

Das Medieninstitut macht gute Medienleute besser

Eine Stärke der Schweizer Wirtschaft ist die von ihr getragene Berufsbildung. Ausbildungsangebote, die von der Branche für die Branche entwickelt werden, gehen auf die aktuellen Bedürfnisse des Arbeitsmarktes ein. Für die Medienwirtschaft erfüllt das Medieninstitut diese Aufgabe. Es bildet Medienfachleute und Medienmanager aus, die wissen, was die Nutzer und die Werber heute und in Zukunft wollen.



Seit Januar 2006 leitet Josefa Haas das Medieninstitut. Zuvor war sie in der Medienforschung, als Journalistin und Redaktorin und als Leiterin Unternehmenskommunikation der SRG SSR idée suisse tätig.

VON JOSEFA HAAS

Man hat nie ausgelernt! Diese Volksweisheit gilt für die Medienbranche besonders. Wer sich im Medienmarkt erfolgreich positionieren will, ist auf allen Ebenen gefordert. Er muss nicht nur erkennen, wer welche Inhalte wie nutzen will, er kennt auch die technologischen Produktions- und Verbreitungsmöglichkeiten von publizistischen Produkten und weiss, wie er am besten Werbung akquirieren kann.

Die Medienwirtschaft bietet einen attraktiven Arbeitsmarkt für qualifizierte Berufsleute mit den verschiedensten Aus- und Weiterbildungen. In allen angrenzenden Branchen wird grosser Wert auf eine qualifizierte Ausbildung gelegt. In den Bereichen Werbung, Marketing und PR entstehen monatlich neue Kurse, Seminare und Abschlüsse mit Titel. Sie alle beschäftigen sich mit Aspekten von Kommunikation aus verschiedenen Perspektiven. Wer in der Medienwirtschaft tätig ist, hat jedoch einen anderen Fokus: im Zentrum steht das publizistische Produkt und dessen Nutzerinnen und Nutzer. Nur wenn dieses Produkt konzeptuell und qualitativ stimmt, kann es auch optimal in der Werbewirtschaft vermarktet werden. Deshalb ist eine auf die Medienwirtschaft abgestimmte Aus- und Weiterbildung unabdingbar.

Professionalität stärkt Marken

Starke Branchen stärken mit einer hohen Professionalität ihre Marken. Sie legen die Kriterien für die Beurteilung ihrer Produkte und Leistungen selber fest. Dank hohen Massstäben unterscheiden sie sich von der Konkurrenz. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden nicht nur an Zahlen, sondern auch an der Qualität ihrer Leistung gemessen. Professionelle Anforderungen fordern sie zur Weiterentwicklung heraus.

Die Standards für Professionalität müssen aus der Branche für die Branche definiert werden, wenn die Unternehmen den Ansprüchen des Marktes einen Schritt voraus sein wollen. Branchen schaffen deshalb Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, welche auf ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Sie gewährleisten die Definitionsmacht über die Professionalität in einem Sektor, ermöglichen den Wissenstransfer von der Theorie in die Praxis und öffnen das Fenster für den Blick in die Zukunft.

Auf Augenhöhe mit den Verhandlungspartnern

Der erste Tag in einer Kaderfunktion: Laptop und Handy funktionieren, das Büro vermittelt die Aura von Verantwortung und Macht, die Agenda ist schon voll mit Sitzungsterminen und das Pflichten-

heft heischt Respekt. Dank Aus- und Weiterbildung, dank Berufserfahrungen hat Frau oder Mann es so weit geschafft. Die neue Position erfordert jedoch zusätzliche Qualifikationen, erweiterte Kompetenzen und Sachkenntnisse. In all den Sitzungen gilt es Ziele, Standards, Erwartungen und letztlich Lösungen auszuhandeln. Im Vorteil ist, wer die Situation des Gegenübers bestens kennt: seinen Arbeitsalltag, die Produktionsabläufe, den finanziellen Spielraum und die Marktmechanismen. Mit jedem Karriereschritt gilt es nicht mehr nur, die eigene Aufgabe optimal erfüllen zu können, sondern Verantwortung für komplexe Prozesse mit einer Vielfalt von internen und externen Beteiligten zu übernehmen. Dabei zeigt sich schnell, wie viel es noch zu lernen gilt.

Effiziente Unterstützung des Lernprozesses

Möglichkeiten zum Lernen gibt es viele, «on the job», im Selbststudium, über Recherchen, dank einem Mentor oder einer Mentorin. Aus Fehlern zu lernen ist eine Notwendigkeit für die Weiterentwicklung, der persönlichen, aber auch derjenigen des Unternehmens. Fehler passieren jedoch genug, sodass es sich lohnt, Fehler zu vermeiden. Beispielsweise, indem man frühzeitig von den positiven und negativen Erfahrungen anderer profitiert. Eine berufsbegleitende Weiterbildung bietet deshalb eine effiziente Unterstützung des persönlichen Lernprozesses: Über einen längeren Zeitraum können gezielt relevantes Wissen aufgenommen, aktuelle Geschäftsmodelle analysiert, Projektarbeit und Entscheidungsfindung geübt und eigenes Handeln reflektiert werden.

Vertiefte Branchenkenntnis ist in Führungspositionen eine Voraussetzung. Das beste Studium, die anspruchsvollste Berufsausbildung deckt in der Regel nicht sämtliche Anforderungen des beruflichen Alltags ab. In der Schweiz besitzen deshalb Ausbildungsangebote, die mit eidgenössischen Diplomen abgeschlossen werden können, einen hohen Stellenwert. Die Branche entwickelt Kurse mit erfahrenen, praxisorientierten Dozierenden, die sich an Teilnehmerinnen und Teilnehmer richten, die bereits im Berufsalltag stehen. Auf Managementstufe vermitteln diese Kurse neben detaillierten Kenntnissen der Prozesse und Abläufe die Kompetenz zur Konzeptualisierung, Analyse und Strategieentwicklung.

Diese Diplomkurse bieten, was Henry Mintzberg in seinem vielbeachteten Buch «Manager statt MBAs» fordert: eine praxisnahe, berufsbegleitende Ausbildung für Führungserfahrene. Zugleich erhält die Persönlichkeitsbildung einen grossen Stellenwert. Die raffiniertesten Business-Pläne, die ausgeklügeltsten Konzepte und aufwändigsten Kalkulationen führen in die Irre, wenn den Entscheidungsträgern die spezifischen Kenntnisse über die jeweiligen Märkte und Produkte fehlen. Allgemeine Ausbildungen an Universitäten und Business-Schulen liefern Werkzeuge und Instrumente für die Führung von Projekten und Unternehmen, die auf die Anforderungen der verschiedenen Branchen abgestimmt werden müssen.

Medienfachleute und Medienmanager

Für die Medienbranche erfüllt das MEDIENINSTITUT diese Aufgabe. Seit es 1989 vom Verband SCHWEIZER PRESSE gegründet wurde, sorgt es für die branchenspezifische Aus- und Weiterbildung in der Medienwirtschaft. Diplomkurse, Seminare und Trendtagungen gehören zum Angebot des Medieninstitutes. Anfangs Jahr organisiert es die Dreikönigstagung, bei der sich die Branche trifft, um Bilanz zu ziehen, in die Zukunft zu schauen und gute Vorsätze zu fassen. Im Laufe des Jahres, vermitteln

Seminare kompaktes Wissen in Einzelthemen, Trendtagungen vermitteln das Neuste über Medienrecht, Technologie oder Produkte.

Diplomkurs 1 für Medienfachleute

Der Diplomkurs für Medienfachleute richtet sich an Sachbearbeiter mit Verantwortung für kleinere Projekte und Teams. Er vermittelt das grundlegende Branchenwissen sowie wichtige Fertigkeiten und Techniken. Im Anschluss an diesen Kurs kann in einer eidgenössisch anerkannten Prüfung der Fachausweis erworben werden.

Diplomkurs 2 für Medienmanager

Der zweite Diplomkurs richtet sich an Kaderleute in der Medienbranche in höheren Führungspositionen. Berufsbegleitend lernen sie sämtliche Elemente der Produktions- und Wertschöpfungskette der Medienwirtschaft vertieft kennen. Gefördert werden im Kurs das vernetzte Denken, die Projektmanagement-Kompetenz, die strategische und finanzielle Führung sowie die persönliche Entwicklung. Im Zentrum steht eine Diplomarbeit, die ein aktuelles Thema aus der beruflichen Praxis der Teilnehmenden behandelt und ein wesentlicher Bestandteil der Prüfung ist. Die Module der Diplomkurse können auch einzeln gebucht werden.

Seminare

Das Medieninstitut bietet eine Reihe von Seminaren an, in denen kompakt Kompetenz in Teilen der Medienwirtschaft angeboten wird. Themen umfassen die Einführung in die Verlagsbranche, den Telefonverkauf oder grundlegende Führungstechniken.

Trendtagungen

Die Dreikönigstagung und die Medienrechtstagung gehören zu den jours fixes der Branche. Zusätzlich greift das Medieninstitut immer wieder aktuelle Themen auf und vermittelt mit kompetenten Referenten einen aktuellen Überblick zu zentralen Themen der Medienbranche.

Für Medienmacher und -macherinnen lohnt es sich deshalb, schon vor dem ersten Arbeitstag einen Blick in das Ausbildungsangebot des Medieninstitutes zu werfen. In den Diplomkursen lernen sie die Mechanismen der eigenen Produkte sowie diejenigen ihrer Mitbewerber in den Medienmärkten Print, Radio, Fernsehen, Internet und Multimedia à fond kennen. Der Transfer der Lernergebnisse in die Praxis ist garantiert. Schon bei den ersten Verhandlungen und Präsentationen können sie argumentativ punkten: Denn nur wer weiss, wie heute Medien entstehen, vertrieben, genutzt und vermarktet werden, kann sich in Zeiten des Strukturwandels und der Wirtschaftskrisen behaupten.

FUNDIERTE AUSBILDUNG IM MEDIENMANAGEMENT

Das MEDIENINSTITUT des Verbandes SCHWEIZER PRESSE ist die einzige Bildungsinstitution in der Schweiz, die Diplomkurse und eidgenössisch anerkannte Prüfungen im Medienmanagement anbietet. Sie vermitteln umfassende Kenntnisse und Kompetenzen für die Produktion, den Vertrieb und die Vermarktung von publizistischen Inhalten. Das Medieninstitut organisiert zudem Seminare und Tagungen zu grundlegenden Anforderungen und Themen der Medienwirtschaft.

Alle Informationen unter www.medieninstitut.ch