

Briefing-Paper für Pressemitteilungen

Hinweise zur Nutzung

Diese Briefing-Vorlage unterstützt Sie dabei, Themen für die Veröffentlichung, z.B. über eine Pressemitteilung vorzubereiten. Je vollständiger Ihre Angaben sind, desto schneller und zielgerichteter können wir im Referat Kommunikation den Beitrag erstellen. Wir melden uns nach Erhalt des Formulars innerhalb von zwei Werktagen bei Ihnen.

Wichtig: *Nicht jedes Thema eignet sich für eine Pressemitteilung. Externe Veröffentlichungen sollten einen klaren Nachrichtenwert besitzen – also für Menschen außerhalb des unmittelbaren Projekt- oder Fachkontexts interessant und verständlich sein. Interne Termine oder Routineaktivitäten haben in der Regel keinen wirklichen Nachrichtenwert und eignen sich nicht für eine externe Veröffentlichung.*

1. Ansprechpartner*in

Name:

Einrichtung/Fachbereich/Institut:

E-Mail:

Telefon:

2. Worum geht es?

Beschreiben Sie das Thema in 3–5 Sätzen und hängen Sie Ihrer E-Mail eine Zusammenfassung als Attachment an (siehe Absatz 13).

Was ist passiert? Was wurde erreicht? Was ist neu?

3. Was macht das Thema berichtenswert?

Welchen Mehrwert hat die Information? Warum sollte sich eine Person außerhalb Ihres Fachgebiets dafür interessieren?

wissenschaftlicher Durchbruch oder neue Forschungsergebnisse

erfolgreiche Drittmittelinwerbung

bedeutende Kooperation (Start, Ergebnisse)

gesellschaftliche Relevanz

Innovation oder neue Methode

Auszeichnung oder Preis

Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung

personelle Veränderung mit besonderer Relevanz

Universität als Arbeitgeber, Studierenden- und Forschungsort

Sonstiges:

4. Aktualität

Warum kommt die Meldung gerade jetzt?

Gibt es einen konkreten Anlass (Studienveröffentlichung, Projektstart, Preisverleihung, Veranstaltung, Abschluss etc.)?

5. Zielgruppe

Wen soll die Meldung erreichen?

Öffentlichkeit (allgemein)

Fach-Öffentlichkeit (bitte Zielgruppe nennen):

Wissenschaft

Medien

Politik

Wirtschaft

Studierende

Beschäftigte

Alumni

Sonstige:

6. Hintergrund

Welche Informationen sind wichtig, um das Thema zu verstehen?

7. Zahlen und Fakten

Gibt es aussagekräftige Daten? (Fördersumme, Teilnehmerzahl, Laufzeit, Veröffentlichungen, Rankings, Patente, Studienergebnisse etc.)

8. Zitate / Wer kann zitiert werden?

Name/Funktion:

Mögliche Kernaussage:

9. Bildmaterial

Fotos vorhanden

Foto muss noch erstellt werden

Grafiken vorhanden

Logo vorhanden (z.B. von Kooperationspartner)

10. Links und Dokumente

Bitte relevante Links zu Quellen, Studien, Publikationen oder Webseiten angeben.

11. Veröffentlichung: Wo soll nach Ihrer Einschätzung die Meldung erscheinen? (Mehrfachnennung möglich)

Universitäts-Homepage

Social Media (uk-Kanäle)

als Pressemitteilung an den Presseverteiler

Sonstiges:

12. Checkliste: Hat das Thema Nachrichtenwert?

Bitte prüfen Sie vor dem Absenden:

Es gibt einen **konkreten Anlass**.

Das Thema ist **neu** oder überraschend.

Die Meldung hat **Relevanz über den eigenen Arbeitsbereich hinaus**.

Bedeutung für Gesellschaft, Wissenschaft oder Universität wird deutlich.

Es gibt **belastbare Fakten** und **Ansprechpartner*innen**.

Es stehen möglichst **Bilder oder Grafiken** zur Verfügung.

13. Briefing & Attachment(s) einreichen

Alles, was für uns wichtig ist, um Ihr Thema zu verstehen (Abstract, Zusammenfassung, Textentwurf, Bilder, Papers, Medienberichte, etc.) schicken Sie bitte zusammen mit dem ausgefüllten Briefing-Dokument per E-Mail an pressestelle@uni-koblenz.de

Vielen Dank!