

Immer gut informiert:

# ***Das Presseressort an der Universität Duisburg-Essen***

**Leistungsbilanz 2018**



- Leiterin: Beate Kostka
- Redakteurinnen: Ulrike Bohnsack und Cathrin Becker
- Webredakteur\*innen: Arne Rensing, Ulrike Eichweber und Mirco Michel
- Sachbearbeiterinnen: Manuela Münch und Dr. Alexandra Nießen



- **Zielgruppenorientierte Pressearbeit**
- die UDE in allen relevanten Medien mit **neuen Themen aus Forschung und Lehre** platzieren
- öffentliche Aufmerksamkeit lenken auf **Profilschwerpunkte sowie Forschungs- und Lehrerfolge**
- **Image der UDE pflegen** und ihre Bekanntheit steigern
- **Identifikation** mit der Hochschule erhöhen
- **Netzwerken** mit Redaktionen, Leitmedien, Institutionen, UDE-Angehörigen
- den in- wie externen **Informationsfluss** sicherstellen
- Kommunikationsprozesse **steuern**
- die Uni-**Kommunikationsstrategie** begleiten
- maßgeschneiderte **Services** anbieten



- Ca. 400 **Pressemitteilungen** werden jährlich erstellt und an rd. 500 lokale, regionale und überregionale (Fach-) Redaktionen und Journalistenbüros versendet.
- Zusätzlich werden sie online in nationale und internationale Wissenschaftsnachrichtendiensten eingestellt, etwa in den **Informationsdienst Wissenschaft** (bis zu 21.500 Abonnenten je Meldung) sowie über das internationale Journalistenportal **alphagalileo**.
- Reichweite: Der UDE-Pressespiegel hat einen täglichen Umfang von ca. 15 – 20 Seiten und verzeichnet monatlich im Schnitt 180 Clippings in **überregionalen Medien**. Die 12-bändige Jahresausgabe umfasst 3.851 Seiten.
- Über **1,5 Mio.** Mal werden die Pressemitteilungen auf der UDE-Webseite jährlich aufgerufen.
- Das Ressort Presse ist in die Erstellung **video-journalistischer Formate** eingestiegen, um die cross-mediale Kommunikation zu unterstützen.

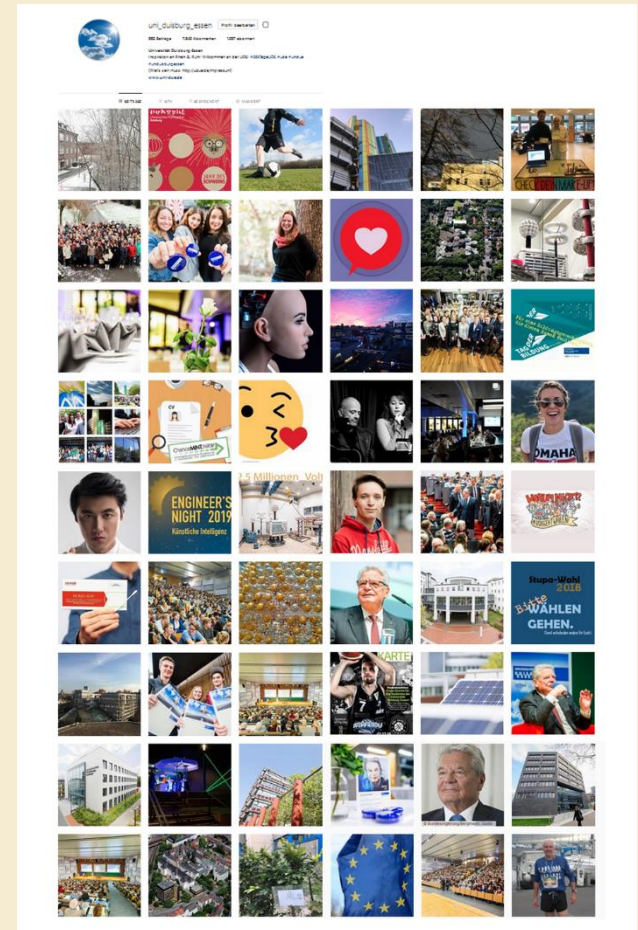
## Wissensvermittlung und Stellungnahmen



- **Die UDE als Drehort:** Pro Jahr werden den anfragenden Medienvertreter\*innen ca. 30 **Drehgenehmigungen** erteilt sowie **Pressegespräche** bzw. **Dreh- und Fototermine** betreut.
- **Gefragte Expertise:** Täglich melden sich drei bis fünf Medienvertreter\*innen zur Rechercheunterstützung; so können jährlich etwa 300 UDE-**Expert\*innen in die Medien vermittelt** werden (Wissenschaftler\*innen, Mitarbeiter\*innen, Studierende).
- **Positionsbestimmung:** Oft erkundigen sich Medien, welche Haltung die UDE zu einem Thema hat. Dann entwickelt die Pressesprecherin in Abstimmung mit der Hochschulleitung und/oder UDE-Angehörigen **Stellungnahmen** (ca. 100/Jahr).
- **Investigative Journalistenanfragen:** Zunehmend im Verbund recherchieren überregionale Medien zu sensiblen Themen. Das Ressort Presse geht den Themen nach, stimmt sie innerhalb der UDE ab und antwortet für die Hochschule.

**Direkter Dialog mit der Öffentlichkeit:** insbesondere über die Social Media-Kanäle der UDE, die in der Webredaktion im Ressort Presse betreut werden.

- **Facebook:** 33.500 Follower, Beitragsreichweite bis zu 200.000 pro Beitrag; Zielgruppe insbes. Studierende und UDE-Angehörige
- **Twitter:** 10.250 Follower (monatl. bis zu 200.000 Tweet-Impressionen); Zielgruppe: u.a. Journalist\*innen
- **LinkedIn:** 32.500 Follower; Zielgruppe v.a. Alumni
- **Instagram:** 7.600 Follower; Zielgruppe v.a. Schüler\*innen, Studieninteressierte, Studierende
- **Youtube:** 103.000 Video-Aufrufe jährlich
- **Flickr:** Zentrales Bildarchiv mit **ca. 7.100** Fotos
- **Weitere Angebote:** WhatsApp, RSS, XING



# CAMPUS:AKTUELL

- bündelt übersichtlich Infos aus sämtlichen Uni-Bereichen
- insgesamt 20 Ausgaben in 2018 mit je rund 30 Beiträgen zu Forschung, Lehre, Gremien, internationalen Gästen, 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 (Newsblog)
- Mail-Abonent\*innen: 74.000
- Adressaten: Wissenschaftler\*innen, Studierende, weitere UDE-Mitarbeiter\*innen, Interessierte

## 10|2018 CAMPUS:AKTUELL

Newsletter der Universität Duisburg-Essen

UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN  
Offen im Denken

10. Oktober 2018



### Tagung und Vortragsreihe Eine Region und ihre Hochschulen

Großer Bahnhof: Mit einer Tagung im Kultur- und Stadthistorischen Museum Duisburg und einer Vortragsreihe an wechselnden Veranstaltungsorten macht die UDE auf ihre lange Hochschultradition aufmerksam.

► <https://www.uni-due.de/2018-10-04-tagung-hochschulgeschichte>

### Neue und verlängerte DFG-Förderung Zweifach erfolgreich

Volltreffer: Gleich zwei Anträge der UDE waren in der aktuellen Förderrunde der Deutschen Forschungsgemeinschaft erfolgreich. Die DFG rücht eine Forschungsgruppe neu ein und verlängert die Laufzeit einer bereits bestehenden.

► <https://www.uni-due.de/2018-09-21-dfg-forschungsgruppen-forderung>

### Aus dem Inhalt

- UDE weltweit vielzitiert
- Drei neue Studiengänge in den Geisteswissenschaften
- Sieben Millionen Euro für ProViel
- Vor- und Nachteile der Ultraschall-MRT
- Materialien für den 3D-Druck
- Gert Scobels außergewöhnlicher Weltblick
- Preis für Graumalliepertre
- Schlaganfallfolgen schneller heilen
- Sport für Pflanzen
- Altkantor Prof. Ingo Wolff feierte 80.
- Humboldt-Stipendiat zu Gast an der Fakultät für Mathematik
- Wo Ältere mehr oder weniger arbeiten
- Workshop zeigt Alternativen zum Lehrerdasein auf
- Outgoing Messe bietet Tipps für ein Auslandsstudium
- Erste Zertifikate nach Führungskräftebildung vergeben



### Joachim Prinz beim Ironman auf Hawaii Erste Krise bewältigt

Noch vor ein paar Tagen sah es so aus, als könne BYVL Professor Joachim Prinz beim legendären Ironman auf Hawaii nicht starten. Sein Rad war schwer geladert, jetzt kann er aufatmen. Am kommenden Samstag 18.15 Uhr deutscher Zeit geht's los.

► <https://www.uni-due.de/2018-10-10-joachim-prinz-beim-ironman-isarman>

DS presse@uni-due.de

@ www.uni-due.de

# CAMPUS:REPORT

- modernes Print-Magazin mit crossmedialen Elementen (u.a. mit Videoclips, Bilderstrecken)
- journalistisch, populärwissenschaftlich
- wechselnder thematischer Schwerpunkt, mit dem die wissenschaftliche Expertise der Uni abgebildet wird.
- Erscheinungsweise: 2-mal jährlich
- Umfang: ca. 40 bis 48 Seiten
- Auflagenhöhe: 4.000
- Adressaten: allgemeine Öffentlichkeit, Uni-Angehörige, (künftige und ehemalige) Studierende und deren Eltern, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft



# Info-Flyer Daten und Fakten

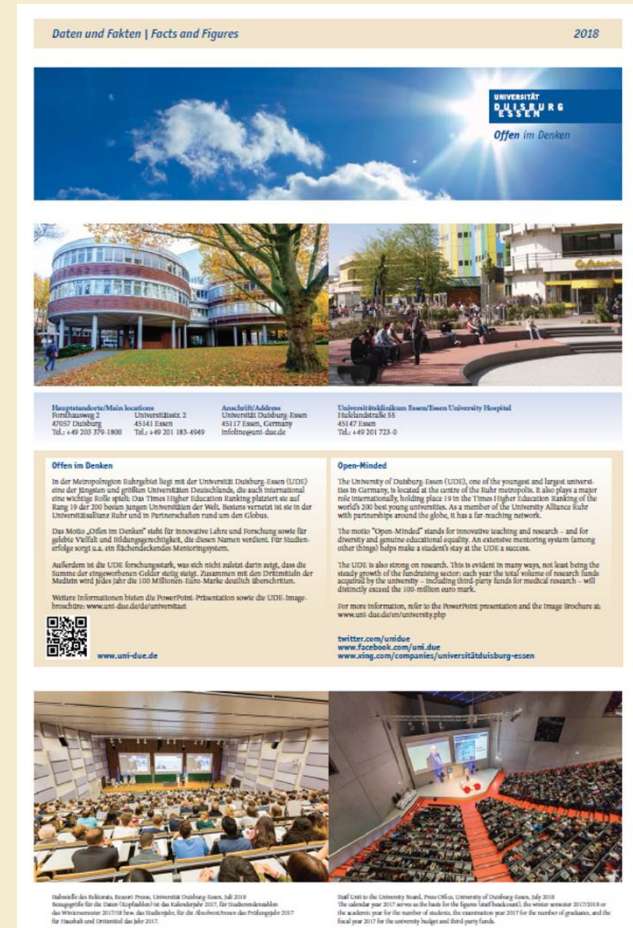
- Auf den Punkt: die wichtigsten Zahlen über die UDE auf einen Blick in deutsch und englisch

# Wegweiser

- Wo ist was? Zwei Lagepläne der wichtigsten Universitätsstandorte auf 28 Seiten und zum Download im Internet

# PowerPoint-Präsentation

- Auf einen Blick: kompakte Uni-Darstellung zur UDE-Präsentation, z.B. auf Tagungen, einschließlich Masterdatei für den Einsatz in dezentralen Anwendungen



- regelmäßige Aktualisierung der **UDE-Startseite**, die 3,5 Mio. Mal/Jahr aufgerufen wird (Studiengangsdatenbank: 2 Mio.)
- Design- und Funktionsentwicklung für den **UDE-Webauftritt**
- Federführung bei der Vorbereitung des **Relaunchs des UDE-Webauftritts**, der im Jahr 2019 erfolgt
- Betreuung der zentralen **deutsch- und englischsprachigen Webseiten**
- Beratung und Unterstützung der **UDE-Einrichtungen** in allen Fragen rund um die Netzpräsenz
- Onlinegestützte interne Kommunikation (**Intranet**)
- Aufbau der webgestützten **Notfallkommunikation**
- Beratung bei der Umsetzung der **Datenschutzgrundverordnung**





**Beachten Sie bitte:**  
Diese PDF-Datei darf nur für interne Zwecke genutzt werden.  
Das Abspeichern und eine Weitergabe an Dritte in elektronischer oder Print-Form sowie die Komplett- oder Teileinstellung auf anderen Webseiten ist aus urheberrechtlichen Gründen nicht gestattet.

- 11

# Kommunikative Unterstützung der Leitungsgremien



- Meilensteine, Highlights, Überblick: Was hat die UDE in den vergangenen Jahren erreicht und wo neue Akzente gesetzt? Beteiligung an der Neukonzeption des **UDE-Jahresberichts** sowie redaktionelle Bearbeitung der Textfassung
- Was bewegt die Universität: Worüber diskutiert der **UDE-Senat**? Zusammenfassender Bericht der Senatssitzungen im Newsletter

## Briefing für Hochschulangehörige

- Begrüßung, Beratung und Vorstellung der **neu berufenen Professor\*innen** für die interne und externe Öffentlichkeit, u.a. zur Sicherstellung eines regelmäßigen Kontakt- und Informationsflusses für nachfolgende Kommunikationsanlässe
- professionelle Briefings von Uni-Angehörigen im **Medien-umgang** und gezielte Abstimmung zur konkreten Rollenverteilung bei Medienfragen
- Beantwortung interner Anfragen und Auskunft zu **allgemeinen Informationen** über die Uni (etwa 120 Mal pro Woche)

