

Der Weg zum Corporate Publisher *Die Professionalisierung der*

publizistischen Unternehmenskommunikation weckt den Ruf nach berufsspezifischer Aus- und

Weiterbildung. Welche Ausbildungswege führen zum Corporate Publisher? Franco Item, Mitiniant

des NDK-Studiums Corporate Publisher, weiss Bescheid.

INTERVIEW: DANIEL STEIM

Eine gute Schreibe versteht sich für einen Corporate Publisher von selbst. Darüber hinaus muss er sich aber auch konzeptionelle, ökonomische sowie rechtliche Kompetenzen erarbeiten, um Projekte erfolgreich umsetzen zu können.

CP-Special: *Welches sind die wichtigsten Voraussetzungen, um Corporate Publisher zu werden?*

Franco Item: Sprachliche Fähigkeiten. Ein Corporate Publisher zeichnet sich durch gute, erzählende Texte aus. Deshalb sind es bis anhin vor allem Journalisten, die diesen Beruf ausüben.

Neben den journalistischen Fähigkeiten erfordert Corporate Publishing auch viel Verständnis für Magazinkonzepte, Gestaltung oder für Verlagsaktivitäten. Kann eine einzelne Person diesen Anforderungen gerecht werden?

Corporate Publishing ist Teamarbeit. Es ist klar, dass eine einzelne Person sämtliche Aufgaben nicht allein bewältigen kann. Der Corporate Publisher braucht ein gutes Basiswissen über sämtliche Abläufe zum Beispiel einer Magazinproduktion. Als guter Teamplayer muss er den ganzen Prozess steuern und begleiten können.

Worin unterscheidet sich der CP-Journalismus vom Journalismus für Publikumsmedien? Hier gibt es kaum mehr einen Unterschied. Der Journalismus ist immer stärker mit Werbung und Public Relations – etwa Events – behaftet, während sich Corporate Publishing mit qualitativ hochstehenden journalistischen Leistungen behaupten muss. Dazu zwei Beispiele: Im Mercedes- oder BMW-Magazin stehen nicht mehr die Präsentationen der neusten Modelle im Mittelpunkt, sondern journalistisch aufbereitete Reiseberichte, Kulturbeiträge oder Porträts von Persönlichkeiten – geschrieben jeweils von Top-Journalisten. Mit solchen

Beiträgen werden den Kunden Image und Charakter des Unternehmens respektive der Automarke vermittelt. Umgekehrt steht es den einem Konkurrenzkampf ausgesetzten Journalistinnen und Journalisten von Publikumsmedien nicht mehr völlig frei, welche Themen in welcher Form aufbereitet werden. Anders gesagt: Durch die Kommerzialisierung der Medien – wie es etwa bei Tageszeitungen und insbesondere bei elektronischen Medien zu beobachten ist – machen sich in den Redaktionen vermehrt verlegerische Überlegungen breit.

Die Schweizerische Text Akademie bietet in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen PR-Institut einen Diplomlehrgang für Corporate Publishing auf Hochschulniveau an. Was beinhaltet dieses neue Ausbildungsangebot?

Das Studium zum Dipl. Corporate Publisher NDK wendet sich an Schreibprofis und versteht sich vor allem als weiterführende Ausbildung. Die Ausbildung eignet sich speziell für jene Zielgruppe, die bereits die Ausbildung Dipl. PR-Redaktor NDK abgeschlossen hat. Der Unterschied zwischen den beiden Studienangeboten ist der, dass beim PR-Redaktor der einzelne Text im Mittelpunkt steht – beim Corporate Publisher das gesamte Produkt – zum Beispiel ein Kundenmagazin. Mehr als die Hälfte der Ausbildung zum Corporate Publisher NDK widmet sich der Textkompetenz. In vier Modulen wird das Wichtigste über Corporate Publishing vermittelt. Dazu gehören konzeptionelle, ökonomische und rechtliche Inhalte, damit die wichtigsten CP-Mittel wie Websites und

Kundenmagazine, aber auch Unternehmensfilme umgesetzt werden können. Die Vermittlung von Kenntnissen in der Gestaltung in den Bereichen Mediendesign respektive Editorialdesign und Webdesign rundet die Ausbildung ab.

Wie gross ist das Interesse für dieses Ausbildungsangebot, und wann wird der erste Lehrgang durchgeführt?

Das Interesse ist sehr gross. Dennoch wird das Studium in kleinen Klasseneinheiten (etwa 15 Studenten) vermittelt. Dies deshalb, weil der Inhalt sehr praxisorientiert konzipiert ist und eine starke individuelle Betreuung der Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer erfordert. Der Lehrgang startet im Herbst dieses Jahres.

Gibt es weitere Ausbildungsangebote für Corporate Publisher?

Grundsätzlich ist jede Art von Kommunikationsausbildung wie eine Marketingausbildung oder ein Fachhochschulstudium nützlich und sinnvoll. Auch gibt es inzwischen viele Spezialkurse, die Teilaspekte des Corporate Publishing behandeln. An der Hochschule Chur wird beispielsweise ein Vertiefungsstudium in Communication Design angeboten, bei dem Corporate Publishing einen wichtigen Teil ausmacht. An anderen Orten gibt es Seminare oder Studienangebote zu den Themen Kundenmagazine, Geschäftsberichte, Webdesign oder Interne Kommunikation. Wie in allen Berufen gilt auch für den Corporate Publisher das Gebot der kontinuierlichen Weiterbildung.

Zur Person

Franco Item (1961) ist Journalist und Eidg. dipl. PR-Berater. Er gehört zu den Corporate Publishern der ersten Stunde: 1992 arbeitete er bei der damals neuen CP-Agentur Frontpage als Junior-Berater. Item ist Mitglied des Stiftungsrates der Schweizerischen Text Akademie sowie Dozent im Studiengang Dipl. Corporate Publisher NDK.



Aus- und Weiterbilder

Schweizerische Text Akademie
www.textakademie.ch
Schweizerisches PR-Institut
www.spri.ch
MAZ Luzern www.maz.ch
Fachhochschule Winterthur
www.iam.zhwin.ch