

Immer gut informiert:

Das Presseressort an der Universität Duisburg-Essen

Leistungsbilanz 2016

Wer wir sind

- Leiterin:
Beate Kostka
- Redakteurinnen:
Ulrike Bohnsack, Katrin Koster und Amela Radetinac
- Webredakteur/innen:
Arne Rensing, Ulrike Eichweber und Mirco Michel
- Sachbearbeiterinnen:
Manuela Münch, Sandra Döring und Alexandra Nießen



Was Sie in dieser Präsentation erwartet

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



Medien-Output

- >500 **Pressemitteilungen** an 500 lokale, regionale, überregionale Redaktionen und Journalistenbüros sowie Online-Einstellung in nationalen und internationalen Wissenschaftsnachrichtendiensten
900.000 Aufrufe/Jahr auf der Webseite der UDE
- Reichweite: monatlich im Schnitt 190 Clippings in **überregionalen Medien**, täglich 15 - 25 Seiten
Pressespiegel = 12-bändige Jahresausgabe
- >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: 74.000 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: 5 Mio. Aufrufe/Jahr allein der Startseite 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**
- >25 koordinierte Fototermine für das **UDE-Bildarchiv**
- >30 Vor-Ort-Drehbegleitungen für **TV- und Hörfunkbeiträge**
- >15 **Uni-Porträts** für fremde Publikationen/Webseiten



Webservices

- Betreuung der zentralen **deutsch- und englischsprachigen Webseiten** der UDE
- Beratung und Unterstützung der **UDE-Einrichtungen** in allen Fragen rund um die Netzpräsenz (2016 bspw. besonders Medizinische Fakultät)
- Redaktion des **Newsblogs** / Newsletters CAMPUS:AKTUELL
- Onlinegestützte interne Kommunikation (**Intranet**)
- Pflege der **Social Media**-Aktivitäten der UDE; neue Kanäle: XING, instagram, wordpress.com
- Vorbereitung der Weiterentwicklung des **UDE-Webauftritts** 2017 (Relaunch: Koordination technischer Anforderungen, inhaltliche Konzeption, Funktionsentwicklung)
- Entwicklung eines **Redaktionssystems** im CMS IMPERIA
- Aufbau eines **zentralen Bildarchivs**
- Mitarbeit an der **UDE-Inklusionsmatrix** (Anforderungen Barrierefreiheit und Web allgemein)
- **Reichweiten** (Beispiele):
 - 5 Mio. Aufrufe der UDE-Startseite
 - 1 Mio. Aufrufe von Pressemitteilungen
 - 2,12 Mio. Aufrufe der Studiengangsdatenbank

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: >25.000 Follower
 - Twitter: >7.800 Follower
 - Instagram: >2.000 Follower
 - Youtube: >32.000 Video-Aufrufe jährlich
 - weitere Angebote: Flickr, Google+, Tumblr, RSS,
neu: Instagram, Xing,
Blog „365tageude“



- tägliche redaktionelle Überarbeitung der Einträge für den **Online-Veranstaltungskalender** (50 - 100 Einträge/Monat)
- tägliche Erstellung und Versand des **UDE-Pressespiegels** sowie Intranet-Einstellung
- wöchentlich aktualisierte öffentliche **Aushänge** (Pressespiegel, Plakate)
- Aufbau und Pflege der **Online-Bilddatenbank** (>1.000 Fotos)
- Koordination der **Zentralen Adressdatenbank** (>12.000 Datensätze)
- regelmäßiger **Versand von UDE-Infomaterialien** sowie Tagungsmappen

- Begrüßung und Vorstellung der **neu berufenen Professor/innen** für die interne und externe Öffentlichkeit
- professionelle Briefings von Uni-Angehörigen im **Medienumgang**
- **Vermittlung** von Fotograf/innen 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 2016 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-Abonent/innen: 74.000
- 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, Personalien 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: 28 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