

## CAS-STUDIENGANG KRISENKOMMUNIKATION 2011



Ein Partnerangebot mit der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Verband für Krisenkommunikation



## CAS KRISENKOMMUNIKATION 2011

Kommunikationsverantwortliche sind in Krisen doppelt gefordert: Neben der internen und externen Kommunikation im Ausnahmezustand muss auch die Regelkommunikation bewältigt werden. Verhindern kann der Krisenkommunikator die Krise nicht, aber er kann sich darauf vorbereiten, sie rechtzeitig mit-erkennen, mit-bewältigen und nachbereiten. Dazu vermittelt dieser CAS alle Instrumente und Fertigkeiten. Die Teilnehmenden erarbeiten zudem ein Krisenkommunikationskonzept für eine (oder die eigene) Unternehmung oder Organisation. Zudem werden die neusten Erkenntnisse aus dem Bereich Social Media (Web-2.0) und deren Anwendung im Krisenfall in den CAS Krisenkommunikation integriert.

- Zielgruppe
- \_ Kommunikationsverantwortliche, Medien- und PR-Beauftragte von Unternehmen, Verwaltungen und Verbänden
  - \_ Kommunikationsverantwortliche von nationalen, kantonalen oder regionalen Krisenstäben sowie von Firmenkrisenstäben oder Task-Forces
  - \_ Selbständige oder angestellte Kommunikationsberater
  - \_ CEOs, Verwaltungsräte, oder Unternehmenseigentümer mit Kommunikationsaufgaben

Voraussetzungen

Die Teilnehmenden haben ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Universität, Fachhochschule oder äquivalenten Abschluss). Zudem verfügen sie über Berufs- oder Projekterfahrung im Bereich der Unternehmens- oder Krisenkommunikation oder über langjährige Führungserfahrung mit einem engen Bezug zur Kommunikation.

- Lernziele
- Die Teilnehmenden
- \_ haben ein fundiertes Fachwissen zu unterschiedlichen Krisentypen und Krisenphasen
  - \_ kennen die Grundsätze des Krisenmanagements im Hinblick auf die Medien- und Kommunikationsarbeit in Krisensituationen
  - \_ kennen die Bedürfnisse und Vorgehensweisen der Medienschaffenden in Krisensituationen
  - \_ kennen die Funktion eines Krisenkommunikators innerhalb eines Krisenstabes
  - \_ sind in der Lage, ausführende und beratende Funktionen wahrzunehmen
  - \_ wissen, wie sie ein Krisenkommunikationskonzept für ein Unternehmen, eine Institution erstellen und erarbeiten kursbegleitend ein Krisenkommunikationskonzept für ihre (oder eine andere) Organisation
  - \_ kennen die internen und externen Kommunikationsinstrumente, welche ihnen in einer Krise zur Verfügung stehen und können diese auch anwenden
  - \_ wissen, welche Web\_2.0-Anwendungen für die Krisenkommunikation relevant und anwendbar sind (Social Media).

Methoden	Die Methoden orientieren sich an den Themen und Zielen des Studienganges. Die Studienleitung legt Wert auf einen intensiven Wechsel der methodisch-didaktischen Unterrichtsformen. Im Vordergrund steht das instrumentelle Lernen, welches einen möglichst hohen Praxistransfer in den Berufsalltag der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ermöglicht. Workshops mit Fallarbeit, Referate mit Praxisbezug, Trainingssequenzen, Exkursionen und Gastreferate „best practice“ stehen im Mittelpunkt. Der Praxisbezug wird theoretisch fundiert vermittelt.
Dauer/Termine	17 Kurstage zwischen dem 31. August 2011 und 25. Januar 2012 (inkl. mündliche Prüfung und Kursfeedback). Der Präsenzunterricht umfasst 136 Lektionen (inkl. mündliche Prüfung). Dazu kommen 190 Lektionen Selbststudium mit schriftlichen Arbeiten und Lektüre.
Aufnahme	Das MAZ entscheidet über die Aufnahme auf Grund der eingereichten Dossiers. In Zweifelsfällen wird ein persönliches Gespräch geführt. Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf und Kopie der wichtigsten Abschlusszeugnisse) bitte senden oder mailen an:  MAZ – Die Schweizer Journalistenschule Administration CAS Krisenkommunikation Murbacherstrasse 3 CH-6003 Luzern office@maz.ch
Anmeldefrist	30. Juni 2011
Abschluss / Anerkennung	Die Teilnehmenden erhalten ein Zertifikat mit 12 ECTS-Punkten, wenn sie mind. 80% des Präsenzunterrichts besucht, die Projektarbeit (Krisenkommunikationskonzept) erstellt sowie die Abschlussprüfung bestanden haben. Studierenden, die für den MAS Business Communications der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich qualifiziert sind, werden die Credits aus dem CAS Krisenkommunikation als Studienleistung angerechnet.
Leitung	Simon Kopp, lic.phil., dipl. LSEB; dipl. Bildungssachverständiger, Studienleiter MAZ und Informationsbeauftragter Staatsanwaltschaft Kanton Luzern <a href="mailto:simon.kopp@lu.ch">simon.kopp@lu.ch</a>
Steuerungsausschuss und Prüfungskommission	Stefan Eggenberger – HWZ, Center for Communications, Leiter Weiterbildung Heiner Käppeli – MAZ, Leiter Abteilung Kommunikation MAZ Simon Kopp – MAZ-Studienleiter, Informationsbeauftragter Staatsanwaltschaft Kanton Luzern Cyril Meier – HWZ, Leiter Center for Communications

Dozierende Die Dozenten stammen u.a. aus dem Referentenpool des MAZ, der HWZ und aus dem Schweizerischen Verband für Krisenkommunikation. Sie haben einen direkten Praxisbezug zum Thema Krisenkommunikation im Berufsalltag. Zudem werden Experten aus den Fachbereichen Krisenkommunikation und Krisenmanagement beigezogen:

Hannes Britschgi, lic. iur., Leiter Journalistenschule Ringier, Moderator, Journalist  
Daniel Deicher, lic. rer. pol., Leiter Krisenstab Stadt Luzern, Medientrainer, Journalist, Stabchef Umwelt, Verkehr und Sicherheit Stadt Luzern  
Stefan Eggenberger, Studienleiter Master-Studiengänge HWZ Zürich  
Daniel Graf, Mediensprecher der Schweizer Sektion von Amnesty International, Spezialist Social Media  
Hans Guggisberg, Bundesamt für Bevölkerungsschutz BABS, Stabchef Ausbildung  
Sascha Hardegger, Leiter Kommunikation REGA  
Stefan Inderbitzin, Kommunikationsbeauftragter WWF Schweiz, ehemaliger Redaktionsleiter Neue Luzerner Zeitung, Journalist  
Hartwin Möhrle, Krisenberater und Geschäftsführer der A&B ONE Kommunikationsagentur  
Simon Kopp, lic. phil. hist., Studienleiter und Medientrainer MAZ, Informationsbeauftragter Staatsanwaltschaft Luzern  
Thomas Spielmann, Fachpsychologe FSP, Coach  
Alexandra Stark, lic.rer. publ., Studienleiterin Master of Arts in Journalism MAZ, Journalistin  
Daniel von Arx, Dr. phil. lic. oec., Leiter Kommunikation Luzerner Kantonalbank AG, Spezialist Krisenkommunikation  
Gaudenz Weber, Geschäftsführer Schweizerischer Verband für Krisenkommunikation

Kosten CHF 9'800.- \*  
Prüfungsgebühr CHF 250.-

\* Reduktion von CHF 1'500.-, wenn Modul Medientraining wegfällt

Orte MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, CH-6003 Luzern  
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, Lagerstrasse 5, 8021 Zürich

Kurs-Nr. #7789

Administration Simona De Luca, [simona.deluca@maz.ch](mailto:simona.deluca@maz.ch), Telefon +41 (0)41 226 33 33

## CAS KRISENKOMMUNIKATION: KONZEPT

Der CAS besteht aus vier Themenmodulen und einer mehrtägigen Praxisübung. Zudem wird kursbegleitend mit einer Projektarbeit ein Krisenkommunikationskonzept für eine (oder die eigene) Organisation oder Unternehmung erarbeitet.

Projektarbeit – Konzept Krisenkommunikation	Modul 1: Krisengrundlagen
	Modul 2: Krisenvorbereitung
	Modul 3: Krisenbewältigung
	<i>Praxisübung</i>
	Modul 4: Krisennachbearbeitung
	Mündliche Prüfung / Kursfeedback

## Themen, Inhalte und Module

---

<b>Modul 1</b> 4 Tage	31. August – 1. September 2011 15. – 16. September 2011
--------------------------	--

---

	<b>KRISENGRUNDLAGEN</b> Im Modul 1 geht es darum, die Aufgabe des Krisenkommunikators im Gesamtrahmen des Krisenmanagements zu erkennen, zu definieren und abzugrenzen.
--	--

---

Programm	<b>Krisendefinitionen, Typen und Krisenverlauf</b> Wann sprechen wir von einer Krise (Abgrenzungen)? Welches sind aktuelle Krisendefinitionen? Welche Krisentypen und Phasen gibt es?  <b>Krisenkommunikation als Bestandteil des Krisenmanagements</b> Wie funktioniert ein Krisenmanagement (Merkmale und Charakteristika) und welche Rolle spielt die Krisenkommunikation darin? Welches ist der konkrete Aufgabenbereich eines Krisenkommunikators (ausführende und beratende Aufgaben) im Krisenstab?  <b>Mediendynamik und Kommunikation in der Krise</b> Wie reagieren Medien auf Krisensituationen (Bedürfnisse, Vorgehen)? Welches sind die Grundsätze der Krisenkommunikation? Wie unterscheidet man Krisenkommunikation und Regelkommunikation in der Krise?  <b>Krisenkommunikationskonzepte</b> Was beinhaltet ein Krisenkommunikationskonzept? Wie erarbeite ich ein Krisenkommunikationskonzept?
----------	---

---

Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die unterschiedlichen Krisendefinitionen kennen die unterschiedlichen Krisentypen und deren Verlauf kennen die Funktion der Krisenkommunikation im Krisenmanagement kennen das Vorgehen der Medien bezüglich der Berichterstattung in Krisensituationen kennen den Aufbau und Inhalt eines Krisenkommunikationskonzeptes
-----------	--

---

**Modul 2**  
3 Tage

27. – 29. September 2011

---

**KRISENVORBEREITUNG**

Im Modul 2 werden konkrete Instrumente und Analysetools zur Krisenvorbereitung vermittelt. Dazu gehören Kenntnisse über Risikoanalysen und Issue-Management.

---

Programm

**Risikomanagement – Risikoanalyse – Issue-Management**

Wie erkenne ich das Krisenpotential der eigenen Unternehmung hinsichtlich einer allfälligen Krisenkommunikation?

Was beinhaltet ein Risikomanagement oder Issue-Management?

**Ablauforganisation – Organisatorische Massnahmen**

Welche Aufgaben resultieren aus der Risikoanalyse für den Krisenkommunikator?

Welche organisatorischen Massnahmen sind für die Krisenkommunikation relevant?

Welche Kommunikationsmittel stehen in der Krise zur Verfügung?

Wie organisiere ich neben der Krisenkommunikation die Regelkommunikation?

Wie erarbeite ich mir relevante Medienkontakte?

Wie organisiere ich die Kommunikation auf Intranet, Homepage, Hotline, etc?

Wie nutze ich die neuen Medien (Facebook, Twitter, Xing, etc.)?

Wie organisiere ich in der Krise die interne und externe Kommunikation?

Wie verfolge und beurteile ich die Medienberichterstattung in der Krise (Medienmonitoring)?

---

Lernziele

Die Teilnehmenden

kennen die Instrumente zur Erkennung des Krisenpotentials einer Unternehmung

kennen die Merkmale und das Monitoring von Issues

kennen Ziel und Prozesse des Issues-Managements

kennen organisatorische Vorbereitungsmaßnahmen zur Erleichterung der Medienarbeit in der Krise

kennen die Vor- und Nachteile der „neuen Medien“ in der Krisenkommunikation

kennen die Instrumente für ein effizientes Medienmonitoring

---

**Modul 3**  
4 Tage

6. – 7. Oktober 2011  
1. – 2. November 2011

---

## **KRISENBEWÄLTIGUNG**

Das Modul 3 befasst sich mit den Aufgaben des Krisenkommunikators in der Krisensituation. Zudem werden auch die Krisendynamik und deren Belastungssituationen für den Krisenkommunikator thematisiert.

---

Programm

### **Kommunikation in der Krise**

Wie verfasse ich eine Medienmitteilung?  
Wie organisiere ich eine Medienkonferenz in der Krise?  
Wie kann ich mich auf Interviews vorbereiten?

### **Krisenstress**

Welche Stressfaktoren zeichnen sich in der Krise und innerhalb von Krisenstäben in Zusammenarbeiten mit Vorgesetzten aber auch mit Medienschaffenden ab?  
Wie gehe ich in der Funktion als Krisenkommunikator mit Stress- und Belastungssituationen um?

### **Bestcase – Exkursion**

Krisenkommunikation bei einer grossen Schweizer Unternehmung

---

Lernziele

Die Teilnehmenden  
kennen die Elemente und den Aufbau einer Medienmitteilung  
können medienrelevante Inhalte erkennen, selektionieren und gewichten  
können komplexe Inhalte vereinfachen und medienwirksam formulieren

können Radio- und TV-Statements vorbereiten und professionell auftreten  
kennen die verschiedenen Interview-Typen und –Situationen  
verbessern die eigene Auftrittskompetenz

wissen wie man eine Medienkonferenz durchführt und organisiert  
kennen die Funktion des Moderators einer Medienkonferenz und erlernen entsprechende Moderationstechniken

kennen mögliche Stressfaktoren in Krisensituationen  
kennen Techniken, wie man mit Stresssituationen umgehen kann

---

<b>Praxisübung</b> 3 Tage	21. – 23. November 2011
Programm	In der Krisenübung werden die konkreten Instrumente der Krisenkommunikation und deren Anwendung geübt und umgesetzt. Beübt wird der <u>Krisenkommunikator</u> in seiner Funktion (Abgrenzung: es wird nicht der Krisenstab beübt!). Die Krisenübung wird organisiert von Fachleuten und Experten des Schweizerischen Verbandes für Krisenkommunikation. Der Verband ist für die Organisation, Durchführung und Nachbearbeitung verantwortlich. Innerhalb der Übungsanlage wird mit der Abteilung Journalismus vom MAZ zusammengearbeitet.
Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die 1zu1-Situation im Krisenfall können die Aufgabe eines Krisenkommunikators über die Übungsdauer wahrnehmen

---

---

<b>Modul 4</b> 2 Tage	15. – 16. Dezember 2011
--------------------------	-------------------------

---

	<b>KRISENNACHBEARBEITUNG</b> Im Zentrum vom Modul 4 steht die Krisennachbearbeitung hinsichtlich der Krisenkommunikation und deren Aufgabenfelder. Zudem geht es um Qualitätssicherungsaspekte als Feedback für die künftige Krisenprävention.
--	---

---

Programm	<b>Auswertung Krisenkommunikation - Qualitätssicherung</b> Wie kann ich die interne und externe Kommunikationsarbeit qualitativ auswerten? Wie kann ich meine Kommunikationsarbeit evaluieren und anschliessend optimieren? Nach der Krise ist vor der Krise: Learnings daraus Wie gehe ich von der Krisenkommunikation zurück zur Regelkommunikation?  <b>Krisenkommunikationskonzept</b> Feedback zu Krisenkommunikationskonzepten aus dem Modul 1 Learnings und Optimierungen
----------	--

---

Lernziele	Die Teilnehmenden kennen Instrumente zur nachträgliche Evaluierung der Krisenkommunikation wissen wie Erkenntnisse aus der Krisenevaluation in das bisherige Vorgehen implementiert werden erhalten Rückmeldungen zu ihren Krisenkommunikationskonzepten vertiefen ihre Kenntnisse von Aufbau und Struktur von Kommunikationskonzepten
-----------	--

---

<b>Mündliche Prüfung</b> ½ Tag	11. Januar 2012
-----------------------------------	-----------------

---

<b>Feedback und Abschluss</b> ½ Tag	25. Januar 2012
--	-----------------

(Programm: Änderungen vorbehalten)

## MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen an für Medienschaffende. Die Abteilung Kommunikation trainiert Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie Kommunikationsverantwortliche in Rhetorik und professioneller Medienarbeit.

Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Dokumentieren kann das MAZ sie u.a. mit dem Label «Committed to excellence» der European Foundation for Quality Management, EFQM. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter [www.maz.ch](http://www.maz.ch).

Partner des CAS Krisenkommunikation Der CAS Krisenkommunikation ist ein Partnerangebot des MAZ und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Verband für Krisenkommunikation.

Die HWZ ist die etablierte Schweizer Hochschule für die karrierebegleitende Aus- und Weiterbildung im Management. Sie ist die grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz und Mitglied der Zürcher Fachhochschule.

Der Schweizer Verband für Krisenkommunikation setzt sich seit dem Frühjahr 2009 für die Qualitätssicherung der professionellen Krisenkommunikation und die Weiterbildung seiner Mitglieder und des Berufsnachwuchses ein. Das Verständnis für den Begriff Krisenkommunikation, für den dahinter steckenden strategischen Ansatz und für das multidisziplinäre Vorgehen sollen auch in Wirtschaft und Gesellschaft gefördert werden. Deshalb ist der Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern ein wichtiges Element der Verbandsarbeit. Der Verband setzt sich mit allen berufsverwandten Institutionen, Unternehmen und Organisationen, die bei der Krisenvorbereitung, Krisenbewältigung und Krisennachbearbeitung eine Rolle spielen, auseinander.

Weitere MAZ-Partner Das MAZ ist Teil des Hochschulcampus Luzern, Mitglied der Europäischen Vereinigung namhafter Journalismusschulen EJTA sowie Kooperationspartner der Hamburg Media School, der Universitäten Lugano, Hamburg und Leipzig, der Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ, der Akademie für Publizistik in Hamburg und der Österreichischen Medienakademie in Salzburg, des Schweizer Radios und Fernsehens SRF, der Schweizerischen Depeschagentur SDA, des Schweizerischen PR-Instituts SPRI, des Medieninstituts des Verbands Schweizer Presse, der Schweizer Kader Organisation SKO.