



Europa-  
Kommissionen

# EUROPÆISK UGE FOR ERHVERVSKOMPETENCER



**2018** | Værktøjskasse til PR

**#DiscoverYourTalent**

Beskæftigelse,  
Sociale Anliggender,  
Arbejdsmarkedsfor-  
hold og Inklusion

## Om værktøjskassen til PR

Denne værktøjskasse er til dig, som er interessant og samarbejdspartner for den europæiske uge for erhvervskompetencer, og som ønsker at promovere dine arrangementer. Værktøjskassen fører dig igennem de forskellige mediekkanaler, som du kan bruge til at øge kendskabet til den europæiske uge for erhvervskompetencer og fordelene ved erhvervsuddannelser i hele Europa.

Værktøjskassen indeholder:

- Tips og råd til henvendelser til medier, og hvordan du får din historie til at skille sig ud.
- En skabelon til pressemeddelelser, som du kan tilpasse og sende ud.
- Kilder til fakta og tal.
- Tips til at udføre medieinterviews.

## Hvorfor skal du fortælle medierne om din deltagelse i den europæiske uge for erhvervskompetencer?

De to første europæiske uger for erhvervskompetencer var vellykkede, og Europa-Kommissionen afholder nu den tredje europæiske uge for erhvervskompetencer for at øge kendskabet til erhvervsuddannelser. Den officielle uge i Wien finder sted fra 5. til 9. november 2018, og der afholdes hundredvis af erhvervsuddannelsesrettede arrangementer i hele Europa fra september til december 2018.

Ugen og den tilknyttede kommunikationskampagne samler uddannelsesudbydere, foreninger, offentlige myndigheder, erhvervsorganisationer og den bredere offentlighed for at profilere erhvervsuddannelser i hele Europa. Kampagnen har til formål at vise de mange muligheder, som erhvervsuddannelser kan give unge og voksne, og den værdi, som erhvervsuddannelser giver samfundsøkonomien og det fremtidige arbejdsmarked og arbejdsstyrkens kompetencer.

Mediedækning kan fremme dit arrangement og vise, hvordan det passer til den europæiske uge for erhvervskompetencer. På den måde kan flere blive opmærksomme på, at dit arrangement finder sted, og det kan motivere dem til at deltage. Mediedækningen kan også hjælpe til at løfte din forenings eller din virksomheds profil ud over dit eksisterende netværk og til at sprede budskabet om arrangementet og kampagnen vidt og bredt. På den måde øges bevidstheden om og opfattelsen af erhvervsuddannelser i dit land.

Typer af medier, der kunne være interesserede i den europæiske uge for erhvervskompetencer:

- Du kan henvende dig til **lokalaviser, lokale hjemmesider og blogs** op til afholdelsen af dit arrangement eller din aktivitet for at opfordre folk til at deltage. Her kunne en pressemeddelelse omtrent to uger inden arrangementet plus en påmindelse nogle få dage før være en god tilgang. Du kan også ringe til mediehuset, som du ønsker skal dække dit arrangement, for at fortælle dem om arrangementet/aktiviteten. Avisen, bladet eller kanalen beslutter måske at lave en historie inden arrangementet, eller måske foretrækker de at deltage på selve dagen og skrive en historie ud fra det.
- **Arrangementslister** er en god metode til at opfordre folk til at komme til arrangementet. Folk vil ofte gerne høre om, hvilke lokale arrangementer der finder sted. Hver liste har specifikke krav, så her du skal foretage lidt research, for at finde ud af hvordan du bedst registrerer dit arrangement.

- **Landsdækkende aviser** vil måske gerne høre om kampagnen og alle de arrangementer, der finder sted. Hvis du angiver fakta og tal, der er relevante for et bredt publikum, citater og interessante interviewmuligheder, kan du få avisernes opmærksomhed.
- **Fagblade** kan også være interesserede i at høre om kampagnen. Du bør henvende dig til dem så tidligt som muligt, fordi deres redaktionskalender kan blive fyldt op på forhånd. De oplysninger, som du giver fagblade, kan være mere tekniske. Hvis du formidler kontakten til en spændende ekspert eller giver dem nogle spændende udtalelser, vil de være mere interesserede.
- **Radio og tv** kan være interesseret, især ved de mere livlige og usædvanlige arrangementer der finder sted, som kan danne en god kulisse, når der filmes og optages.

## PR

Her er en enkel tjekliste, som du kan følge for at få mediedækning af dit arrangement og den europæiske uge for erhvervskompetencer. Efterfølgende får du flere detaljerede tips og råd:

### PR-tjekliste

- ✓ Beslut dig for, hvilke medier du vil opsøge.
- ✓ Tilpas pressemeddelelseskabelonen med oplysninger om dit arrangement.
- ✓ Tilføj oplysninger om det europæiske land eller det specifikke område, hvis du synes, det er relevant.
- ✓ Indsaml fotos, citater og infografik, der kan offentliggøres.
- ✓ Tænk over, hvem der kunne stille op til interview.
- ✓ Send pressemeddelelsen og billederne pr. e-mail til mediekontakter.
- ✓ Følg op med et telefonopkald til de vigtigste medier.
- ✓ Angiv dit navn og dine kontaktoplysninger, så du kan besvare henvendelser.
- ✓ Vær på stedet på dagen, så du kan byde journalister velkommen og præsentere dem for spændende personer.

## HVILKE MEDIER SKAL MAN HENVENDE SIG TIL?

Første trin er at identificere, hvilke medier der dækker dit lokale eller regionale område. Derefter kan du finde kontaktoplysningerne på de journalister, der dækker lokale begivenheder, beskæftigelses- og uddannelsesstof eller europæiske historier, enten ved at kigge på deres hjemmeside eller ved at ringe til mediehusene. Du kan også se på, hvordan du registrerer dit arrangement på deres arrangementslister.

En god kontaktlister er det første trin til vellykket mediedækning. Hvis du får dit arrangement på arrangementslister, bliver du også mere synlig.

### Forbered en pressemeddelelse

Den bedste metode til at give medierne oplysninger er ved at sende en pressemeddelelse. Vi anbefaler, at du bruger skabelonen til pressemeddelelser for den europæiske uge for erhvervskompetencer, som findes på [hjemmesiden](#). Vælg dit lands skabelon, og udfyld

derefter oplysningerne om dit arrangement og eventuelle områdespecifikke oplysninger, du mener er relevante.

### Hvornår skal en pressemeddelelse sendes?

Som tidligere nævnt kan du sende pressemeddelelsen til de relevante journalister på lokale medier og aviser omtrent to uger inden arrangementet. Du kan også med fordel sende en påmindelse en eller to dage inden arrangementet. Sender du til fagblade, kan du sende pressemeddelelsen tidligere, eftersom deres redaktionskalender kan blive fyldt op på forhånd. Du kan også sende dit arrangement til arrangementslister op til en måned før, afhængigt af kravene på den enkelte liste.

#### Tips til udarbejdelse af pressemeddelelse

- ✓ Placér det vigtigste øverst. Forsøg altid at svare på hvad, hvem, hvornår, hvor og hvorfor.
- ✓ Brug korte sætninger og et dynamisk sprog.
- ✓ Undgå en alt for specialiseret sprogbrug, og forklar forkortelser.
- ✓ Husk at medtage citater og tal.
- ✓ Send et billede, som journalisterne kan bruge (husk, at du skal have de nødvendige tilladelser).
- ✓ Angiv dine kontaktoplysninger i tilfælde af henvendelser.

### Opfølgende opkald

Journalister modtager mange pressemeddelelser hver dag, og derfor kan et telefonopkald hjælpe med at få dem til at lægge mærke til din pressemeddelelse, og det giver dig desuden muligheden for at fortælle mere om din historie. Du kan også finde ud af, om de har nogle særlige krav.

## SÅDAN GØR DU DIN PRESSEMEDDELELSE LEVENDE

Formålet med din pressemeddelelse er at give journalister relevante oplysninger med nyhedsværdi samt eventuelt yderligere materialer, som de kan offentliggøre, såsom fotos, citater, infografik, fakta og tal.

- **Billeder:** Det kan være fotos taget ved arrangementet, eller du kan bruge fotos, du har i arkivet, hvis du sender din pressemeddelelse inden arrangementet. Sørg for at få alle de nødvendige fototilladelser, inden du sender dem til journalisterne.
- **Citater:** Det er en god ide at indsætte et citat i din pressemeddelelse. Det kan være fra talere ved arrangementet, eksperter fra din virksomhed eller vidnesbyrd fra studerende.
- **Fakta og tal om erhvervsuddannelser:** Det kan dreje sig om regionale eller landespecifikke fakta eller tal eller noget, der gælder for hele EU.

## RÅD OM KILDEANGIVELSER VED FAKTA OG TAL

Din virksomhed kan sagtens have adgang til interessante og relevante fakta og tal. Hvis ikke, har du her nogle europæiske kilder til landsspecifikke fakta og tal, som du måske kan bruge. Husk altid at citere kilden:

- [Rapporten om uddannelsesovervågning 2017 – 28 landerapporter \(GD EAC\)](#)
- [VET-in-Europe-landerapporter \(Cedefop\)](#)(findes ikke på dansk)
- [TVET Database – landeprofiler](#) (UNEVOC, Internationalt center for teknisk og erhvervsrettet uddannelse, UNESCO)
- [\(UOE\) Uddannelsesdatabase](#) (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- [Statistik om erhvervsuddannelser](#) (EUROSTAT)

Du kan også tjekke undervisningsministeriet eller beskæftigelsesministeriet, da de højst sandsynligt har nationale rapporter om erhvervsuddannelser.

EUROSTAT er en god kilde til statistikker på europæisk og nationalt plan, for eksempel:

- 49 % af gymnasieeleverne i Europa går på en ungdomserhvervsuddannelse (2016)
- Beskæftigelsesgraden for de seneste færdiguddannede på erhvervsuddannelserne<sup>1</sup> i Europa ligger på 74,8 % (2017)
- Procentdelen af lavtuddannede voksne<sup>2</sup> i Europa ligger på 22,5 % (2017).
- 72,2 % af virksomhederne i EU sørgede for fortsat erhvervsuddannelse af deres medarbejdere (2015)
- 10,9 % af Europas befolkning tager del i en voksenuddannelse (2017).

## FORHOLD TIL JOURNALISTER

Hvis man opbygger et godt forhold til journalister, kan det bidrage til at få god journalistisk dækning. Ud over at sende dem en pressemeddelelse kan du ringe til dem og invitere dem til at dække dit arrangement. Sørg for at få oplyst evt. særlige krav, som de måtte have, og send dem en påmindelse nogle dage inden arrangementet. Når dagen kommer, skal der være en udpeget person til at byde dem velkommen og sørge for, at de alle har de oplysninger, de har brug for. Det kan være en god ide at udskrive nogle kopier af brochuren om den europæiske uge for erhvervskompetencer til uddeling. Brochuren findes på hjemmesiden.

## TIPS TIL ET VELLYKKET INTERVIEW

Interviews kan foretages personligt direkte ved arrangementet, over telefonen eller via e-mail. Hvis du får en forespørgsel om et interview, skal du have nogle grundlæggende tips i baghovedet:

- Giv journalisten baggrundsoplysninger om din virksomhed eller organisation og om den europæiske uge for erhvervskompetencer. Oplysninger om ugen, baggrunden og temaer i 2018 findes på hjemmesiden for den europæiske uge for erhvervskompetencer.
- Bestem på forhånd, hvad du vil sige. Du kan tage et par noter, så du har noget at støtte dig til under interviewet.
- Fokusér på de hovedpunkter, du ønsker at levere, og fortæl om de vigtigste punkter først.
- Vær kortfattet, og brug eksempler og personlige anekdoter for at få historien til at skille sig ud.

<sup>1</sup> I alderen 15-34 år, [Eurostat](#).

<sup>2</sup> Dvs. mindre end grundskoleuddannelse, grundskoleuddannelse og gymnasial uddannelse, [Eurostat](#).

- Giv journalisten dine kontaktoplysninger, i tilfælde af at vedkommende skal tjekke nogle ting.
- Måske skal du arrangere interviewet med en anden såsom en taler ved dit arrangement eller én, der kan give et vidnesbyrd. Tænk i så fald over, hvem der kunne være den bedste til at blive interviewet. Spørg dem, om de gerne vil kontaktes af pressen, orienter dem om, hvad de skal tale om, og om kampagnens vigtigste budskaber. Aftal en tid, hvor journalisten skal ringe eller møde op.

## Værktøjer, som du kan bruge

Du kan bruge skabelonen til pressemeddelelser i forbindelse med den europæiske uge for erhvervskompetencer, som findes på [hjemmesiden](#), til at fremme dit arrangement. Du kan finde en generel skabelon på engelsk og på dit sprog. Du skal blot udfylde de specifikke oplysninger om din aktivitet og tilføje eventuelle lokale oplysninger, som du mener er relevante. De fleste medier foretrækker at modtage pressemeddelelser i selve brødteksten i en e-mail og ikke som vedhæftet fil, så kopier pressemeddelelsen, og sæt den ind i en e-mail, inden du sender den.

## Ofte stillede spørgsmål

### Hvordan kan jeg gøre min historie mere attraktiv for medierne?

Husk på, at journalister godt kan lide historier fra virkeligheden, herunder personlige historier, citater og tal, som kan få din pressemeddelelse til at skille sig ud.

### Giver Europa-Kommissionen kontaktoplysninger på medier?

Nej – eftersom ugen og den tilsvarende kampagne finder sted i 28 EU-lande, EØS og kandidatlande, er det desværre ikke muligt. Men denne værktøjskasse giver gode råd om udarbejdelsen af en god mediedatabase og tips til at opbygge et godt forhold til journalister.

### Hvem kan jeg kontakte, hvis jeg har flere spørgsmål?

Du kan sende en e-mail til os på [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu) eller ringe til os på +44 (0)207 444 4264. Alternativt kan du kontakte os på de sociale medier via kontiene nedenfor.

## Kontakt os

Vi hjælper dig gerne med at besvare eventuelle spørgsmål, du måtte have om dine PR-aktiviteter.

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

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

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

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU