

Herbst 2025

**Kompaktkurs
Corporate Publishing
Online & Social Media**

Das Wichtigste in Kürze

Digitale Transformation als Mindset

Sie lernen, wie in Corporate Redaktionsteams ihre Content-Projekte effizienter konzipieren und organisieren – und allfällige analoge Prozesse in die Moderne transformieren. Mit UX-Writing haben Sie eine Methode zur Hand, um die Unternehmenskanäle für alle lesbarer zu machen.

Technologie und Handwerkliche Skills

Sie erfahren mehr über die Technologien von Website, Blog, Newsletter und Social Media als zentrale Bestandteile im Medienmix einer zeitgemässen Onlinekommunikation. Sie trainieren Ihre Fertigkeiten für Web- und Social-Media-gerechtes Schreiben und setzen sich mit visuellen Formaten wie Videos auseinander. Zum Schluss lernen Sie mit definierten Kenngrössen ihre Onlineaktivitäten zu evaluieren.

Praxistransfer und Networking

Während des Kompaktkurses verfassen alle Teilnehmenden eine Praxisarbeit, in der sie das Gelernte reflektieren und mit einem konkreten Bezug auf Ihr Unternehmen anwenden. Sie erweitern ihr persönliches Netzwerk nicht nur mit den anderen Kursteilnehmenden in der eigenen Klasse.

Daten und Fakten

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">– Personen, die im Unternehmen für den inhaltlichen Betrieb der digitalen Kommunikationskanäle zuständig sind: Web- und Social-Media-RedaktorInnen und Newsletter-Verantwortliche.– Personen, die das (digitale) Redaktionsteam führen und für die strategische Weiterentwicklung und Optimierung der digitalen Kommunikationskanäle in der Verantwortung stehen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none">– Sie verstehen die notwendigen Voraussetzungen für eine stimmige Onlinekommunikation.– Sie konzipieren den digitalen Auftritt Ihrer Organisation und kennen die praktischsten Werkzeuge dafür.– Sie kennen den Begriff Digital Corporate Publishing und die zentralen Aspekte des digitalen Storytellings.– Sie erweitern Ihre Kompetenzen im Umgang mit den wichtigsten Online-Tools.– Sie schreiben souverän Texte für Web/Social Media und kennen die Anforderungen verschiedener Publikationskanäle.– Die Videopräsentation für Web und Social Media fällt Ihnen leicht und Sie wissen, was jeder Kanal in puncto Storytelling erfordert.– Sie messen die Wirkung der Onlinekommunikation und leiten Verbesserungsmaßnahmen ein.– Sie beraten und unterstützen Kolleginnen und Kollegen bei der Produktion und Konzeption von digitalem Content.
Methode	<ul style="list-style-type: none">– Methodisch-theoretische Inputs mit Praxisbezug– Einzel- und Gruppenübungen in Workshopatmosphäre– Werkstattgespräche– Schriftlicher Leistungsnachweis (Abschlussarbeit) zu einem konkreten Projekt.
Gruppengrösse	Maximal 14 Teilnehmende
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80% des Präsenzunterrichts besucht haben und ihre Praxisarbeit angenommen wurde.
Start/Ende	21. August 2025 bis 12. Dezember 2025
Kursdauer	13 Tage
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten. Alle Module können als Einzelseminare gebucht werden.
Anmeldeschluss	21. Juli 2025
Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website

Kursnummer	K127823
Studienleitung	Reto Vogt, Studienleiter MAZ, reto.vogt@maz.ch
Dozierende	<ul style="list-style-type: none">– Marc Leuzinger, Multimedia Spezialist– Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation, beyonder.ch– Timo Wäschle, Storyteller, Spezialist für Unternehmensvideos, CEO Corpmedia AG– Cristina Roduner, LinkedIn- und Social-Media Consultant, CEO roduner-com.ch– Angela Meyer, Liip– Reto Vogt, Studienleiter MAZ– Andreas von Gunten, Internet-Unternehmer und Verleger– Weitere Dozierende aus der Praxis
Administration	Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch , +41 41 226 33 40
Stand	18. Dezember 2024, Änderungen vorbehalten

Programm

1. Modul

21. und 22. August 2025
(Do und Fr)

Relevante Themen finden & gezielt Storys gestalten

Marc Leuzinger, Multimedia Spezialist

Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation, beyonder.ch

Die erfolgreiche Kommunikation in einer vernetzten und komplexen digitalen Gesellschaft basiert auf den vier Säulen Community, Human Values, Brand Story und agilen Workflows, mit denen Sie sich in diesem Kurs intensiv befassen. Im ersten Teil legen werden die Grundlagen gelegt und entsprechende Tools vorgestellt, um eine überzeugende Brandstory zu entwickeln, ein strategisches Themenmanagement aufzusetzen und relevante Communities zu identifizieren. Im zweiten Teil erlernen Sie die praktische Umsetzung und gewinnen Einblicke, wie in einem agilen Workflow ein transmediales Storytelling konzipiert, realisiert und analysiert werden kann. Am zweiten Tag beschäftigen Sie sich mit Analytics. Sie lernen, was Sinn ergibt und wofür Messen überhaupt steht. Der Fokus liegt weniger auf Tools, sondern darauf, wie Analytics im Alltag wirklich einen Mehrwert bringt.

2. Modul

4. und 5. September 2025
(Do und Fr)

Konzipieren und Schreiben für Web und Social Media

Angela Meyer, Liip

In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie Ihre Unternehmensbotschaften in verschiedene digitale Kanäle einfließen lassen und erfolgreich umsetzen. Sie lernen, wie Storytelling auf Websites, Social Media und in Newslettern funktioniert – und welche Unterschiede es dabei zu beachten gilt. Nach dem Kurs beherrschen Sie die verschiedenen Textformen sicher und wissen, mit welchen Formulierungen Sie Ihre Zielgruppen auf allen relevanten Kanälen effizient erreichen. Dabei werden Sie lernen, wie Sie spannende Geschichten entwickeln, die Ihre Zielgruppen fesseln und einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Sie lernen, wie Sie prägnante Webtexte schreiben und lebendige Social Media Posts gestalten. Zudem erfahren Sie, wie Sie praktische Methoden zur Überwindung von Schreibblockaden einsetzen können, damit Sie kontinuierlich kreative und wirkungsvolle Texte entwickeln.

3. Modul

18. und 19. September
2025
(Do und Fr)

Ihre Botschaft per Video transportieren

*Timo Wäschle, Storyteller, Spezialist für Unternehmensvideos, CEO
Corpmedia AG*

Videos emotionalisieren Botschaften und bleiben im Kollektivgedächtnis der Audience besser haften. Video-Hardware, Video-Software, Storyboarding, Bildkomposition und Channelmanagement gehören zu den zentralen Themen am ersten Tag. Sie lernen, wie sich Videos für Web und Social Media unterscheiden und entwickeln Ihren individuellen Unternehmensvideo-Stil, der zu Ihren Botschaften und Brandwerten passt. Am zweiten Tag steht TikTok im Zentrum. Entertainment, Promotion und Recruiting sind die inhaltlichen Themen. Sie lernen Tipps und Tricks im Umgang mit dem Smartphone als Videokamera und kennen die besten Methoden, Ihre Botschaft in der üblichen TikTok-Videolänge von 15-30 Sekunden ins Publikum zu tragen.

4. Modul

9. und 10. Oktober 2025
(Do und Fr)

Mehr Umsatz & besseres Recruiting dank LinkedIn

*Cristina Roduner, LinkedIn- und Social-Media Consultant, CEO roduner-
com.ch*

Digitale Business-Netzwerke gehören heute zum Kommunikationsalltag. Neben unzähligen branchenspezifischen Netzwerken und Marktplätzen hat sich LinkedIn zum beliebtesten Kanal für die Distribution von B2B-Inhalten entwickelt. In diesem zweitägigen Seminar erkunden Sie die Möglichkeiten von LinkedIn für den persönlichen Auftritt, die Präsentation Ihres Unternehmens, das Recruiting von Fachkräften und die Kollaboration von Organisationen. Sie konzipieren Ihre individuelle LinkedIn Service Page und integrieren diese in Ihre Touch-Point-Map. Nach diesen zwei Tagen wissen Sie, wie Sie Ihre LinkedIn-Präsenz so wirkungsvoll wie nie zuvor einsetzen.

5. Modul

30. und 31. Oktober 2025
(Do und Fr)

Der perfekte Newsletter

Reto Vogt, Studienleiter MAZ

Dieser Kurs zeigt, wie ein funktionierender Newsletter aufgebaut ist und wie er aussehen muss. Ebenso lernen Sie, wie Sie aus dem Stand einen neuen Newsletter lancieren und welche Methoden es gibt, um AbonnentInnen dafür zu gewinnen. Wir zeigen Ihnen funktionierende Newsletterkonzepte und die grössten Stolpersteine. Ebenso lernen Sie, wie und wo Sie mit wenig Ressourcen hervorragende Inhalte für Ihre Zielgruppe(n) finden und diese ohne Urheberrechtsverletzungen in Ihrem Newsletter verlinken dürfen. Darüber hinaus zeigen wir Ihnen die wichtigsten KPI, wie Sie diese messen und welche Öffnungs- und Klickraten gut sind.

6. Modul

13. und 14. November 2025
(Do und Fr)

Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation

Andreas von Gunten, Internet-Unternehmer und Verleger

Für welche Tätigkeiten bringt Künstliche Intelligenz Erleichterung, wo ist der Einsatz rechtlich heikel? Dieser Kurs beantwortet die wichtigsten Fragen rund um den Einsatz von KI in der Unternehmenskommunikation und zeigt Chancen und Grenzen auf. Sie lernen, welche Tools Sie wofür einsetzen können, wie Sie publizierbare Texte prompten und eine eigene Bildsprache für Ihre Unternehmenskanäle entwickeln.

Abschlussstag

12. Dezember 2025
(Fr)

Präsentation der Abschlussarbeiten

Reto Vogt, Studienleiter Digital MAZ

Am letzten Tag stehen Sie und Ihre MitkommilitonInnen im Zentrum. Gemeinsam mit der Klasse des Kompaktkurses Corporate Online & Social Media präsentieren wir uns gegenseitig unsere Abschlussarbeiten in unseren jeweiligen Fachgebieten. Jede KursteilnehmerIn bekommt 15 Minuten für ihren Auftritt und so wird der finale Tag zu einer kleinen Fachtagung mit kollegialem Networking.

MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation

Portrait	<p>Das MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation wurde 1984 gegründet und gilt heute als das führende Schweizer Kompetenzzentrum für Journalismus und Kommunikation.</p> <p>Am MAZ bilden sich Journalistinnen und Journalisten aller Genres aus, erhalten erfahrenen Berufsleuten Weiterbildungen in diversen Kompetenzfeldern und werden Redaktionen und Teams gecoacht.</p> <p>Kommunikationsverantwortliche sowie Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung können am MAZ ihre rhetorischen, analogen, digitalen und visuellen Kommunikationskompetenzen schärfen.</p>
Mission	<p>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.</p>
Leitbild	<p>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.</p> <p>In engem Austausch mit der Medien- und Kommunikationsbranche loten wir die Bedürfnisse des Marktes aus und richten uns danach.</p> <p>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.</p>
Kontakt	<p>MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation Murbacherstrasse 3 6003 Luzern +41 41 226 33 33 office@maz.ch www.maz.ch</p>