

Merkblatt 7/ ... Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse und die Medien gehören zu dem Publikum, an das sich ein Interreg-Projekt am Oberrhein richtet. Aus diesem Grund gibt die Kommunikationsabteilung einer Hochschuleinrichtung oder eines Forschungszentrums regelmäßig Informationen an Journalisten weiter.

Wenden Sie sich an die Kommunikationsabteilung Ihrer Organisation, um zu erfahren, wie die Pressearbeit organisiert ist, z.B. beim Versand einer Pressemitteilung: Wann ist sie zu informieren, wie werden Pressemitteilungen verschickt, kann die Abteilung Ihnen bei der Redaktion helfen? Ein deutscher/französischer Partner kann dasselbe für seine Abteilung tun, so dass Sie über das Verfahren für eine effektive grenzüberschreitende Medienarbeit verfügen.

Einige Projekte verfügen möglicherweise nicht über diese Ressourcen, und Sie müssen ggf. Pressekontakte verwalten oder an einem externen Dienstleister den Auftrag dafür erteilen.

Hier sind einige Schlüsselpunkte, die Ihnen bei diesen Aufgaben helfen sollen.

1. Welche Medien werden von Ihren Zielgruppen genutzt?

Das ist eine erste Frage, die man stellen muss. Die überwiegende Mehrheit der Projekte enthält eine Kommunikationskomponente, die sich an die breite Öffentlichkeit richtet, sowie eine „regionale Entwicklungsdimension“ und wird dies über die allgemeinen Medien in der Grenzregion tun können. Es kann relevant sein, nach Programmen und Rubriken zu suchen, die sich stärker an wissenschaftlichen Themen orientieren. So gibt es auch Medien, die auf Themen oder Bereiche (Umwelt, Gesundheit, Industrie) spezialisiert sind.

2. Kennen Sie sich aus mit den Medien in der Trinationalen Metropolregion Oberrhein?

Die Medienlandschaft des Oberrheins ist umfangreich und vielfältig. Sie finden darunter:

- die Presseagenturen
- die nationale Tagespresse und ihre lokalen Korrespondenten
- die regionale Tagespresse
- lokale Radiosender
- lokale Fernsehstationen
- Online-Medien
- institutionelle und kommunale Zeitungen
- Newsletter

NB: Einige Pressekorrespondenten haben eine Arbeitsbeziehung mit jemandem aus dem Nachbarland aufgebaut. Dennoch ist es sicherer, Informationsmaterial an jede Redaktionsabteilung oder Kontaktperson in jedem Land zu schicken.

3. Der Presseverteiler/Journalistenverteiler: ein unverzichtbares Instrument

Diese Datei enthält die Kontaktdaten der Medien und Journalisten, an die Pressemitteilungen zu senden sind: Name, E-Mail- und Telefonkontakt, Spezialgebiet ...

Es gibt mehrere Möglichkeiten, diese Informationen zu sammeln, wenn sie nicht zur Verfügung gestellt werden. Die unmittelbarste davon ist die Durchsichtung von Zeitungsüberschriften, Medien und Programm-Webseiten, um diese Informationen zu sammeln, die meist öffentlich oder durch ein Telefonat zugänglich sind.

Es ist sinnvoll, in dieser Datei die Fristen anzugeben, innerhalb derer jedes Medium seinen Inhalt definiert: eine Fachzeitschrift kann dies einige Wochen vor der Veröffentlichung tun, eine Fernsehnachrichtensendung einige Stunden vor der Sendung.

In der Regel ist eine Frist von 15 Tagen (Fernsehen, Radio, Tagespresse) bis zu einem Monat (Zeitschriftenpresse, spezialisierte Themen und Programme) vorgesehen.

4. Wann soll man Medien kontaktieren?

Veranstaltungen/Projekt-Meilensteine	Zu verschickende Dokumente	Wann?
Auftaktveranstaltung	Pressemitteilungen Eine Pressemappe mit allgemeinen Informationen über das Projekt, die Partner, die Ziele usw. verfügbar halten.	Vor der Veranstaltung Während der Veranstaltung: Ein Pressegespräch anbieten Nach der Veranstaltung für Projektnewsletter und Partner
Publikationen/Forschungsergebnisse/Kauf von Ausrüstung/Aufnahme von Studierenden/einer ausländischen akademischen Delegation usw.	Auf eine wissenschaftliche Publikation oder Bereich abzielen Ein Interview mit einem Forscher anbieten Veröffentlichung einer Pressemitteilung in Bezug auf regionale Entwicklung, Wissens- und Technologietransfer, wissenschaftliche und gegenwärtige gesellschaftliche Herausforderungen	Vor der Veranstaltung Abhängig von der Frist für die Veröffentlichung
Antritt von Mitarbeitern (Doktoranden, Post-Docs)	Angebot eines Interviews oder eines Porträts für die internen Zeitschriften der Hochschul-oder Forschungseinrichtung	Bei der Ankunft von Teilnehmenden
Abschlussveranstaltung	Pressemitteilungen Pressemappe mit den Ergebnissen und Fortschritten des Projekts	Vor der Veranstaltung Angebot einer Pressekonferenz/Pressegespräch Nach der Veranstaltung für Projektnewsletter und Partner

5. Wie schreibt man eine Pressemitteilung?

Die Pressemitteilung ist das Informationsinstrument für den Journalisten, um einen Artikel zu schreiben oder ein Interview zu vereinbaren, wenn er oder sie den Inhalt für seine oder ihre Leser als relevant erachtet.

Der Kern der Pressemitteilung bleibt das Interesse an den ans Licht gebrachten Informationen zu wecken.

Ein paar einfache Regeln erleichtern den Austausch:

- ein kurzer Text (normalerweise eine Seite oder 1.500 Zeichen), präzise und informativ
- Informationen nach deren Priorität, die mit dem wichtigsten Punkt beginnen
- oft in dieser Serie zusammengefasste Sachinformationen: wer, wann, was, wo, wie und wozu
- sorgfältige Abfassung in beiden Sprachen *
- ein informativer und attraktiver Titel und Überschriften
- eine an die Fristen der Medien angepasste Versandzeit
- falls erforderlich, ein Zitat, das von seinem Verfasser validiert wurde (oder seinem Kabinett, wenn er aus einem politischen Hintergrund kommt)
- gegebenenfalls ein Foto oder ein anderes aussagekräftiges visuelles Dokument



Teile der Pressemitteilung werden wahrscheinlich so veröffentlicht, wie sie sind, daher ist bei ihrer Erstellung besondere Sorgfalt geboten. Die Pressemitteilung wird vor der Veröffentlichung vom Projekt- und Kommunikationsmanager entsprechend den Praktiken Ihrer Institution/Ihres Projekts sorgfältig durchgelesen und validiert.

Die Pressemitteilung endet mit der Kontaktpersonenrubrik (vollständig), die der Journalist für weitere Informationen, einen Termin für ein Interview oder für Fotos erreichen kann.

* **NB:** Der Inhalt der Veröffentlichung kann von Land zu Land abweichen, wenn das Zielpublikum unterschiedlich ist.

Zum Beispiel:

1. Eine zweisprachige Veranstaltung, die in Frankreich organisiert wird. Die Priorisierung der Informationen kann sich ändern: Die Interpretation ins Deutsche und alle anderen Informationen, die speziell für die deutsche Öffentlichkeit bestimmt sind, sollten in der Pressemitteilung für die deutsche Presse anders hervorgehoben werden.
2. Ein Neuankömmling in einem Forschungsteam in Deutschland wird in Frankreich nicht unbedingt dasselbe Interesse wecken.

6. Grenzüberschreitende Medienarbeit

Es gibt zwei Möglichkeiten: die Pressearbeit in jedem betroffenen Land mit jeder Medienstelle zu wiederholen oder diesen Vorgang je nach Art der Ereignisse oder Informationen abzuwechseln. In allen Fällen:

- erwägen Sie die Verteilung von zweisprachigen Pressemitteilungen.
- greifen Sie auf das Wissen, die Ressourcen und die Überprüfung der Partner im anderen Land zurück.

Bestimmte Informationen (wissenschaftliche Entdeckung, Leuchtturm Projekt, Neuigkeiten) können über die Grenzen des Oberrheins hinaus Interesse wecken. In diesem Fall sollten Sie sich an die nationalen Medien jedes Landes wenden.



7. Weitere Instrumente, die zur Verfügung gestellt werden: Pressekonferenz, Pressemappe und Presseübersicht.

Die Pressekonferenz/Pressegespräch ist ein Treffen, das mehreren Journalisten vorgeschlagen wird, um ihre Fragen zu beantworten, eine interessante Persönlichkeit oder einen Forscher zu interviewen.

Die Pressemappe ist ein vollständigeres Dokument, das die Merkmale des Projekts im Detail beschreibt.

Die Presseschau sammelt alle veröffentlichten Artikel, Sendungen, die sich mit dem Projekt befassen.

Tipps und Hinweise:

Die Säule Wissenschaft unterstützt Sie bei Ihrer Öffentlichkeitsarbeit:

- Mit einem monatlichen am Oberrhein erscheinenden Newsletter
- Einer Liste der grenzüberschreitend spezialisierten wichtigsten Medien und Kontakte
- Die Säule Wissenschaft und die Metropolregion Oberrhein haben sowohl eine breitere institutionelle Sichtbarkeit als auch die Fähigkeit, Pressemitteilungen an die zuständigen Ministerien und Behörden weiterzuleiten, die selbst von einem breiten Netzwerk profitieren.

Senden Sie uns Ihre Pressemitteilungen und Informationen über Ihre Projekte!