



Europäische  
Kommission

# Informationsblatt Medienbeziehungen

## 2022

EUROPEAN **VOCATIONAL  
SKILLS WEEK** 2022



#EUVocationalSkills

#DiscoverYourTalent

Beschäftigung,  
Soziales und  
Integration



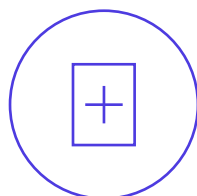
# ÜBER DIESES INFORMATIONSBLETT MEDIENBEZIEHUNGEN

Dieses Informationsblatt richtet sich an alle, die in Bezug auf die Europäische Woche der Berufsbildung 2022 („die Woche“) beabsichtigen, ihre Veranstaltungen und Aktivitäten medial zu bewerben. Es liefert einen Überblick über die verschiedenen Medienkanäle, die du nutzen kannst, um das Bewusstsein für die Woche und die Vorteile der beruflichen Aus- und Weiterbildung (BAW) in Europa zu schärfen.

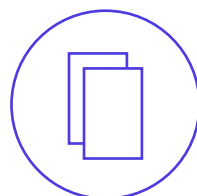
## Dieses Informationsblatt beinhaltet:



TIPPS ZUR  
KONTAKTAUFNAHME  
MIT DEN MEDIEN UND  
ZUR PROFILIERUNG  
DEINER STORY



HINWEISE ZUR  
ERSTELLUNG EINER  
PRESSEMITTEILUNG  
UND EINE VORLAGE  
ZUM ANPASSEN  
UND VERSENDEN  
INFORMATIONEN



QUELLEN FÜR  
FAKTEN UND  
ZAHLEN



TIPPS ZUR  
DURCHFÜHRUNG  
VON  
MEDIENINTERVIEWS

Alle **Kernbotschaften** der Kampagne zur Europäischen Woche der Berufsbildung findest du im Dokument „Kernbotschaften“ in den [Ressourcen](#) auf der Website.

An den großen Erfolg der ersten fünf Europäischen Wochen der Berufsbildung anknüpfend, organisiert die Europäische Kommission nun die sechste Woche, um das Bewusstsein für die BAW weiter zu schärfen. Aufgrund der Sicherheitsmaßnahmen im Zusammenhang mit COVID-19 handelt es sich bei der sechsten Ausführung der Woche um eine Online-Veranstaltung. Sie findet vom 16. bis 20. Mai 2022 in Brüssel sowie gleichzeitig online statt. Abgesehen von der Präsenzveranstaltung in Berlin werden das ganze Jahr über hunderte Veranstaltungen und Aktivitäten rund um die BAW in ganz Europa organisiert.



## WAS IST DIE EUROPÄISCHE WOCHE DER BERUFSBILDUNG?

Im Rahmen dieser Woche und der begleitenden Kommunikationskampagne werden Lernende, 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. Das Motto der Kampagne lautet: **Entdecke dein Talent!**

Durch diese Woche, die 2022 mit dem **Europäischen Jahr der Jugend** zusammenfällt, sollen die vielfältigen Möglichkeiten aufgezeigt werden, die BAW jungen Menschen und Erwachsenen bietet, sowie der Mehrwert der BAW für die Wirtschaft und für die Zukunft von Arbeit und Kompetenzen hervorgehoben werden. Die diesjährigen Themen sind BAW und der grüne Wandel, passend zur Vision der Europäischen Kommission, bis 2050 klimaneutral zu werden, wie im Europäischen Grünen Deal beschrieben.

In der Woche werden Kompetenzen ins Zentrum des grünen Wandels gerückt. Welche neuen Kompetenzen brauchen wir zukünftig, um uns in einer Umgebung entfalten zu können, in der die wertvollen Ressourcen der Erde geschont werden? Welche Rolle kann die BAW zur Sicherung eines nachhaltigen Wandels für alle spielen?

Die anhaltende Corona-Pandemie hat Aus- und Weiterbildungen aller Art vor große Herausforderungen gestellt. Dadurch ergeben sich aber auch Chancen, die BAW neu zu gestalten – moderner, attraktiver, flexibler und zweckmäßiger. So soll Europa für das digitale Zeitalter und den grünen Wandel gerüstet werden. Die Europäische Kommission hat eine ambitionierte Agenda vorgelegt, und im Mittelpunkt der Bemühungen, nach COVID-19 einen Wiederaufschwung auf dem Arbeitsmarkt und erneuerte Sozialpolitik zu schaffen, stehen Qualifikationen und BAW. [Die Empfehlung des Rates bezüglich BAW](#) für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit, soziale Gerechtigkeit und Resilienz von 2020 soll sicherstellen, dass Arbeitnehmer durch BAW mit Kompetenzen ausgestattet werden, die sie dazu befähigen, den Aufschwung sowie den grünen und digitalen Wandel zu unterstützen.



## WARUM DU DIE MEDIEN ÜBER DEINE BETEILIGUNG AN DER EUROPÄISCHEN WOCHEN DER BERUFSBILDUNG INFORMIEREN SOLLTEST

Aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie solltest du Präsenzveranstaltungen wenn möglich durch digitale Events ergänzen. Darunter können Webinare, digitale Pressekampagnen, Online-Firmenkontaktmessen, Live-Events auf Facebook oder Instagram und andere Online-Treffen fallen. Unabhängig vom gewählten Format kannst du durch mediale Berichterstattung auf deine Aktivität aufmerksam machen und einen Bezug zur Woche herstellen. Dadurch erfahren mehr Menschen von deinen Veranstaltungen/Aktivitäten und werden zur Teilnahme motiviert. Berichte in den Medien können außerdem deine Organisation über deine bestehenden Netzwerke hinaus bekannt machen und die Botschaft der Veranstaltung/Aktivität und der Woche verbreiten. Dies wird dazu beitragen, die Bekanntheit der BAW zu erhöhen und ihr Image zu verbessern.



## WER KÖNNTE AN DER WOCHEN UND AN MEINER VERANSTALTUNG/ AKTIVITÄT INTERESSIERT SEIN?

Folgende Medien könnten an der Europäischen Woche der Berufsbildung interessiert sein:



### Lokalzeitungen

Sie können im Vorfeld deiner Veranstaltung kontaktiert werden, um zur Teilnahme einzuladen. Eine gute Strategie wäre, etwa zwei Wochen vor der Veranstaltung eine Pressemitteilung herauszugeben und einige Tage zuvor eine Erinnerungsnachricht zu senden. Lass dich nicht entmutigen, wenn du nur wenige, oder gar keine Rückmeldungen bekommen hast. Journalisten sind oft einfach zu beschäftigen, um auf die zahlreichen E-Mails zu antworten, die sie jeden Tag erhalten. Es ist daher wichtig, drei oder vier Werktagen nach der ersten Kontaktaufnahme eine weitere Nachricht zu schicken. Um auf dich aufmerksam zu machen, kannst du auch die Lokalzeitungen anrufen, wenn du möchtest, dass sie über deine Veranstaltung/Aktivität schreiben.



# WER KÖNNTE AN DER WOCHE UND AN MEINER VERANSTALTUNG/ AKTIVITÄT INTERESSIERT SEIN?



## Veranstaltungs-/Aktivitätskalender

Einträge in lokalen Veranstaltungs-/Aktivitätskalendern oder entsprechenden Übersichtslisten eignen sich hervorragend, um zur Teilnahme anzuregen, da Menschen eher an Veranstaltungen/ Aktivitäten in ihrer Umgebung interessiert sind. Für jede Website oder Veröffentlichung gelten unterschiedliche Anforderungen. Du solltest ortsbezogene Angebote suchen und in Erfahrung bringen, wie du deine Veranstaltung/Aktivität eintragen lassen kannst.



## Überregionale Zeitungen

Überregionale Zeitungen sind möglicherweise daran interessiert, etwas über die Woche und die entsprechenden Aktivitäten zu erfahren. Wenn du für die Öffentlichkeit relevante Fakten und Zahlen lieferst, Zitate einbindest und Interviewmöglichkeiten wahrnimmst, gelingt es dir gegebenenfalls, ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen. Schicke wie bei den Lokalzeitungen eine Pressemitteilung und einige Tage später eine weitere Nachricht.



## Fachpresse


Die Fachpresse (Beschäftigungs- und Bildungsthemen, Sozialpolitik oder Europa-Angelegenheiten) könnte ebenfalls Interesse an der Woche haben. Diese solltest du so bald wie möglich ansprechen, da sich deren Redaktionskalender unter Umständen schon im Voraus füllt. Hier solltest du fachlich ausgerichtete Informationen zur Verfügung stellen. Die Wahrscheinlichkeit einer Berichterstattung ist größer, wenn du den Kontakt zu einem Sachverständigen herstellen kannst oder über einen Erfahrungsbericht von jemandem verfügst, der von einer qualitativ hochwertigen BAW profitiert hat.



## MEDIENARBEIT

Befolge diese einfache Checkliste, um eine Berichterstattung zu erreichen. Im Anschluss daran findest du ausführliche Ratschläge.




Überlege dir, welche Medien du kontaktieren möchtest. 


Bleibe dran! 

Füge interessante und relevante Storys und Informationen hinzu, die sich auf den entsprechenden Ort beziehen. 

Gib deinen Namen und deine Kontaktdaten an, damit die Medienvertreter bei Fragen auf dich zukommen können.

Nutze die Pressemitteilungsvorlage von der Website und trage Informationen zu deiner Veranstaltung ein.

Stelle Fotos, Videos, Zitate und Infografiken zur Verfügung, die veröffentlicht werden können. Achte dabei auf die Einhaltung der Vorgaben zum Urheberrecht/Datenschutz. 

Schicke die Pressemitteilung und Fotos per E-Mail an die Medienvertreter. 

Überlege, wer ein möglicher Interviewpartner sein könnte.

Frage bei wichtigen Medien mit einem Telefonanruf nach. 

Begrüße die Journalisten am Tag deiner Veranstaltung / Aktivität und stelle sie den Menschen vor, mit denen sie vielleicht ein Interview führen möchten.

### WELCHE MEDIEN DU KONTAKTIEREN SOLLTEST

In einem ersten Schritt solltest du herausfinden, welche Medien deinen Ort abdecken. Dann kannst du die Kontaktdaten der Journalisten heraussuchen, die über lokale Veranstaltungen, Beschäftigungs- und Bildungsthemen, Sozialpolitik oder europäische Angelegenheiten berichten, indem du ihre Website aufrufst oder in ihren Büros anrufst. Du kannst zudem versuchen herauszufinden, wie du deine Veranstaltung/Aktivität in verschiedene Veranstaltungskalender aufnehmen lassen kannst.

#### Tipp

Gute Kontakte sind der erste Schritt zu einer erfolgreichen Medienresonanz. Wenn deine Veranstaltung/Aktivität 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. Du kannst auch die Vorlage von der Website als Grundlage verwenden. Such dir eine Vorlage in der Sprache aus, die du benötigst, und fülle die Informationen über deine Veranstaltung/Aktivität aus, die du für relevant hältst sowie etwaige regionenspezifische Informationen. Die meisten Medienvertreter ziehen es vor, Pressemitteilungen im Fließtext einer E-Mail zu erhalten und nicht als Anhang. Deshalb solltest du den Inhalt der Pressemitteilung vor dem Versenden kopieren und in eine E-Mail einfügen.



### Tipps

Die 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 Jargon und Fachsprache und erkläre Abkürzungen.

Vergiss nicht, Zitate und Zahlen einzubinden. 

Sende ein Foto, das die Journalisten verwenden können (nur Fotos, die sie ohne Verletzung von Urheberrechten oder Datenschutzrechten veröffentlichen können).

Gib für Rückfragen deine Kontaktdaten an. 



# PRESSEMITTEILUNG MIT ANSPRECHENDEN INFORMATIONEN

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



## Visuelle Identität der Kampagne zur Europäischen Woche der Berufsbildung

Diese Elemente sollten zu allen Pressemitteilungen hinzugefügt werden, um zu verdeutlichen, dass deine Veranstaltung/Aktivität Teil der Woche ist. Du findest sie im Abschnitt [Ressourcen](#) auf der Website.



## Fotos von Veranstaltungen/Aktivitäten

Fotos von deinen vorherigen Veranstaltungen/Aktivitäten eignen sich gut für Pressemitteilungen. Achte darauf, dass die Personen auf deinen Veranstaltungen/Aktivitäten zustimmen, fotografiert zu werden, und über die Verwendung der Fotos informiert sind. Das ist gesetzlich vorgeschrieben. Um dieser Pflicht nachzukommen, kannst du auf den Einladungen und Tickets einen entsprechenden Satz vermerken oder am Tag der Veranstaltung/Aktivität Plakate aufhängen, aus denen dies hervorgeht. Respektiere die Tatsache, dass Menschen möglicherweise nicht möchten, dass sie selbst oder ihre Kinder fotografiert werden. Für Aufnahmen von Einzelpersonen müssen die jeweiligen Personen ein Freigabeformular unterzeichnen. Konzentriere dich daher am besten auf Gruppenaufnahmen, bei denen Einzelpersonen nicht identifizierbar sind.



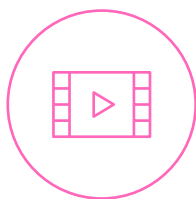
## Frei zugängliche Fotos:

Wenn du Bilder aus dem Internet beziehst, beachte die Urheberrechtsbestimmungen. Du kannst Bilder aus öffentlichen Bereichen von Websites wie Pixabay und Unsplash wählen, da deren Lizenzbestimmungen relativ einfach einzuhalten sind.





# PRESSEMITTEILUNG MIT ANSPRECHENDEN INFORMATIONEN



## Videos

Binde einen Link zu den Videos der Woche ein. Du findest sie im Abschnitt [Ressourcen](#) auf der Website. Einige davon verfügen über Untertitel in allen EU-Sprachen. Videos wecken das Interesse der Menschen und können von Fernsehkanälen und Online- Versionen lokaler und überregionaler Zeitungen verwendet werden.



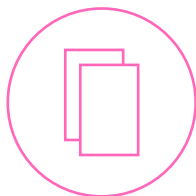
## Inspirierende Storys

Wähle Storys aus der Bibliothek „Share Your Story“ auf der Website aus und passe die Inhalte auf der Website der Woche an, um die Bedeutung der Berufsbildung, der Woche und deiner Veranstaltung/Aktivität zu veranschaulichen.



## Zitate

Füge ein Zitat in deine Pressemitteilung ein. Dieses kann von Rednern bei deiner Veranstaltung/Aktivität, Experten deiner Organisation oder aus Erfahrungsberichten von Lernenden stammen.



## BAW – Fakten und Zahlen

Diese können sich auf regionale oder nationale Daten oder Daten auf EU-Ebene beziehen. Je mehr Bezug sie jedoch zu dem Ort der Veranstaltung/Aktivität haben, desto besser kann sich deine Zielgruppe mit ihnen identifizieren.



## RECHERCHE VON FAKTEN UND ZAHLEN

Möglicherweise hat deine Organisation Zugang zu interessanten und relevanten Daten. Alternativ findest du hier einige europäische Quellen für länderspezifische Fakten und Zahlen, die du vielleicht hilfreich findest. Denke daran, stets die Quelle anzugeben.

Beobachtung von Aus- und Weiterbildung: Länderberichte, Informationsblätter und Infografiken ([DG EAC](#))

[VET-in-Europe country reports](#) (Länderberichte zur BAW in Europa) (Cedefop)

[World TVET Database – Country Profiles](#) (Länderprofile) (UNEVOC und UNESCO)

[UOE education database](#) (UNESCO, OECD und Eurostat)

[Vocational education and training statistics](#) (Statistische Daten zur beruflichen Aus- und Weiterbildung) (Eurostat)

[Adult learning statistics](#) (Statistische Daten zu erwachsenen Lernenden) (Eurostat)

Du kannst es außerdem bei den nationalen BAW-Agenturen und beim Ministerium für Bildung oder Arbeit in deinem Land oder deiner Region versuchen, da sie mit aller Wahrscheinlichkeit BAW-Berichte vorliegen haben, die du verwenden kannst.

**Statistiken auf EU-Ebene können interessante Vergleichsmöglichkeiten liefern, und Eurostat ist eine gute Quelle für solche Daten. Hier einige Beispiele:**

- **9.2 %** der europäischen Bevölkerung im Alter von 25 bis 64 Jahren nehmen an Maßnahmen der Erwachsenenbildung teil (2020). Quelle: [Eurostat – Adult learning Statistics](#)
- **60 %** der BAW-Absolventen finden ihren ersten langfristigen Arbeitsplatz innerhalb eines Monats nach Abschluss der Ausbildung (80 % nach sechs Monaten) (2018). Quelle: [Ein kurzer Leitfaden zu Maßnahmen der EU zur beruflichen Bildung und Ausbildung, S. 11](#)
- Im Zuge der COVID-19-Pandemie hat sich das bestehende Gefälle bei digitalen Kompetenzen verschärft und es bilden sich neue Benachteiligungen heraus. Quelle: [Europäische Kompetenzagenda für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit, soziale Gerechtigkeit und Resilienz, S. 1](#)



## VERSAND DER PRESSEMITTEILUNG

Schicke die Pressemitteilung etwa zwei Wochen vor der Veranstaltung an **Lokalmedien und Tageszeitungen**. Außerdem ist es sinnvoll, ein oder zwei Tage vor der Veranstaltung noch eine Nachricht zur Erinnerung zu senden. Für **Fachpublikationen und Magazine** empfiehlt es sich, die Pressemitteilung früher zu versenden, da deren Redaktionskalender anderenfalls schon voll sein könnten.

Du kannst die Pressemitteilung auch auf deiner Unternehmenswebsite veröffentlichen und auf [LinkedIn](#), [Facebook](#) und [Twitter](#) teilen.

## Aufbau von Beziehungen zu Journalisten

Eine gute Beziehung zu Journalisten aufzubauen, kann zu mehr Medienresonanz verhelfen. Neben der Herausgabe der Pressemitteilung kannst du Journalisten anrufen und dazu anregen, einen Artikel über deine Veranstaltung zu schreiben. Frage sie auch, ob sie bestimmte Wünsche oder Interessen haben. Schicke ihnen vor der Veranstaltung eine Erinnerung. Bleibe dran!

## Erfolgreich Interviews führen

Erfolgreiche Interviews können persönlich bei der Veranstaltung/Aktivität, übers Telefon oder per E-Mail geführt werden. Beachte Folgendes, wenn du eine Interviewanfrage erhältst:



- Liefere dem Journalisten Hintergrundinformationen zu deiner Organisation und zur Europäischen Woche der Berufsbildung. Informationen über die Woche, Hintergrundinformationen und die Themen können auf der Website eingesehen werden.



- Überlege dir vorher, was du sagen möchtest. Du kannst dir Notizen machen, wenn das für dich hilfreich ist.



- 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 Informationen überprüfen muss.



- Stelle sicher, dass ihnen bewusst ist, dass du nicht möchtest, dass sie direkte Zitate verwenden, wenn du ihnen Informationen gegeben hast.



- Vielleicht sollte das Interview mit einer anderen Person stattfinden, z. B. mit jemanden, der bei deiner Veranstaltung als Redner auftritt oder der seine persönlichen Erfahrungen schildern kann. In diesem Fall solltest du dir Gedanken darüber machen, welche Person sich am besten für ein Interview eignet. Frage die Person vorher, ob es in Ordnung ist, dass sie von der Presse kontaktiert wird, und erläutere kurz die Kernbotschaften der Woche. Vereinbare anschließend mit dem Journalisten einen Termin, an dem er die Person anruft oder sich mit ihr trifft.



## HILFREICHE TOOLS AUF DER WEBSITE

[Pressemitteilungsvorlage der Europäischen Woche der Berufsbildung](#)

Verfügbar in allen EU-Landessprachen, zum Anpassen und Versenden.

[Bibliothek „Share Your Story“](#)

Viele interessante Erfolgsgeschichten. Teile auch deine Story!

[Elemente der visuellen Identität der Kampagne](#)

Zeige, dass deine Fotos und Storys Teil der Woche sind.



## FRAGEN UND ANTWORTEN

### Wie kann ich meine Story ansprechender gestalten?

Journalisten mögen authentische Storys. Durch persönliche Geschichten, Zitate und Zahlen hebt sich deine Pressemitteilung von der Masse ab.

### Stellt die Europäische Kommission Kontaktinformationen für Medien bereit?

Nein. Da die Woche und dazugehörige Kampagnen überall in den EU-Mitgliedstaaten, im EWR und in Kandidatenländern veranstaltet werden, ist dies nicht möglich. Dieses Informationsblatt liefert jedoch Ratschläge zur Erstellung einer Mediendatenbank und Tipps für den Aufbau von Beziehungen zu Journalisten.

### Ich habe weitere Fragen. An wen kann ich mich wenden?

Sende uns eine E-Mail an [Vocational2022@actionprgroup.com](mailto:Vocational2022@actionprgroup.com)

Du kannst uns aber auch über soziale Medien über die unten stehenden Konten kontaktieren. Denke daran, die Kampagnen-Hashtags zu verwenden:



[@EU\\_Social](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[#EUVocationalSkills](#)

[#DiscoverYourTalent](#)



[@SocialEurope](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[EU Vocational Skills Week Group](#)



## KONTAKTIERE UNS

Wir sind dir bei Fragen zu deinen Medienbeziehungen gerne behilflich.



**E-Mail:** [Vocational2022@actionprgroup.com](mailto:Vocational2022@actionprgroup.com)



**Telefon:** +357 22 818884



**Website:** [ec.europa.eu/social/vocational-skills-week](https://ec.europa.eu/social/vocational-skills-week)

