maz

Institut für
Journalismus und
Kommunikation

Frühling 2025

Kompaktkurs Unternehmens-Newsroom

Das Wichtigste in Kürze

Sie sind als Kommunikationsfachperson in einem Unternehmen oder eine Organisation tätig, die oder das sich für das Newsroom-Modell interessiert und die Kommunikation im Unternehmen bald umstellen und modernisieren möchte? Oder sind Sie vor Kurzem mit diesem Modell gestartet und wollen Erfahrungswerte anderer Unternehmen einholen?

Der Kompaktkurs Unternehmens-Newsroom ist eine Reise durch alle wichtigen Themen, die sich mit dem Wechsel auf das Newsroom-Modell befassen. Sie lernen, wie das Newsroom-Modell funktioniert, welches die wichtigsten Rollen sind und weshalb es für ein starkes Themenmanagement und die integrierte Kommunikation auch die Newsroomsitzung braucht. Zudem erfahren Sie, welche Voraussetzungen für einen solchen Changeprozess gegeben sein sollten und welche Herausforderungen auf Sie zukommen werden. Wir freuen uns auf eine spannende Reise. Fünf Tage mit Einblick in vier Unternehmen mit Newsroom-Modell.

Daten und Fakten

Zielgruppe	Kommunikationsfachleute von Unternehmen, die sich für das Newsroom-Modell interessieren, ihre Kommunikation bald umstellen wollen oder bereits mitten im Changeprozess stecken.
Lernziele	– Sie kennen wichtige Rollen im Newsroom, wie zum Beispiel ThemenmanagerIn oder auch TagesverantwortlicheIn (oftmals ChefIn vom Dienst genannt, CvD) – Sie wissen, nach welchen Kriterien Themen gesetzt und ausgewählt werden können. – Sie wissen, mit welchen Tools in Newsrooms gearbeitet werden kann. – Sie erleben, wie wichtig die Newsroom-Sitzungen sind und wie sie ablaufen. – Sie erfahren, welche Herausforderungen dieser Changeprozess mit sich bringt. – Sie wissen, welche Voraussetzungen gegeben sein sollten, um auf das Newsroom-Modell umzustellen.
Methode	Die Teilnehmenden erhalten im fünftägigen Kompaktkurs Einblick in vier Unternehmen, die ihre Themen über das Newsroom-Modell steuern: Die Schweizer Paraplegiker-Stiftung, SBB, Suva und SRF. Sie profitieren dabei vom intensiven Unterricht in einer kleinen Gruppe, vielen Inputs aus der Praxis und Übungen, um das Newsroom-Arbeiten gut zu verstehen. Ausserdem profitieren Sie vom Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmenden.
Gruppengrösse	Maximal 10 Teilnehmende
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht haben.
Start/Ende	17. März 2025 bis 10. April 2025
Kursdauer	5 Tage (17. & 18. März | 31. März & 1. April | 10. April)
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten.
Durchführungsorte	– 17. März 2025: MAZ, Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern – 18. März 2025: Schweizer Paraplegiker-Stiftung, Guido A. Zächstrasse 10, 6207 Nottwil – 31. März 2025: SBB, Hilfikerstrasse 1, Bern – 01. April 2025: MAZ (Zuschaltung zur NR-Sitzung der Suva) – 10. April 2025: SFR, Fernsehstrasse 1/4, 8052 Zürich
Anmeldeschluss	2. Februar 2025
Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website

Kursnummer	K126149
Studienleitung	Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ, tanja.hofer@maz.ch
Dozierende / Referierende	– Manuela Marra, Leiterin Newsroom & Medienteam, Schweizer Paraplegiker-Stiftung – Marie-Christine Schindler, Expertin für Corporate Newsrooms, mcschindler.com gmbh – Sonja Kramer, Leiterin Content Production, SBB – Beat Enderlin, Teamleiter Kommunikationsberatung, Suva – Referent Gregor Meier, Leiter News & Aktualität CR Video, SRF
Administration	Tamara Correia, tamara.correia@maz.ch, +41 41 226 33 56
Stand	18. März 2025, Änderungen vorbehalten

Programm

1. Tag: Definition Newsroom, CvD und Newsroomsitzung

17. März 2025
(Mo)

MAZ, Luzern

Einführung
Tanja Maniglio Hofer, Studienleiterin MAZ

Vorstellungsrunde und Erläuterungen zum Kursverlauf

Das Newsroom-Modell und die Rolle des/der Tagesverantwortlichen
Manuela Marra, Leiterin Newsroom und Medienteam, Schweizer Paraplegiker-Stiftung

An diesem Tag schaffen wir Verständnis dafür, was das Newsroom-Modell ist, dass es nicht in erster Linie um einen Raum geht, sondern um einen Change im Kopf – weg vom Silodenken, hin zum Denken vom Thema aus, was zu einer teamübergreifenden und immer flachhierarchischeren Zusammenarbeit führt. Wir gehen auf die Rolle des/der Tagesverantwortlichen ein (oft Chef vom Dienst genannt | CvD) und die Wichtigkeit der Newsroomsitzungen. Zudem blicken wir auf die vier Handlungsfelder (Output, Organisation, Menschen, Infrastruktur), die insbesondere am Tag 4 noch vertieft aufgenommen werden. Alle wissen zudem, welche Kursteilnehmenden in ihren Unternehmen wie weit sind mit dem Change.

2. Tag: Newsroombesuch Schweizer Paraplegiker-Stiftung – Rollen

18. März 2025
(Di)

Schweizer-Paraplegiker-Stiftung, Nottwil

Newsroomeinblick sowie Rollenklärung ThemenmanagerIn und KanalmangerIn
Manuela Marra, Leiterin Newsroom und Medienteam, Schweizer Paraplegiker-Stiftung

Nachdem wir gestern viel über den Newsroom, den Tagesdienst und die NR-Sitzungen gelernt haben, besuchen wir heute das erste Newsroom-Büro vor Ort – bei der Schweizer Paraplegiker-Stiftung. Um 0900 Uhr sind wir live bei der Newsroom-Sitzung dabei, mit anschliessenden Fragemöglichkeiten und einer Führung durch den Newsroom sowie das NR-Foto/Video/Audio-Studio. Die Kursteilnehmenden lernen heute weitere wichtige Rollen in einem Newsroom kennen: ThemenmanagerIn und KanalmanagerIn. In Rollenspielen üben wir auch, wie man vom Thema ausdenkt und wie sich das Themen-Team zusammensetzt. Am Nachmittag erhalten die Kursteilnehmenden Zeit, das bislang Erlernte mit dem eigenen Unternehmen zu vergleichen und Fragen zu notieren, die wir gemeinsam besprechen.

3. Tag: Newsroombesuch bei den SBB – Themenhaus, Contentstrategie & Tools

31. März 2025
(Mo)

SBB, Bern

Themenhaus, Contentstrategie & Tools am Beispiel der SBB
Sonja Kramer, Leiterin Content Production, SBB

Am heutigen Tag dreht sich alles um die Themenauswahl, die Contentstrategie & die Tools, die im Newsroom zur Anwendung kommen können.

Am Beispiel des Themenhauses der SBB wird aufgezeigt, auf welche Themen bei den SBB fokussiert wird, wie sie die Themen auswählen und wie langfristige und kurzfristige Themen eingeplant und umgesetzt werden. Wir sind bei der täglichen Newsroom-Sitzung um 09.00 Uhr dabei und anschliessend auch noch bei der wöchentlichen Newsroomsitzung um 10.30 Uhr.

4. Tag: Herausforderungen / Voraussetzungen

01. April 2025
(Di)

Kennenlernen der Herausforderungen und Voraussetzungen
Manuela Marra, Leiterin Newsroom und Medienteam, Schweizer Paraplegiker-Stiftung
Marie-Christine Schindler, Expertin für Corporate Newsrooms, mcschindler.com gmbh

Referent: Beat Enderlin, Teamleiter Kommunikationsberatung, Suva/MAZ Luzern

Heute dreht sich alles um die Herausforderungen beim Change von einer «herkömmlichen» Marketing- und Kommunikationsabteilung auf das Newsroom-Modell. Nach Zuschaltung zurNR-Sitzung der Suvaund einem Inputreferat zum Suva-Newsroom, widmen sich die beiden Dozierenden im Anschluss der Frage, welche Voraussetzungen gegeben sein sollten, um auf das Newsroom-Modell umzusteigen und welche Herausforderungen zu diesem Changeprozess dazugehören. Auch Thema: Die vier Handlungsfelder im Unternehmens-Newsroom.

5. Tag: Newsroombesuch SRF – Parallelen Journalismus & Unternehmen

10. April 2025
(Do)

Parallelen zwischen Newsrooms im Journalismus und Newsrooms in Unternehmen
Manuela Marra, Leiterin Newsroom und Medienteam, Schweizer Paraplegiker-Stiftung
Referent: Gregor Meier, Leiter News & Aktualität CR Video, SRF

SRF, Zürich

Zum Abschluss des Kompaktkurses besuchen wir den Newsroom von SRF. Begriff und Funktion von Newsrooms kommen aus dem Journalismus. Um das Jahr 2012 sind die ersten deutschen Unternehmen mit diesem Modell gestartet, u.a. Siemens.

Die Kursteilnehmenden werden bei der Führung durch den SRF-Newsroom erleben und erfahren, wie viele Parallelen es zwischen Newsrooms im Journalismus und Newsrooms im Unternehmen gibt. Zudem ist es ein Highlight, Einblick in den SRF-Newsroom zu erhalten, wo mittendrin auch Sendungen wie Schweiz aktuell jeweils live aufgezeichnet werden.

Nach der Führung dürfen wir in einem Seminarraum von SRF den Kurs und damit unsere Newsroom-Reise abschliessen. Wir fassen das Wichtigste nochmal zusammen, holen Feedbacks der Teilnehmenden zum Inhalt und den Dozierenden ein, wollen wissen, was Ihnen an der Reise am besten gefallen und am meisten gebracht hat, und was wir bei der Reiseplanung 2026 noch mehr berücksichtigen sollten.

MAZ. Institut für Journalismus und Kommunikation.

Portrait	Das MAZ wurde 1984 gegründet und gilt heute als das führende Schweizer Kompetenzzentrum für Journalismus und Kommunikation. Am MAZ bilden sich Journalistinnen und Journalisten aller Genres aus, erhalten erfahrenen Berufsleuten Weiterbildungen in diversen Kompetenzfeldern und werden Redaktionen und Teams gecoacht. Kommunikationsverantwortliche sowie Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung können am MAZ ihre rhetorischen, analogen, digitalen und visuellen Kommunikationskompetenzen schärfen.
Mission	Wir befähigen Journalistinnen und Journalisten sowie Kommunikationsfachleute, sich in einem rasch wandelnden Umfeld und in Zeiten starker Veränderungen weiterzuentwickeln. Glaubwürdigkeit, Professionalität und die Nähe zur Praxis sind unsere Maximen.
Leitbild	Das MAZ ist in der Branche verankert, unsere Träger sind die Schweizer Verleger, die SRG SSR, diverse Berufsverbände sowie Stadt und Kanton Luzern. Wir orientieren uns an den international anerkannten Berufsstandards sowie an neusten Erkenntnissen der Wissenschaft. In engem Austausch mit der Medien- und Kommunikationsbranche loten wir die Bedürfnisse des Marktes aus und richten uns danach. Unsere Erfolgsfaktoren sind unsere Unabhängigkeit, die hohe Qualität des Angebots, den Unterricht in kleinen Gruppen, die Innovationskraft und Kompetenz der Mitarbeitenden sowie die Praxisnähe der Dozierenden.
Kontakt	maz – Die Schweizer Journalistenschule Murbacherstrasse 3 6003 Luzern +41 41 226 33 33 kontakt@maz.ch maz.ch