

Immer gut informiert:

# *Das Presseressort an der Universität Duisburg-Essen*

Leistungsbilanz 2013

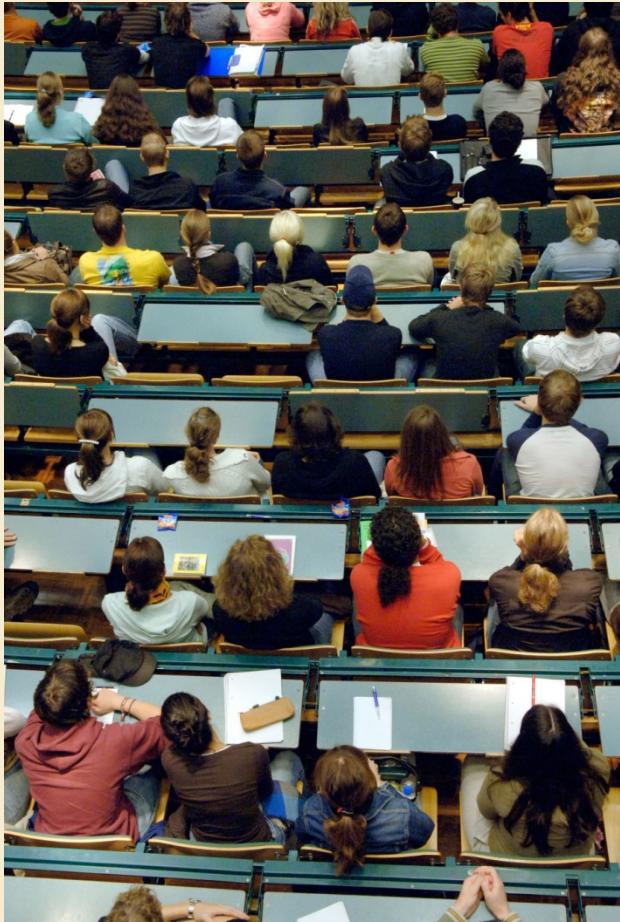
# Wer wir sind

- Leiterin:  
Beate Kostka
- Redakteurinnen:  
Ulrike Bohnsack und Katrin Koster
- Webredakteure:  
Arne Rensing und Ulrike Eichweber
- Sachbearbeiterinnen:  
Manuela Münch und Sandra Döring
- Volontärin (bis Ende August):  
Carmen Tomlik
- Wissenschaftliche Hilfskräfte:  
Mirco Michel und Alexandra Nießen



## Was Sie in dieser Präsentation erwarten

- Übersicht über die mediale Betreuung der Tätigkeitsfelder
  - externe Kommunikation
  - interne Kommunikation
- Serviceangebote
- Publikationen
- Kommunikationsziele



## Medien-Output

- >600 **Pressemitteilungen** an 500 lokale, regionale, überregionale Redaktionen und Journalistenbüros sowie Online-Einstellung in nationalen und internationalen Wissenschaftsnachrichtendiensten  
700.000 Aufrufe/Jahr auf der Webseite der UDE
- Reichweite: monatlich im Schnitt 120 - 140 Clippings in **überregionalen Medien**, täglich 10 - 20 Seiten  
Pressespiegel = 7-bändige Jahresausgabe mit 4.650 Seiten
- >300 Veröffentlichungen über den **Informationsdienst Wissenschaft**, jeweils an über 2.000 - 6.000 Abonnenten
- >30 **Pressegespräche** bzw. **Dreh- und Fototermine**

# Zielgruppengerechte Kommunikation der aktuellen zentralen Universitätsthemen

- eigene elektronische Medien u.a. der Newsletter CAMPUS:AKTUELL  
Reichweite: 60.000 Abonnenten  
(mehr dazu auf Folie 11)
- eigene Print-Medien wie CAMPUS:REPORT  
Reichweite: 6.000 Auflage  
(mehr dazu auf Folie 12/13)
- regelmäßige Aktualisierung der UDE-Homepage  
Reichweite: 11,2 Mio. Aufrufe/Jahr allein der Startseite [www.uni-due.de](http://www.uni-due.de)

## Externe Kommunikation

- Begleitung der **Uni-Kommunikationsstrategie**
- >300-mal **Expert/innen vermittelt** (Wissenschaftler/innen, Mitarbeiter/innen, Studierende) an lokale, regionale und überregionale Medien
- >100 **UDE-Stellungnahmen** der Pressesprecherin in Abstimmung mit der Hochschulleitung und/oder UDE-Angehörigen
- **Krisenkommunikation**
- >50 koordinierte Fototermine für das **UDE-Bildarchiv**
- >30 Vor-Ort-Drehbegleitungen für **TV- und Hörfunkbeiträge**
- >15 **Uni-Porträts** für fremde Publikationen/Webseiten



# Webservices

- **Schulung** von Uni-Angehörigen zur Betreuung eigener Webseiten
- Betreuung und Ausbau der zentralen **deutsch- und englischsprachigen Webpräsenz**
- **Reichweite** (Beispiele):
  - 11,2 Mio. Aufrufe der UDE-Startseite
  - 700.000 Aufrufe der Pressemitteilungsübersicht
  - 15.400 Aufrufe der Pressefotoübersicht
  - 100 tägliche Aufrufe des elektronischen Pressespiegels

## In- und externe Kommunikation

- **Sicherstellung des internen Informationsflusses**  
über den Newsletter CAMPUS:AKTUELL,  
das Hochschulmagazin CAMPUS:REPORT sowie  
Pflege der Social Media-Einträge der UDE
- **Social Media-Angebote**
  - Facebook: >9.200 Follower
  - Twitter: >4.300 Follower
  - Youtube: >31.300 Video-Aufrufe jährlich
  - Flickr: >600 Fotos im Bestand



## Service

- tägliche redaktionelle Überarbeitung der Einträge für den **Online-Veranstaltungskalender** (50 - 100 Einträge/Monat)
- wöchentlich aktualisierte öffentliche **Aushänge** (Pressespiegel, Plakate)
- Aufbau und Pflege der **Online-Bilddatenbank** (>600 Fotos)
- Koordination der **Zentralen Adressdatenbank** (>10.000 Datensätze)
- regelmäßiger **Versand von UDE-Infomaterialien**, Tagungsmappen, Aufklebern, Buttons, Plakaten
- Koordination von **Übersetzungen**

- Begrüßung und Vorstellung der **neu berufenen Professor/innen** für die interne und externe Öffentlichkeit
- professionelle Briefings von Uni-Angehörigen im **Medienumgang**
- **Ausbildung** des journalistischen Nachwuchses
- **Vermittlung** von Fotografen und Grafik-/Design-Dienstleistungen für Uni-Angehörige
- >120 Fälle wöchentlich **Erstberatung** und Telefonauskünfte
- Vertragspartner der **Deutschen Hochschulwerbung** zur koordinierten Auslage von Druckerzeugnissen auf den Campi

# Uni-Newsletter CAMPUS:AKTUELL

- bündelt übersichtlich Infos aus sämtlichen Uni-Bereichen
- insgesamt 20 Ausgaben in 2013 mit je rund 50 Beiträgen zu Forschung, Lehre, Gremien, Internationalen Gästen, aus der Studierendenschaft, Ausschreibungen, Terminen, Personalien u.a.
- Erscheinungsweise: per E-Mail alle 2 Wochen während des Semesters, einmal monatlich in der vorlesungsfreien Zeit
- tagesaktuelle Aktualisierung im Internet (Blog)
- Mail-Abonnent/innen: 60.000
- Adressat/innen: Wissenschaftler/innen, Studierende, weitere UDE-Mitarbeiter/innen, Interessierte

# Universitäts-Magazin CAMPUS:REPORT

- durchgehend (wissenschafts-)journalistisch geprägt
- bildet die gesamte Bandbreite der Uni-Themenpalette ab (Forschung, Lehre, Studium, Hochschulpolitik, Organisation, Personalia von den Neuzugängen bis zu den Ehemaligen)
- Erscheinungsweise: 3-mal jährlich
- Umfang: ca. 40 bis 44 Seiten
- Auflagenhöhe: 6.000
- Adressaten: allgemeine Öffentlichkeit, Uni-Angehörige, (künftige und ehemalige) Studierende und deren Eltern, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

# Universitäts-Powerpoint-Präsentation

- zentrale Uni-Darstellung z.B. zur UDE-Präsentation auf Tagungen einschließlich Masterdatei für den Einsatz in dezentralen Anwendungen

## Info-Flyer Daten und Fakten

- zentrale Informationen in deutsch und englisch
- semesterweise Aktualisierung, modernes Faltkonzept

## Wegweiser

- Lageplan sämtlicher Universitätsstandorte
- Umfang: Leporello, 20 Seiten

## Mercator-Professur-Broschüre

- Dokumentation der Reden anlässlich der Mercator-Professur
- Erscheinungsweise: einmal jährlich zum Antritt des/der neuen Professur-Inhaber/in
- Auflage: 1.000
- Adressaten: interessierte Öffentlichkeit

## Kommunikationsziele



- Sicherstellung des in- wie externen **Informationsflusses**
- **Steuerung** von Kommunikationsprozessen
- **Imagepflege** und den Bekanntheitsgrad der UDE steigern
- **intensive Kontaktpflege** zu Redaktionen, Partnern, Institutionen, UDE-Angehörigen
- Platzierung der UDE in allen relevanten Medien mit **neuen Themen aus Forschung und Lehre**
- **Zielgruppenorientierte Pressearbeit**
- öffentliche Aufmerksamkeit lenken auf **Profilschwerpunkte sowie Forschungs- und Lehrerfolge**
- **Identifikation** mit der Hochschule erhöhen
- maßgeschneiderte **Serviceangebote**

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen finden Sie unter [www.uni-due.de](http://www.uni-due.de)