



Europese
Commissie

EUROPESE WEEK VAN BEROEPSVAARDIGHEDEN



2018 | Toolkit Mediarelaties

#DiscoverYourTalent

*Werkgelegenheid,
sociale zaken en
inclusie*

Over de Toolkit Mediarelaties

Als u een belanghebbende en partner van de Europese Week van Beroepsvaardigheden bent en uw evenementen wilt promoten, is deze toolkit iets voor u. Deze toolkit leidt u door de verschillende mediakanalen die u kunt gebruiken om het bewustzijn over de Europese Week van Beroepsvaardigheden en de voordelen van beroepsonderwijs en -opleiding (VET) in heel Europa te vergroten.

Deze toolkit biedt:

- Tips en advies over het benaderen van de media en hoe u uw verhaal in het oog kunt laten springen
- Een persberichtenmodel dat u kunt aanpassen en verzenden
- Bronnen van feiten en cijfers
- Tips voor het afnemen van media-interviews

Waarom de media vertellen over uw betrokkenheid bij de Europese Week van Beroepsvaardigheden?

De eerste twee Europese Weken van Beroepsvaardigheden waren succesvol en de Europese Commissie organiseert de derde Europese Week van Beroepsvaardigheden om het bewustzijn over beroepsonderwijs en -opleiding (VET) te vergroten. De officiële Week vindt plaats in Wenen van 5-9 november 2018 en honderden evenementen in verband met beroepsonderwijs en -opleiding worden van september tot december 2018 in heel Europa georganiseerd.

De Week en de bijbehorende communicatiecampagne brengt aanbieders van onderwijs en opleiding, maatschappelijke organisaties, overheden, bedrijfsorganisaties en het bredere publiek samen om het beroepsonderwijs en de beroepsopleiding in heel Europa beter te profileren. De Week wil de vele mogelijkheden die beroepsonderwijs en -opleiding aan jongeren en volwassenen kan bieden en de waarde die beroepsonderwijs en -opleiding bieden aan de economie en de toekomst van werk en vaardigheden onder de aandacht brengen.

U kunt de media-aandacht gebruiken om uw evenement te promoten en te laten zien hoe het past in de Europese Week van Beroepsvaardigheden. Dit zal ertoe bijdragen dat meer mensen zich ervan bewust worden dat uw evenement plaatsvindt en hen motiveren om aanwezig te zijn. Media-aandacht kan ook helpen om uw organisatie buiten uw bestaande netwerken te profileren en de boodschap van het evenement en de Week wijd en zijd te verspreiden. Dit zal helpen om het bewustzijn te vergroten en de perceptie van beroepsonderwijs en -opleiding in uw land te veranderen.

De soorten media die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in de Europese Week van Beroepsvaardigheden:

- In de aanloop naar uw evenement of activiteit kunt u **lokale kranten, websites en blogs** benaderen om mensen tot deelname aan te sporen. Een persbericht ongeveer twee weken voor het evenement, plus een herinnering een paar dagen daarvoor is hiervoor een goede aanpak. U kunt ook telefonisch contact opnemen met alle mediacentra waarvan u graag zou willen dat ze uw evenement of activiteit onder de aandacht brengen. Het mediacentrum kan besluiten om voorafgaand aan het event verhaal te doen of zij kunnen er de voorkeur aan geven om de dag zelf bij te wonen en op basis hiervan een verhaal te schrijven.

- **Evenementenkalenders** zijn uitermate geschikt om mensen aan te sporen naar uw evenement te komen. Mensen zijn vaak benieuwd naar lokale evenementen die plaatsvinden. Iedere kalender is weer anders en daarom moet u wat onderzoek doen naar hoe uw evenement het beste naar voren gebracht kan worden.
- **Nationale kranten** zijn misschien geïnteresseerd zijn om te horen over de Week en alle evenementen die plaatsvinden. Het verstrekken van feiten en cijfers die relevant zijn voor een algemeen publiek, citaten en interessante interview mogelijkheden kunnen helpen om interesse te wekken voor deze publicaties.
- Ook **Gespecialiseerde media** kunnen geïnteresseerd zijn om over de Week te horen. U moet deze zo vroeg mogelijk benaderen, omdat hun redactionele agenda's misschien al eerder ingevuld zijn. De informatie die u aan deze media verstrekt kan van meer technische aard zijn. Het delen van een interessante getuigenis van een expert kan helpen om de media tot publicatie over te halen.
- Misschien zijn **Radio en TV** geïnteresseerd, met name in meer levendige en ongewone events die uit nodigen tot verfilming en opname.

Mediarelaties

Hier is een eenvoudige checklist die u kunt hanteren om media-aandacht te krijgen voor uw evenement en de Europese Week van Beroepsvaardigheden Meer gedetailleerde tips en advies:

Mediarelaties - checklist

- ✓ Bepaal welke media u wilt benaderen
- ✓ Pas het ontwerp-persbericht aan met informatie over uw evenement
- ✓ Voeg voor elk Europees land of Europese regio specifieke informatie toe die volgens u relevant is
- ✓ Verzamel foto's, citaten en infographics om te publiceren
- ✓ Denk na over wie u kunt interviewen
- ✓ E-mail het persbericht en de foto's naar contactpersonen in de media
- ✓ Volg dit op met een telefoontje naar belangrijke media
- ✓ Vermeld uw naam en contactgegevens zodat u vragen kunt beantwoorden
- ✓ Zorg ervoor dat u aanwezig bent om journalisten op de dag zelf welkom te heten en hen voor te stellen aan interessante personen

WELKE MEDIA TE BENADEREN?

Allereerst moet u vaststellen welke media uw lokale of regionale nieuws brengen. De contactgegevens van de journalisten die zich bezighouden met lokale evenementen, werkgelegenheids- en onderwijskwesties, sociaal beleid of Europese zaken kunt u vinden op hun website of via de mediabureaus. U kunt daar ook zien hoe u uw evenement in hun evenementenkalender kunt laten opnemen.

Een goede contactlijst is de eerste stap voor succesvolle media-aandacht. Door uw evenement in de evenementenkalenders op te laten nemen, krijgt u ook meer zichtbaarheid.

Bereid een persbericht voor

De beste manier om informatie te verstrekken aan de media is door het sturen van een persbericht. Wij raden u aan het model voor de Europese Week van Beroepsvaardigheden te gebruiken die beschikbaar is op [de website](#). Kies het model van uw land en vul vervolgens eenvoudigweg de informatie over uw evenement en eventuele regio-specifieke informatie in die u relevant vindt.

Wanneer moet u het persbericht verzenden

Zoals eerder aangegeven, kunt u voor lokale media en dagbladen het persbericht ongeveer twee weken voor het evenement naar de betreffende journalisten sturen. Het is een goed idee om ook een dag of twee voor het evenement een herinnering te sturen. Voor vakpublicaties en tijdschriften kunt u het persbericht eerder versturen, omdat hun redactionele kalender op voorhand volgeboekt kan zijn. U kunt uw evenement ook tot een maand van tevoren aanmelden voor een evenementenkalender, afhankelijk van de opzet van elke kalender.

Tips voor het opstellen van het persbericht

- ✓ Zet de echt belangrijke informatie op de eerste plaats. Probeer altijd te antwoorden op wat, wie, wanneer, waar en waarom
- ✓ Gebruik korte zinnen en dynamische taal
- ✓ Vermijd te specialistische taal en leg afkortingen uit
- ✓ Vergeet niet om citaten en cijfers op te nemen
- ✓ Stuur een foto die de journalisten kunnen gebruiken (vergeet niet dat u over de nodige toestemmingen moet beschikken)
- ✓ Vermeld uw contactgegevens voor vragen

Opvolgingsoproepen

Journalisten ontvangen dagelijks veel persberichten, daarom kan een telefoontje helpen om hun aandacht te vestigen op uw persbericht en zo uw kansen te vergroten om uw verhaal te verkopen. U kunt ook van hen vernemen of er speciale vereisten zijn.

UW PERSBERICHT TOT LEVEN BRENGEN

Het doel van uw persbericht is om journalisten te voorzien van zowel relevante en nieuwswaardige informatie als elk aanvullend materiaal dat zij kunnen publiceren, zoals foto's, citaten, infographics, feiten en cijfers.

- **Foto's:** Dit kunnen foto's zijn die genomen zijn op uw evenement of u kunt foto's gebruiken uit uw archief, als u uw persbericht vóór uw evenement indient. Zorg ervoor dat u alle nodige foto-rechten krijgt voordat u deze naar de journalisten stuurt.
- **Citaten:** Het is een goed idee om een citaat op te nemen in uw persbericht. Dat kunnen citaten zijn van sprekers op uw evenement, experts uit uw organisatie of getuigenissen van lerenden.
- **Feiten en cijfers over beroepsonderwijs en -opleiding:** Deze kunnen regionaal of landspecifiek zijn of voor de hele EU gelden.

ADVIES OVER HET VERGAREN VAN FEITEN EN CIJFERS

Het is mogelijk dat uw organisatie aan interessante en relevante feiten en cijfers kan komen. Als dat niet zo is, dan vindt u hier enkele Europese bronnen van landspecifieke feiten en cijfers die u misschien nuttig vindt. Vergeet niet altijd de bron te vermelden:

- [Education and Training Monitor 2017](#) - 28 landenverslagen (DG EAC)
- [VET-in-Europe country reports](#) (Cedefop)
- [TVET Database – country profiles](#) (UNEVOC, Internationaal Centrum voor technisch en beroepsonderwijs en -opleiding, UNESCO)
- [\(UOE\) Education database](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- [Statistieken over beroepsonderwijs en -opleiding](#) (EUROSTAT)

U kunt ook de nationale bureaus voor beroepsonderwijs en -opleiding, het ministerie/departement voor onderwijs of arbeid in uw land benaderen, aangezien zij waarschijnlijk nationale rapporten over beroepsonderwijs en -opleiding hebben.

EUROSTAT is een goede bron van statistieken op Europees en nationaal niveau, bijvoorbeeld:

- 49% van de leerlingen van het hoger secundair onderwijs in Europa neemt deel aan het hoger secundair beroepsonderwijs en -opleiding (2016)
- De arbeidsparticipatie van pas afgestudeerden van beroepsonderwijs en -opleiding¹ in Europa is 74,8% (2017).
- Het percentage laaggekwalificeerde volwassenen² in Europa is 22,5% (2017)
- 72,2% van de bedrijven in de EU voorzag in bij- en nascholing van hun werknemers (2015)
- 10,9% van de Europese bevolking neemt deel aan volwasseneneducatie (2017)

RELATIES MET JOURNALISTEN

Het opbouwen van een goede relatie met journalisten helpt bij het verkrijgen van berichtgeving. Naast het versturen van het persbericht, kunt u hen bellen en hen uitnodigen om uw evenement te verslaan. Zorg ervoor dat u hen vraagt naar specifieke vereisten die zij eventueel hebben en dat u hen enkele dagen voor het evenement een herinnering stuurt. Zorg ervoor dat zodra de dag van het evenement aanbreekt, u een aangewezen persoon heeft om hen te verwelkomen en ervoor te zorgen dat ze alle benodigde informatie krijgen. Het kan een goed idee zijn om een aantal exemplaren van de brochure over de Europese Week van Beroepsvaardigheden uit te delen. De brochure is te vinden op de website.

TIPS VOOR SUCCESVOLLE INTERVIEWS

Interviews kunnen face-to-face worden afgenomen tijdens het evenement, via de telefoon of per e-mail. In het geval van een interviewverzoek zijn er een aantal basistips om in gedachten te houden:

- Voorzie de journalist van achtergrondinformatie over uw organisatie en de Europese Week van Beroepsvaardigheden. Informatie over de Week, de achtergrond ervan en

¹ Leeftijd 15-34 jaar, [Eurostat](#)

² Minder dan basis-, basis- en lager secundair onderwijs, [Eurostat](#)

de thema's voor 2018 vindt u op de website van de Europese Week van Beroepsvaardigheden.

- Beslis vooraf wat u wilt zeggen. U kunt een paar aantekeningen maken om u te helpen tijdens het interview
- Focus op de belangrijkste boodschappen die u wilt geven en presenteer eerst uw belangrijkste punten
- Wees beknopt en gebruik voorbeelden en persoonlijke verhalen om het verhaal te laten opvallen
- Laat uw contactgegevens achter voor het geval dat de reporter bepaalde informatie nog eens wil controleren
- Misschien wilt u het interview met iemand anders houden, zoals met een spreker op uw evenement of iemand die een getuigenis kan geven. Beslis in dat geval wie de beste persoon is om te interviewen. Vraag hen of de pers hen mag contacteren, vertel hen waarover ze moeten praten en over de belangrijkste boodschappen van de Week. Regel een tijdstip voor de journalist om te bellen of elkaar te ontmoeten.

Tools om te gebruiken

U kunt gebruik maken van het persberichtmodel van de Europese Week van de Beroepsvaardigheden dat beschikbaar is op [de website](#) om uw evenement te promoten. U kunt een algemeen model in het Engels en in uw nationale taal vinden. Om het model te gebruiken moet u gewoon de specifieke informatie met betrekking tot uw activiteit invullen en alle lokale informatie toevoegen die u relevant vindt. De meeste media organisaties geven de voorkeur aan het ontvangen van persberichten in de tekst van een e-mail, in plaats van als bijlage, dus kopieer en plak het persbericht in een e-mail voordat u het verstuurt.

Veelgestelde vragen

Hoe kan ik mijn verhaal aantrekkelijker maken voor de media?

Houd er rekening mee dat journalisten van echte levensverhalen houden. Met persoonlijke verhalen, citaten en cijfers zal uw persbericht opvallen.

Verstrekt de Europese Commissie de contactgegevens van de media?

Nee - aangezien de Week en de bijbehorende campagne in de 28 lidstaten, de EER-landen en de kandidaat-lidstaten plaatsvindt, is dit niet mogelijk. Deze toolkit geeft echter wel advies over het opzetten van een goede mediadatabank en tips voor het opbouwen van een sterke relatie met journalisten.

Ik heb nog enkele vragen, met wie kan ik contact opnemen?

U kunt ons hier mailen op info@vocationalskillsweek.eu of ons bellen op +44 (0)207 444 4264. U kunt ook contact met ons opnemen via de sociale media, via onderstaande accounts.

Contacteer ons

Wij helpen u graag verder met al uw vragen over uw activiteiten betreffende mediarelaties.

Email: info@vocationalskillsweek.eu

Telefoon: +44 (0)207 444 4264

Twitter: @EU_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Facebook: @socialeurope, @EuropeanYouthEU