



Europeiska  
kommissionen

# EUROPEISKA VECKAN FÖR YRKESKOMPETENSER



**2018** | **Verktyg för medierelationer**

**#DiscoverYourTalent**

Sysselsättning,  
socialpolitik och  
inkludering

## Om verktyg för medierelationer

Du behöver dessa verktyg om du vill marknadsföra dina evenemang i egenskap av berörd partner i den europeiska veckan för yrkeskompetenser. Dessa verktyg beskriver de olika mediekanaler du kan använda för att öka medvetenheten om den europeiska veckan för yrkeskompetenser och fördelarna med yrkesutbildning och praktik (VET) i hela Europa.

Verktygsinnehåll:

- Tips och råd om hur du kontaktar medier och fångar deras intresse
- En mall för pressmeddelanden som du kan utforma vidare och skicka ut
- Källor till fakta och statistik
- Tips om intervjuer i medier

## Varför bör du informera medierna om ditt deltagande i den europeiska veckan för yrkeskompetenser?

Eftersom de två första europeiska veckorna för yrkeskompetenser var så framgångsrika, organiserar Europeiska kommissionen nu en tredje europeisk vecka för yrkeskompetenser i syfte att öka medvetenheten om yrkesutbildning och praktik (VET). Den officiella veckan i Wien äger rum den 5–9 november 2018, och hundratals VET-relaterade evenemang kommer att hållas över hela Europa mellan september och december 2018.

Veckan och den tillhörande kommunikationskampanjen för samman utbildningsleverantörer, civila samhällets organisationer, myndigheter, näringslivsorganisationer och den bredare allmänheten i syfte att stärka yrkesutbildningens profil i hela Europa. Syftet med veckan är att visa upp de många möjligheter som VET innebär för både ungdomar och vuxna samt det värde som VET tillför ekonomin, framtida arbetstillfällen och yrkeskompetenser.

Skapa uppmärksamhet i media för ditt evenemang och visa vilken viktig roll det spelar för den europeiska veckan för yrkeskompetenser. På så sätt blir allt fler personer medvetna om ditt evenemang och uppmuntras att delta. Uppmärksamhet i media kan även stärka din organisations profil och sprida budskapet om evenemanget och veckan utanför dina befintliga nätverk. Detta ökar medvetenheten och ändrar inställningen till yrkesutbildning och praktik i ditt land.

Medier som kan vara intresserade av den europeiska veckan för yrkeskompetenser:

- **Lokaltidningar, webbplatser och bloggar** kan kontaktas när du vill locka besökare till ett kommande evenemang eller en aktivitet. Du bör skicka ett pressmeddelande ungefär två veckor före evenemanget och en påminnelse några dagarna innan evenemanget startar. Du kan även locka besökare genom att ringa media och föreslå ett inslag om ditt evenemang. Publikationen eller kanalen kan besluta sig för att göra ett inslag om förberedelserna eller täcka evenemanget genom ett besök under själva dagen.
- **Listor över evenemang** är ett bra sätt att locka besökare till ditt evenemang. Lokalbefolkningen är ofta intresserade att få vetskap om kommande lokala evenemang. Eftersom varje lista har ett specifikt syfte bör du överväga det bästa sättet att marknadsföra ditt evenemang.
- **Rikstidningar** kan vara intresserade av veckan och alla de evenemang som äger rum. Fakta och annan information som är relevanta för en allmän publik, citat och intressanta intervjuer kan öka intresset i dessa publikationer.

- **Facktidsskrifter** kan också intresseras för veckan. Vänd dig till dem så snart som möjligt eftersom tidskrifternas innehåll kan beslutas långt i förväg. Den information du lämnar till sådana tidskrifter kan vara mer teknisk i sitt innehåll. Tillgång till en intressant expert eller erfaren betraktare kan öka chansen till medietäckning.
- **Radio och TV** kan bli intresserade, särskilt av mer livliga och ovanliga evenemang som ger bra bakgrund till visuella rapporter.

## Medierelationer

Här är en enkel checklista som du kan följa för att få täckning för ditt evenemang och den europeiska veckan för yrkeskompetenser. Den följs av mer detaljerade tips och råd:

### Medierelationer – checklista

- ✓ Bestäm dig för vilka medier du vill kontakta
- ✓ Anpassa mallen för pressmeddelande med information om ditt evenemang
- ✓ Lägg till europeisk lands- eller regionsspecifik information som du tycker är relevant
- ✓ Samla in foton, citat och infografik som kan publiceras
- ✓ Fundera över vilka personer som kan föreslås för intervjuer
- ✓ E-posta pressmeddelandet och foton till mediekontakter
- ✓ Följ upp med telefonsamtal till viktiga medier
- ✓ Bifoga namn och kontaktinformation så att du kan svara på frågor
- ✓ Välkomna journalister på själva dagen och presentera nyckelpersoner för dem

## VILKA MEDIER SKA DU KONTAKTA?

Det första steget är att identifiera vilka medier som täcker ditt lokala eller regionala område. Därefter bör du skaffa kontaktuppgifter till journalister som täcker lokala evenemang, sysselsättning och utbildning, socialpolitik eller Europafrågor genom att besöka journalisters webbplatser eller ringa deras kontor. Du kan även undersöka hur information om dina aktiviteter kan placeras på journalisternas listor över engagemang.

En bra kontaktlista är första steget till god medietäckning. Att få in evenemang på listor ger dig ökad synlighet

### Förbereda ett pressmeddelande

Det bästa sättet att ge information till medier är att skicka ett pressmeddelande. Vi rekommenderar att du använder den europeiska veckan för yrkeskompetensers mall för pressmeddelanden som finns på [webbplatsen](#). Välj mallen för ditt land och ange sedan informationen om ditt evenemang och eventuell regionsspecifik information som du tycker är relevant.

### Tidpunkt för att skicka in pressmeddelandet

Som framgår ovan kan du skicka pressmeddelandet till relevanta journalister på lokala medier och dagstidningar cirka två veckor innan evenemanget startar. Det är också en bra

ide att skicka in en påminnelse ett par dagar före evenemanget. Vad gäller facktidningar och tidskrifter bör du skicka pressmeddelandet tidigare eftersom innehållet i tidningarna kan fastställas långt i förväg. Du kan även skicka din information till personer som handhar listor över evenemang upp till en månad i förväg, beroende på listornas publiceringstakt.

#### Tips om pressmeddelandets innehåll

- ✓ Uppge den viktigaste informationen först. Försök alltid att svara på frågan vad, vem, när, var och varför
- ✓ Använd korta meningar och dynamiskt språk
- ✓ Undvik specialiserat språk och förklara eventuella förkortningar
- ✓ Kom ihåg att använda citat och statistik
- ✓ Skicka in ett foto som journalisterna kan använda (glöm inte att inhämta nödvändiga tillstånd)
- ✓ Uppge dina kontaktuppgifter så att du kan svara på frågor

#### Uppföljningssamtal

Journalister får många pressmeddelanden varje dag, så ett telefonsamtal kan få dem att fokusera på just ditt pressmeddelande och ge dig större möjlighet att marknadsföra din aktivitet. Du kan även ta tillfället i akt att fråga om de har några särskilda krav.

## GE LIV ÅT DITT PRESSMEDDELANDE

Syftet med ditt pressmeddelande är att förse journalister med relevant information som har ett nyhetsvärde samt eventuellt ytterligare material som kan publiceras, t.ex. foton, citat, infografik, fakta och statistik.

- **Foton:** Du kan använda foton av evenemanget eller (om du skickar ditt pressmeddelandet innan ditt evenemang startar) foton som du har i ditt arkiv. Var noga med att inhämta nödvändiga tillstånd innan du skickar foton till journalister.
- **Citat:** Du bör inkludera ett citat i ditt pressmeddelande. Citat kan hämtas från talare vid ditt evenemang, experter från din organisation eller studerande som berättar om sina erfarenheter.
- **Fakta och statistik om yrkesutbildning och praktik:** Dessa uppgifter kan vara regionala, landsspecifika eller EU-omfattande.

## RÅD OM KÄLLOR FÖR FAKTA OCH STATISTIK

Din organisation kan ha tillgång till intressanta och relevanta fakta och statistikuppgifter. Nedan anges några europeiska källor till landsspecifika fakta och statistikuppgifter som också kan vara till hjälp. Kom ihåg att alltid uppge källan:

- [Utbildningsöversikt 2017 – 28 landsrapporter \(DG EAC\)](#)
- [Landsrapporter om yrkesutbildning i Europa \(Cedefop\)](#)
- [TVET-databas – landsprofiler](#) (UNEVOC, International Centre for Technical and Vocational Education and Training, UNESCO)
- [\(UOE\) Databas för utbildning](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- [Yrkesutbildning och utbildningsstatistik](#) (EUROSTAT)

---

Du kan även ta kontakt med nationella yrkesutbildningsmyndigheter, ministeriet/departementet för utbildning eller arbetsmarknadsfrågor – de förfogar med största sannolikhet över nationella rapporter om yrkesutbildning och praktik.

EUROSTAT är en värdefull källa för statistik både på europeisk och nationell nivå. Exempel:

- 49 % av gymnasieeleverna i Europa deltar i gymnasial yrkesutbildning (2016)
- Sysselsättningsgraden för nyexaminerade elever på yrkesutbildningsprogram <sup>1</sup> i Europa är 74,8 % (2017)
- Procentandelen lågkvalificerade vuxna<sup>2</sup> i Europa är 22,5 % (2017)
- 72,2 % av företagen i EU tillhandahöll fortlöpande yrkesutbildning till sina anställda (2015)
- 10,9 % av Europas befolkning deltar i vuxenutbildning (2017)

## RELATIONER MED JOURNALISTER

Chansen att få täckning ökar om du bygger en god relation med journalister. I samband med att du skickar pressmeddelandet kan du även ringa upp och bjuda in journalisterna att täcka ditt evenemang. Kom ihåg att fråga om de har några specifika krav och att skicka dem en påminnelse några dagar före evenemanget. Under evenemangets första dag ska det finnas en utsedd person som välkomna dem och se till att de har all den information de behöver. Det kan vara bra att skriva ut och dela ut kopior på broschyren om den europeiska veckan för yrkeskompetenser. Broschyren finns på webbplatsen.

## TIPS OM FRAMGÅNGSRIKA INTERVJUER

Intervjuer kan göras öga mot öga under evenemanget eller via telefon och e-post. Vid en begäran om en intervju ska du ha följande grundläggande tips i åtanke:

- Förse journalisten med bakgrundsinformation om din organisation och den europeiska veckan för yrkeskompetenser. Information om veckan, dess bakgrund och teman för 2018 finns på webbplatsen för den europeiska veckan för yrkeskompetenser.
- Bestäm i förväg vad du ska säga. Gör några anteckningar som hjälper dig under intervjun
- Fokusera på de viktigaste budskapen du vill förmedla och ta upp dina huvudsakliga punkter först
- Var kortfattad och använd exempel och personliga erfarenheter som gör ditt budskap intressant
- Lämna dina kontaktuppgifter så att journalisten vid behov kan dubbelkolla din information
- Du kanske hellre vill att en talare på, eller en person med erfarenhet av, evenemanget låter sig intervjuas. Om så är fallet, måste du bestämma vem som är den bästa personen för uppgiften. Ta reda på om personen vill bli kontaktad av pressen och gå sedan igenom vad personen ska prata om, inklusive veckans viktigaste budskap. Boka tid för samtalet eller mötet med journalisten.

---

<sup>1</sup> Ålderskategori 15–34, [Eurostat](#)

<sup>2</sup> Utbildningsnivå lägre än grundskoleutbildning, [Eurostat](#)

---

## Verktyg du kan använda

Du kan använda den europeiska veckan för yrkeskompetensers mall för pressmeddelanden på [webbplatsen](#) för att marknadsföra ditt evenemang. Det finns en allmän mall på engelska och en på ditt nationella språk. Om du vill använda mallen behöver du endast ange den information som avser din aktivitet och lägga till lokal information som du anser är relevant. Eftersom de flesta medieorganisationer föredrar pressmeddelanden som brödtext i ett e-postmeddelande (inte som bilaga), ska du kopiera och klistra in pressmeddelandet i ett e-postmeddelande innan du skickar det.

## Vanliga frågor

### Hur får jag mitt budskap att låta mer attraktivt för media?

Tänk på att journalister är intresserade av erfarenheter som är hämtade ur verkligheten. Personliga erfarenheter, citat och statistik kommer att få ditt pressmeddelande att låta mer intressant.

### Tillhandahåller Europeiska kommissionen kontaktuppgifter till medier?

Nej – det är helt enkelt inte möjligt eftersom veckan och den tillhörande kampanjen äger rum i 28 medlemsstater, EES och kandidatländerna. Dessa verktyg ger dig dock råd om hur du skapar en bra mediedatabas och tips på hur du skapar starka relationer med journalister.

### Jag har några ytterligare frågor. Vem kan jag kontakta?

Du kan skicka e-post till oss på [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu) eller ringa oss på +44 (0)207 444 4264. Du kan även kontakta oss på sociala medier via kontona nedan.

## Kontakta oss

Vi hjälper gärna till med alla frågor du kan ha om dina medierelationer.

**E-post:** [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu)

**Telefon:** +44 (0)207 444 4264

**Twitter:** @EU\_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU