inputs auf Anfrage zu Themenwochen an Schulen – etwa zu «Fake News» –, führen wir in Kooperation mit der Pädagogischen Hochschule Luzern seit 2004 ein Wahlpflichtfach zu Journalismus und Medien für angehende Lehrpersonen durch. Es enthält sowohl journalistische Themen – Grundlagen, Radiohandwerk, Videojournalismus, digitales Arbeiten mit neuen Medien, Fotografie, Medienethik- und Medienrecht – als auch hybride Themen wie Öffentlichkeitsarbeit, Auftritte vor der Kamera.

maz.ch/spjm

Seit 2016 versucht das MAZ auf dem Gebiet der Medienkompetenz mit eigenen Angeboten und solchen in Kooperation mit Pädagogischen Hochschulen, Lehrpersonen und Schulverantwortlichen die redaktionellen Aspekte dieses Kompetenzfeldes schmackhaft zu machen, also zum Beispiel Verständnis zu wecken für die Aufgaben von Medien in einer demokratischen Gesellschaft oder für Journalismus als Methode auch in der Schule. Dies aus der Überzeugung, dass entsprechende Kompetenzen bedeutsam sind: bei der eigenen Mediennutzung über soziale Netzwerke und bei der Publikation eigener Beiträge nicht nur zu

2005

Erster CAS Wissenschaftsjournalismus. EFQM-Zertifizierung «Committed to Excellence». Erster Leadership-Lehrgang für Chefredaktorinnen und -redaktoren.

2006

Erster Master of Arts in Journalism in Zusammenarbeit mit der Hamburg Media School (löst das bisherige Nachdiplomstudium Journalismus ab). Beginn der Veranstaltungsreihe «Mediapodium». Modularisierung der Diplombildung Journalismus, Anpassung an das Bologna-Modell.

2007

Verankerung von Multimedia- und Konvergenz-Kompetenz in der Diplombildung Journalismus. Aus dem Lehrgang Lokalpresse wird der Kompaktkurs Lokaljournalismus. Erster Kompaktkurs Infografik. Erster CAS Rhetorik und Moderation in Zusammenarbeit mit der HWZ.

2008

Erster Weiterbildungsmaster New Media Journalism in Zusammenarbeit mit der Universität Leipzig, der Leipzig School of Media, der Akademie für Publizistik in Hamburg und dem Kuratorium für Journalismusbildung Salzburg. Erster Studiengang Musikjournalismus in Zusammenarbeit mit der HSLU Musik.

Schulzwecken. Auch die professionelle Schulkommunikation, also die Öffentlichkeits- und Medienarbeit mit neuen Medien, wurde hier angesprochen. Dazu wurden auf allen Ebenen Kontakte geknüpft, Interesse ausgelotet und mit zahllosen Akteuren reihenweise Gespräche geführt – und ein konkretes Basisangebot an Kursen am MAZ entwickelt.

Unser Engagement wurde überall positiv gewürdigt und als sehr wichtig eingestuft – der erhoffte Erfolg blieb jedoch aus. Die entsprechenden Kurse wurden mit wenigen Ausnahmen zu wenig oft gebucht, um sie weiter durchführen zu können. Wir bleiben aber offen für Kooperationen und Projekte.

Mit einem runden Tisch zur Förderung der redaktionellen Medienkompetenz, zu dem wichtige Branchen-Player sowie gleichgesinnte Stellen eingeladen wurden, suchte das MAZ 2018 eine breitere Abstützung des Anliegens. Hieraus könnte sich eine Interessengemeinschaft entwickeln, die zu publizistisch fokussierter Medienkompetenz Lobbyarbeit aufnimmt und Projekte lanciert. Hier wirken wir gerne mit, denn es gibt noch viel zu tun für die Akzeptanz von Medien und Journalismus in der schulischen Bildung.

maz.ch/schulen

Schweizer Jugendmedienwoche – wir sind dabei

Schülerinnen und Schüler der Oberstufen für Journalismus zu interessieren und sie in redaktionelle Arbeiten zu involvieren, ist Kern der Idee der Schweizer Jugendmedienwoche, an der sich das MAZ von Anbeginn an beteiligte.

Die Initiative, die von kleinen und grossen Redaktionen, Sendern und Medienhäusern aus der ganzen Schweiz (darunter AZ, NZZ, Ringier, SRG, TA) getragen wird, unterstützen wir, indem wir interessierten Jungen die Aufgaben der Medien und das journalistische Handwerk näherbringen, etwa das Verfassen von Nach-

richten oder das Präsentieren vor der Kamera, ihre Medienprojekte reflektieren und sie Einblick ins Geschehen am MAZ nehmen lassen.

younews.ch

«No Billag» und der Kampf um die Schweizer Medienordnung

Eine Abschaffung der Gebühren für Radio und Fernsehen, namentlich für jene der SRG, aber auch vieler privater Sender, und die Streichung diverser Absätze in der Medienverfassung, wie sie die sogenannte «No Billag»-Initiative verlangte, hätten Auswirkungen auf die gesamte Schweizer Medienlandschaft, den Journalismus, die Meinungsbildung – und die Demokratie gehabt.

Daher hat der MAZ-Stiftungsrat 2017 in einem Statement vor den Gefahren gewarnt, die von diesem Anliegen ausgehen – auch für uns, die mit der Medienbranche so stark vernetzte Schweizer Journalistenschule. Direktor Diego Yanez, selber früher bei SRF Chefredaktor, engagierte sich privat an vorderster Front im Nein-Komitee. Gross war daher die Erleichterung auch am MAZ, als die Initiative Anfang März 2018 deutlich abgelehnt wurde.

Zeit und Raum fürs Netzwerken an den MAZ-Tagungen

Seit der Premiere mit dem MAZ-Recherchetag 2013 wurden in den vergangenen Jahren schrittweise weitere Tagungen entwickelt, die es Journalistinnen und Journalisten ermöglichen, sich für eine kurze Zeit aus dem Arbeitsalltag auszuklinken, sich an thematisch strukturierten Anlässen mit Gleichgesinnten auszutauschen und inspirieren zu lassen. Die drei Tagungen Digitaltag, Lokaljournalismustag und Recherchetag sind inzwischen fester Bestandteil des MAZ-Jahres – und auch der Teilnehmenden. So erhalten wir oft bereits Anmeldungen für die Durchführung im Folgejahr, ohne dass schon ein konkretes Programm vorläge.

Aufgrund des Erfolgs der Tagungen für Journalistinnen und Journalisten lag es auf der Hand, auch für Kommunikationsfachleute ein Angebot zu schaffen. Seit 2016 laden wir Expertinnen und Experten zu aktuellen Themen in der Unternehmenskommunikation ein, von ihren Projekten und Erfahrungen zu berichten. Damit positioniert sich das MAZ auch in der Kommunikationsbranche als attraktive Weiterbildungsinstitution und festigt seinen Ruf als Netzwerkplattform.

maz.ch/journalismus-kurse/tagungen
maz.ch/kommunikation-kurse/tagungen

Unser Horizont endet nicht an der Murbacherstrasse 3

Wir sind seit Anbeginn in der Zentralschweiz zu Hause. Zuerst in Kastanienbaum (Gemeinde Horw), ab 2004 dann direkt neben dem Bahnhof in der Stadt Luzern. Doch unser Horizont endet nicht am Fusse des Pilatus: Seit jeher suchen wir die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen. Synergien nutzen, Journalismus fördern, Qualität steigern sind dabei oberste Ziele.

Schweiz

Alliance Sud

- Verein real21 – Die Welt verstehen

Akademie der Naturwissenschaften SCNAT

- CAS Wissenschaftsjournalismus
- Medientrainings für Forschende

Bundesamt für Kommunikation Bakom

- Kurse für Radio-, TV- und Onlinejournalismus sowie Radio- und VJ-Lehrgang

Direktion für Entwicklung und internationale Zusammenarbeit Deza

- Medien-Stages in Auslandsredaktionen der Dritten Welt
- Verein real21 – Die Welt verstehen

Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen EHSM – Bundesamt für Sport Baspo

- Kurse im Sportjournalismus

Gebert-Rüf-Stiftung

- Mediens Schulungen für Forschende

Hochschule Luzern – Design und Kunst

- MAS Kulturmanagement

Hochschule Luzern – Wirtschaft

- CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling

- CAS Health Communication

Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ

- CAS Professionelle Medienarbeit
- CAS Rhetorik und Moderation
- CAS Visuelle Kommunikation

Investigativ.ch

- Recherchetag
- Mitgliedschaft für Studierende

Konferenz der ChefredaktorInnen

- Lehrgang Redaktionsmanagement
- Lehrgang Leadership

Pädagogische Hochschule Luzern

- Spezialisierungsstudium Journalismus und Medien

Radioschule klipp+klang

- Radio-Lehrgang

RSS Mediensschule St. Gallen

- VJ-Lehrgang

Telesuisse

- VJ-Lehrgang

Schweizerische Depeschenagentur SDA

- Nachrichtenjournalist

Schweizerische Mediendatenbank SMD

- Mediendatenbank für Studierende
- Schweizer Medienunternehmen

- Praktikumsplätze

Schweizerischer Nationalfonds SNF

- Mediens Schulungen für Forschende

Schweizer Radio und Fernsehen SRF

- Lehrgang Redaktionsmanagement

Universität St. Gallen

- Lehrgang Leadership

Verband Schweizer Fachjournalisten SFJ

- Fachjournalismus-Angebote

Verband Schweizer Medien

- Kurse für Verlagsleute
- Lehrgang Medienmanagement

Deutschland

Akademie für Publizistik Hamburg

- Masterstudiengang New Media Journalism
- Lehrgang Leadership

Henri-Nannen-Schule Hamburg

- Diplomausbildung Journalismus

Leipzig School of Media

- Masterstudiengang New Media Journalism

Universität Leipzig

- Masterstudiengang New Media Journalism

Österreich

Kuratorium für Journalistenausbildung

Salzburg

- Masterstudiengang New Media Journalism

Belgien

Europäische Vereinigung der Journalismusschulen EJTA

- Aktives Mitglied

2009

25-Jahr-Jubiläum. Erster Kompaktkurs Multimedia Storytelling.

2011

Kooperationsvereinbarung mit der Henri-Nannen-Schule, Hamburg. Erstes Schweizer Forum für Lokaljournalismus. Erster Kompaktkurs «Social Media – Unternehmen im Dialog».

2012

Standortfrage. EFQM-Zertifizierung «Recognised for Excellence». Beatrice Brenner wird stellvertretende MAZ-Direktorin und Leiterin der Abteilung Kommunikation. Erste MAZ-Galerie. Neue Abteilung «Visuelle Publizistik». Erster Studiengang Visual Multimedia Editor. Erste Tagung Datenjournalismus in Zusammenarbeit mit AFWI und AWP.

Leidenschaft und Know-how

MAZ-Team

2013

Erster Recherchetag. Erster CAS
Visueller Journalismus.

2014

Diego Yanez wird neuer Direktor.
30-Jahr-Jubiläum. Erster Radio-
Lehrgang in Zusammenarbeit mit
dem Bundesamt für Kommunikation
(Bakom). Erster Führungslehrgang
Leadership in Zusammenarbeit mit
der Akademie für Publizistik in
Hamburg. Erster Multimedia-Tag.



Madeleine Arnold, Kursadministration
Rafael Azzati, Studienleiter
Beatrice Brenner, stellvertretende Direktorin
und Leiterin Abteilung Kommunikation
Sonja Bucher, Praktikantin
Reto Camenisch, Studienleiter
Sonja Döbeli Stirnemann, Leiterin Finanzen,
Marketing und Mitglied Geschäftsleitung
Beat Glogger, Studienleiter
Monika Hame, Kursadministration
Frank Hänecke, Studienleiter
Rob Hartmans, Studienleiter
Willy Hediger, Technik
Theres Huser, Honorarbuchhaltung, Kurs-
administration
Magalie Jost Naranjo, Kursadministration
Lise Kerkhof, Kursadministration
Claudia Meier, Kursadministration
Bernd Merkel, Studienleiter
Jae-in Moon, Verantwortlicher ICT
Nathalie Müller, Stabsmitarbeiterin
Marketing/Kommunikation
Jeannette Nagy, Studienleiterin
Nayana Peiris Fernando, Hausdienst
*Beat Rüd*t, Studienleiter
Anne Schibli, Kursadministration
Reto Schlatter, Studienleiter
Oliver Schroeder, Studienleiter
Alexandra Stark, Studienleiterin
Barbara Stöckli, Studienleiterin
Dominique Strebel, Studienleiter
Barbara Trauffer, Kursadministration
Stefan Wäfler, Technik
Diego Yanez, Direktor
Elmar zur Bosen, Studienleiter

(Stand Januar 2019)



**Das MAZ-Team unter Drohnenbeobachtung
(Februar 2018).**

Fünf Fragen an die Chefredaktorin



Foto: Yanik Burkli
**Martina Fehr,
Chefredaktorin
«Südostschweiz».**

Welche Entwicklungen der vergangenen fünf Jahre haben deine Arbeit als Journalistin und Chefredaktorin geprägt?

Die technischen Entwicklungen und neuen Plattformen sowie der Spardruck. Die neuen Technologien ermöglichen es uns, vielfältiger und schneller zu recherchieren, aber auch in neuer Form mit unseren Rezipienten zu interagieren. Dies hilft uns zu verstehen, welche Themen unsere Rezipienten wirklich beschäftigen. Der Spardruck hat uns gezwungen, unsere interne Organisation komplett umzukrempeln und zu optimieren; es bleibt weniger Zeit für die aufwändigen Geschichten,

auch ist das Expertenwissen auf wenige Schultern verteilt.

Was war in dieser Zeit die grösste Herausforderung?

Den Spagat zwischen dem eigenen Anspruch und der Wirklichkeit zu meistern.

Mit welchem Gefühl blickst du in die Zukunft?

Mit dem Bewusstsein, dass es uns Journalistinnen und Journalisten braucht. Menschen in Filterblasen oder Echokammern zu erreichen, wird (wieder) wichtiger werden. Der Daten-

journalismus steckt zwar noch in den Kinderschuhen, ihn empfinde ich aber als ein ungemein spannendes und zukunftsträchtiges Feld.

Warum soll ein junger Mensch heute noch in den Journalismus einsteigen?

Weil Journalismus eine unglaublich kreative, sinnstiftende und wichtige Aufgabe ist – und bleiben wird.

Zusatzfrage von Cedric Fröhlich, Absolvent der Diplomausbildung Journalismus 2017–2019:

Wir leben in einer Zeit des allgemeinen Vertrauensverlustes: Welche Rolle spielen hierbei die Medien?

Selber vom Vertrauensverlust betroffen, Stichwort Lügenpresse, müssen wir Medien aufzeigen, nach welchen Regeln und Kodizes wir arbeiten, welche Pflichten für uns gelten – und welcher Hintergrund uns selber geprägt hat; die ominöse Objektivität existiert schlichtweg nicht. Transparenz schafft Vertrauen. Wenn wir unser Handwerk sauber anwenden, indem wir einordnen, kritisch hinterfragen und auch zu eigenen Fehlern stehen, wird dies sicher einen Beitrag zur Wiedergewinnung von Vertrauen auch in andere Institutionen leisten können.

2015

Der erste MAZ-Lokaljournalismus-Tag wird durchgeführt. Er rundet das Tagungsangebot neben dem Recherche- und dem Multimedihtag am MAZ ab. In der Diplomausbildung Journalismus wird erstmals eine Vertiefungsrichtung Online angeboten – und alle Studierenden verfügen erstmals über eine eigene Webpräsenz. Die Ausbildungen vor Ort werden verstärkt nachgefragt und daher ausgebaut. Der erste Lehrgang VJ wird in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Kommunikation (Bakom) durchgeführt.

Fünf Fragen an den Studenten



Foto: Janin Meier

Cedric Fröhlich, Redaktor «Berner Zeitung» und Absolvent der Diplomausbildung Journalismus 2017–2019.

Wie wird dein Berufsalltag in fünf Jahren aussehen?

Ich rede mit Menschen, besuche Schauplätze, und am Ende schreibe ich darüber.

Wie wird sich die Schweizer Medienlandschaft in den nächsten fünf Jahren verändern?

Das Ende der gedruckten Tageszeitung dürfte fünf Jahre näherrücken. Die Medienhäuser werden sich weiterhin fragen, wie sie ihre Läden finanziert kriegen. Und guten Journalismus wird es noch immer geben.

Fühlst du dich fit für diese Zukunft?

Ja, soweit das überhaupt möglich ist. Die Welt, unsere Jobs und der Journalismus verändern sich. Gewisse Veränderungen muss man annehmen – andere nicht. Ein gesundes Selbstvertrauen ist heute wichtig. Wer keine Videos liefern will, soll keine machen. Wer sich nicht in den Sozialen Medien präsentieren möchte, soll es lassen. Ab und zu Nein zu sagen, macht flexibel. Man gewinnt Zeit für jene Dinge, in denen man wirklich gut ist.

Warum wird dich der Journalismus auch in fünf Jahren noch packen?

Weil ich Monotonie hasse. Früher hatte ich Panik vor einem Nine-to-five-Job, der Journalismus ist für mich so etwas wie der Gegenentwurf dazu. Jede Story, jede Recherche ist anders. Wenn mich etwas interessiert, dann hält mich niemand davon ab, die Thematik zu vertiefen. Es ist mein Job, Menschen zu treffen, die mir Dinge beibringen. Für mich gibt es nichts Besseres.

Zusatzfrage von Martina Fehr, Chefredaktorin «Südostschweiz»:

Ein Journalist sollte glaubwürdig, unabhängig und fair sein: Ein zu hoher Anspruch?

Nein. Journalistinnen und Journalisten haben zwar – wie alle Menschen – Meinungen, Vorlieben und Abneigungen. Entscheidend ist, wie wir mit ihnen umgehen. Wieso mache ich eine Recherche? Wer sind meine Quellen? Kann ich den Informationen trauen? Sich diese Fragen zu stellen und die Antworten transparent zu machen, gehört für mich zur journalistischen Pflicht.

2016

Res Strehle wird Stiftungsratspräsident. Der erste CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling startet ausgebucht. Der erste CAS Visuelle Kommunikation wird durchgeführt. Erste MAZ-Galerie in der Photobastei in Zürich.

2017

Erster Kompaktkurs «Web-Video, Journalistische Formate für Web und Social Media». Die «No Billag»-Initiative bedroht auch das MAZ: Der Stiftungsrat warnt vor der Initiative, und Diego Yanez engagiert sich im Gegnerschafts-Komitee.

2018

Der erste CAS Datenjournalismus startet ausgebucht. Der erste Lehrgang Medienmanagement wird durchgeführt.



MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
Murbacherstrasse 3
CH-6003 Luzern
+41 41 226 33 33
office@maz.ch
www.maz.ch

Die kleine Chronik Teil 1 und Teil 2 finden Sie unter maz.ch/chronik.

Gestaltung: supersonix, Ruedi Rey
Text: Frank Hänecke
Foto: © Reto Camenisch
Druckpartner: Brunner AG, Kriens