



Europäische
Kommission

EUROPÄISCHE WOCHE DER BERUFSBILDUNG



2018 | Informationsblatt
Medienbeziehungen

#DiscoverYourTalent

Beschäftigung,
Soziales und
Integration

Über das Informationsblatt Medienbeziehungen

Dieses Informationsblatt soll Akteuren und Partnern helfen, die im Rahmen der Europäischen Woche der Berufsbildung Werbung für ihre Veranstaltungen machen möchten. Mit diesem Informationsblatt erhältst du einen Überblick über die verschiedenen Kanäle, die du nutzen kannst, um das Bewusstsein für die Europäische Woche der Berufsbildung und die Vorteile der beruflichen Aus- und Weiterbildung (BAW) in Europa zu schärfen.

Dieses Informationsblatt enthält Folgendes:

- Tipps und Ratschläge für den Umgang mit den Medien und wie du dafür sorgen kannst, dass deine Story Aufmerksamkeit erlangt
- Eine Vorlage für eine Pressemitteilung zum Anpassen und Versenden
- Hinweise zur Recherche von Fakten und Zahlen
- Tipps für Medieninterviews

Warum du die Medien über deine Beteiligung an der Europäischen Woche der Berufsbildung informieren solltest

Die ersten beiden Europäischen Wochen der Berufsbildung waren sehr erfolgreich. Nun organisiert die Europäische Kommission die dritte Europäische Woche der Berufsbildung, um Aufmerksamkeit auf die berufliche Aus- und Weiterbildung (BAW) zu lenken. Die offizielle Woche in Wien findet vom 5. bis 9. November 2018 statt und von September bis Dezember 2018 werden überall in Europa Hunderte von berufsbildungsbezogenen Veranstaltungen organisiert.

Im Rahmen dieser Woche und der speziell dazu initiierten Kommunikationskampagne werden Berufsbildungseinrichtungen, Organisationen der Zivilgesellschaft, Behörden, Wirtschaftsverbände und die breite Öffentlichkeit zusammenkommen, um die berufliche Aus- und Weiterbildung (BAW) in Europa stärker ins Bewusstsein zu rücken. Durch diese Woche sollen die vielfältigen Möglichkeiten aufgezeigt werden, die die BAW jungen Menschen und Erwachsenen bietet, sowie der Wert, den die BAW für die Wirtschaft und für die Zukunft der Arbeit und Kompetenzen birgt.

Du kannst die Berichterstattung in den Medien zur Werbung für deine Veranstaltung nutzen und um den Zusammenhang zur Europäischen Woche der Berufsbildung herzustellen. Dies wird dazu beitragen, dass mehr Menschen wissen, dass deine Veranstaltung stattfindet und motiviert werden, daran teilzunehmen. Berichte in den Medien können außerdem dazu beitragen, deine Organisation über deine bestehenden Netzwerke hinaus bekannt zu machen und die Botschaft der Veranstaltung und der Woche zu verbreiten. Dies wird das Bewusstsein für dieses Thema schärfen und die Wahrnehmung der beruflichen Aus- und Weiterbildung verändern.

Folgende Arten von Medien könnten an der Europäischen Woche der Berufsbildung interessiert sind:

- **Lokalzeitungen, Websites und Blogs** können im Vorfeld deiner Veranstaltung oder Aktivität angegangen werden, um zur Teilnahme einzuladen. Eine gute Strategie wäre es hier, etwa zwei Wochen vor der Veranstaltung eine Presseerklärung herauszugeben und einige Tage zuvor nochmal eine Erinnerungsbenachrichtigung

zu versenden. Du kannst auch Medienzentren anrufen, von denen du gerne hättest, dass sie über deine Veranstaltung berichten, um Aufmerksamkeit auf deine Veranstaltung/Aktivität zu lenken. Der jeweilige Herausgeber oder der Kanal kann dann entscheiden, im Vorfeld der Veranstaltung einen Artikel zu bringen oder lieber an der Veranstaltung teilzunehmen und anschließend einen Bericht darüber zu schreiben.

- **Veranstaltungskalender** sind eine hervorragende Möglichkeit, zu deiner Veranstaltung einzuladen. Menschen hören oft gern von lokalen Veranstaltungen, die angeboten werden. Veranstaltungskalender haben jeweils ein eigenes Anforderungsprofil; d. h. du musst herauszufinden, wie du deine Veranstaltung am besten einreichst.
- **Überregionale Zeitungen** sind möglicherweise daran interessiert, etwas über die Woche und alle diesbezüglichen Veranstaltungen zu erfahren. Wenn du für die breite Öffentlichkeit relevante Fakten und Zahlen lieferst, Zitate einbindest und interessante Interviewmöglichkeiten wahrnimmst, kann dies dabei helfen, die Aufmerksamkeit solcher Zeitungen zu gewinnen.
- Auch die **Fachpresse** ist möglicherweise interessiert, etwas über die Woche zu erfahren. Diese solltest du so bald wie möglich ansprechen, da sich deren Redaktionskalender unter Umständen schon im Voraus füllt. Die Informationen, die du der Fachpresse lieferst, können durchaus fachspezifischer sein. Wenn du einen interessanten Experten zu Wort kommen lässt oder persönliche Aussagen von Beteiligten einbaust, erhöht dies die Chance auf einen Bericht.
- **Rundfunk und Fernsehen** können Interesse anmelden, insbesondere bei lebendigen und ungewöhnlichen Veranstaltungen, die einen guten Schauplatz für Dreharbeiten und Filmaufnahmen liefern.

Medienbeziehungen

Im Folgenden haben wir eine einfache Checkliste zusammengestellt, der du folgen kannst, um sicherzustellen, dass über deine Veranstaltung und die Europäische Woche der Berufsbildung berichtet wird. Im Anschluss daran findest du ausführliche Tipps und Ratschläge:

Medienbeziehungen – Checkliste

- ✓ Überlege dir, welche Medien du angehen möchtest
- ✓ Passe die Pressemitteilungsvorlage an die Informationen über deine Veranstaltung an
- ✓ Ergänze Informationen, die sich auf ein bestimmtes europäisches Land oder eine bestimmte Region beziehen und die deiner Meinung nach relevant sind
- ✓ Sammle Fotos, Zitate, Infografiken, die veröffentlicht werden können
- ✓ Überlege, wer für ein Interview bereitstehen könnte
- ✓ Versende die Pressemitteilung und die Fotos per E-Mail an Medienkontakte
- ✓ Fasse bei wichtigen Medien mit einem Telefonanruf nach
- ✓ Füge deinen Namen und deine Kontaktdaten ein, damit du Fragen beantworten kannst
- ✓ Sei am Tag der Veranstaltung vor Ort, um Journalisten zu begrüßen und sie interessanten Personen vorzustellen

WELCHE MEDIEN DU ANGEHEN SOLLTEST

In einem ersten Schritt solltest du herausfinden, welche Medien deinen Ort oder deine Region abdecken. Dann kannst du die Kontaktdaten der Journalisten heraussuchen, die über lokale Veranstaltungen, Beschäftigungs- und Bildungsthemen, Sozialpolitik oder europäische Angelegenheiten berichten, entweder indem du auf deren Website gehst oder die Pressestellen anrufst. Du kannst auch herausfinden, wie du deine Veranstaltung in deren Veranstaltungskalender aufnehmen lassen kannst.

Gute Kontakte sind der erste Schritt zu einer erfolgreichen Medienresonanz. Wenn deine Veranstaltung in Veranstaltungskalendern erscheint, erhöht dies auch deine Sichtbarkeit

Eine Pressemitteilung vorbereiten

Die beste Art und Weise, den Medien Informationen zu liefern, ist das Herausgeben einer Pressemitteilung. Wir empfehlen, die Pressemitteilungsvorlage der Europäischen Woche der Berufsbildung zu verwenden, die auf [der Website](#) heruntergeladen werden kann. Wähle die Vorlage für dein Land und füge einfach die entsprechenden Informationen über deine Veranstaltung sowie auf die Region zugeschnittene Informationen, die deiner Meinung nach relevant sind, ein.

Wann ist der richtige Zeitpunkt für eine Pressemitteilung?

Wie bereits oben erwähnt, kannst du die Pressemitteilung für lokale Medien und Tageszeitungen etwa zwei Wochen vor der Veranstaltung an die entsprechenden Journalisten senden. Eine gute Strategie wäre es, ein oder zwei Tage vor der Veranstaltung noch eine Erinnerungsbenachrichtigung zu senden. Für Fachpublikationen und Magazine kannst du die Pressemitteilung früher versenden, da deren Redaktionskalender anderenfalls möglicherweise schon voll ist. Du kannst deine Veranstaltung bis zu einem Monat im Voraus – je nachdem in welchem Rhythmus dieser geschaltet wird – auch bei einem Veranstaltungskalender einreichen.

Tipps zur Erstellung der Pressemitteilung

- ✓ Die wirklich wichtigen Informationen sollten zuerst genannt werden. Versuche stets, Fragen nach dem was, wer, wann, wo und warum zu beantworten
- ✓ Verwende kurze Sätze und eine dynamische Sprache
- ✓ Vermeide zu viel Fachsprache und erkläre Abkürzungen
- ✓ Vergiss nicht, Zitate und Zahlen einzubinden
- ✓ Sende ein Foto, das die Journalisten verwenden können (denke daran, dass du über die erforderliche Erlaubnis verfügen musst)
- ✓ Gib für Rückfragen deine Kontaktdaten an

Nachfasserufe

Journalisten erhalten jeden Tag viele Pressemitteilungen. Daher kann ein Telefonanruf helfen, ihre Aufmerksamkeit auf deine Pressemitteilung zu lenken und dir Gelegenheit

geben, ihnen deine Story „zu verkaufen“. Du kannst bei dieser Gelegenheit auch erfragen, ob sie spezielle Anforderungen haben.

DEINE PRESSEMITTEILUNG LEBENDIG GESTALTEN

Ziel deiner Pressemitteilung ist es, den Journalisten relevante und berichtenswerte Informationen sowie zusätzliches Material zu liefern, das sie veröffentlichen können, wie z. B. Fotos, Zitate, Infografiken, Fakten und Zahlen.

- **Fotos:** Das können Fotos sein, die bei der Veranstaltung aufgenommen wurden; du kannst aber auch Fotos aus dem Archiv verwenden, wenn du die Pressemitteilung vor deiner Veranstaltung versendest. Stelle sicher, dass du alle erforderlichen Einwilligungen für die Fotos einholst, bevor du sie an die Journalisten sendest.
- **Zitate:** Es ist empfehlenswert, ein Zitat in deine Pressemitteilung mit aufzunehmen. Dieses kann von Rednern bei deiner Veranstaltung, Experten deiner Organisation oder aus Erfahrungsberichten von Lernenden stammen.
- **Fakten und Zahlen über die BAW:** Diese können regional, länderspezifisch oder europaweit sein.

TIPPS ZUR RECHERCHE VON FAKTEN UND ZAHLEN

Möglicherweise hat deine Organisation Zugang zu interessanten und relevanten Fakten und Zahlen. Alternativ haben wir dir einige europäische Ressourcen für länderspezifische Fakten und Zahlen zusammengestellt, die du vielleicht hilfreich findest. Denke daran, stets die Quelle anzugeben:

- [Monitor für die allgemeine und berufliche Bildung 2017](#) – 28 Länderberichte (GD Bildung und Kultur)
- [VET-in-Europe country reports](#) (Länderberichte zur BAW in Europa) (Cedefop)
- [TVET-Datenbank – Länderprofile](#) (UNEVOC, Internationales Berufsbildungszentrum, UNESCO)
- [\(UOE-\) Bildungsdatenbank](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- [Berufsbildungsstatistik](#) (EUROSTAT)

Du kannst es außerdem bei den nationalen BAW-Agenturen oder beim Ministerium/dem Fachbereich für Bildung oder Arbeit in deinem Land versuchen, da sie mit aller Wahrscheinlichkeit Berufsbildungsberichte vorliegen haben.

EUROSTAT ist eine geeignete Quelle für statistische Daten auf europäischer wie auch auf nationaler Ebene:

- In Europa lernen 49 % der Schüler der Sekundarstufe II an einer berufsbildenden Schule (2016)
- Die Beschäftigungsquote der BAW-Jungabsolventen¹ beträgt in Europa 74,8 % (2017)
- Der Prozentsatz an geringqualifizierten Erwachsenen² beträgt in Europa 22,5 % (2017)
- 72,2 % der Unternehmen in der EU bieten ihren Mitarbeitern eine berufliche Weiterbildung (2015)
- 10,9 % der Bevölkerung Europas nehmen an der Erwachsenenbildung teil (2017)

¹ Im Alter von 15-34 Jahren, [Eurostat](#)

² Abschlüsse höchstens im Primarbereich oder unteren Sekundarbereich, [Eurostat](#)

BEZIEHUNGEN ZU JOURNALISTEN

Eine gute Beziehung zu Journalisten aufzubauen, verschafft Medienresonanz. Neben der Herausgabe der Pressemitteilung kannst sie anrufen und einladen, einen Artikel über deine Veranstaltung zu schreiben. Frage sie nach speziellen Anforderungen und sende ihnen einige Tage vor der Veranstaltung eine Erinnerung. Am Tag der Veranstaltung solltest du eine Person dafür abstellen, sie zu begrüßen und sicherzustellen, dass sie alle Informationen haben, die sie brauchen. Es empfiehlt sich, einige Kopien der Broschüre zur Europäischen Woche der Berufsbildung auszudrucken und zu verteilen. Die Broschüre ist auf der Website zu finden.

TIPPS FÜR ERFOLGREICHE INTERVIEWS

Interviews können persönlich bei der Veranstaltung, übers Telefon oder per E-Mail geführt werden. Im Falle einer Interviewanfrage solltest du folgende Tipps beachten:

- Liefere dem Journalisten einige Hintergrundinformationen zu deiner Organisation und zur Europäischen Woche der Berufsbildung. Informationen über die Woche, Hintergrundinformationen und die Themen des Jahres 2018 kannst du auf der Website der Europäischen Woche der Berufsbildung einsehen.
- Überlege dir vorher, was du sagen möchtest. Du kannst ein paar Notizen machen, die dir als Stütze während des Interviews dienen.
- Konzentriere dich auf die Kernbotschaften, die du übermitteln möchtest, und nenne die wichtigsten Punkte zuerst.
- Sei prägnant und verwende Beispiele und persönliche Geschichten, damit deine Story Aufmerksamkeit erzeugt.
- Hinterlasse deine Kontaktdaten, falls der Reporter einige Informationen überprüfen muss.
- Vielleicht möchtest du das Interview mit einer anderen Person organisieren, wie z. B. einem Redner bei deiner Veranstaltung oder mit jemandem, der seine persönlichen Erfahrungen schildern kann. In diesem Fall solltest du dir Gedanken machen, welche Person sich am besten für ein Interview eignet. Frage die betreffende Person vorher, ob es in Ordnung ist, dass sie von der Presse kontaktiert wird, und erkläre kurz, über was sie sprechen soll, und was die Kernbotschaften der Woche sind. Vereinbare mit dem Journalisten einen Termin, an dem er anruft oder vorbeikommt.

Nützliche Tools

Du kannst die Pressemitteilungsvorlage der Europäischen Woche der Berufsbildung verwenden, die auf [der Website](#) abrufbar ist, um für deine Veranstaltung zu werben. Dort findest du eine allgemeine Vorlage auf Englisch und eine in deiner Landessprache. Um die Vorlage verwenden zu können, musst du lediglich die speziellen Informationen zu deiner Aktivität eintragen und eventuell mit lokalen Informationen ergänzen, die deiner Meinung nach relevant sind. Die meisten Medienorganisationen erhalten Pressemitteilungen lieber im Text einer E-Mail-Nachricht als im Anhang. Daher solltest du die Pressemitteilung kopieren und vor dem Versand in eine E-Mail einfügen.

Fragen und Antworten

Wie kann ich meine Story für die Medien ansprechender gestalten?

Bedenke, dass Journalisten Geschichten aus dem wahren Leben mögen. Wenn du persönliche Geschichten, Zitate und Zahlen einbindest, hebt sich deine Pressemitteilung von der Masse ab.

Stellt die Europäische Kommission Kontaktinformationen für Medien bereit?

Nein. Da die Woche und die dazugehörige Kampagne in den 28 Mitgliedstaaten, im EWR und in Beitrittsländern stattfindet, ist dies nicht möglich. Dieses Informationsblatt liefert jedoch Ratschläge zur Erstellung einer geeigneten Mediendatenbank und Tipps für den Aufbau guter Beziehungen zu Journalisten.

Wen könnte ich für weitere Fragen kontaktieren?

Du kannst uns unter info@vocationalskillsweek.eu eine E-Mail senden oder uns anrufen: +44 (0)207 444 4264. Alternativ kannst du uns auf sozialen Medien über nachfolgende Konten kontaktieren.

Kontaktiere uns

Wir sind dir bei Fragen zu deinen Medienbeziehungen gerne behilflich.

E-Mail: info@vocationalskillsweek.eu

Telefon: +44 (0)207 444 4264

Twitter: @EU_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Facebook: @socialeurope, @EuropeanYouthEU