

BERAT BAR



Das Kommunikationsteam im Büro für Öffentlichkeitsarbeit berät und unterstützt Sie ...

... in folgenden Bereichen der Wissenschaftskommunikation:

- » Pressearbeit zu Publikationen und Projekten
- » Kontaktaufnahme mit Journalist*innen/Platzieren von Themen
- » Social Media
- » Fotografie
- » Audio- und Podcast-Produktion
- » Video-Produktion
- » Erarbeitung eines individuellen Kommunikationsprofils (Platzierung als Expert*innen in einem Themenfeld, Aufbau einer Online-Präsenz etc).

Teilen Sie uns Ihr Anliegen oder Ihre Frage mit: presse@uibk.ac.at

EXTRA-Tipp: Weitere Services wie Grafik, Webentwicklung, Veranstaltungsorganisation oder Wissenschaftsvermittlung finden Sie auf der Webseiten des Büros für Öffentlichkeitsarbeit.

VERSTEH BAR



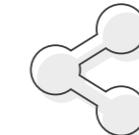
Journalist*innen stellen Inhalte für die Zielgruppe ihres Mediums verständlich und interessant dar.

Eine eigene Wissenschaftsredaktion gibt es allerdings nicht bei allen Medien. Umfassendes Vorwissen und lange Recherchen können nicht zwingend erwartet werden.

- » Erklären Sie alle Fachbegriffe, die sich nicht vermeiden lassen.
- » Platz und Zeit sind meistens Mangelware: Konzentrieren Sie sich auf wenige, wesentliche Punkte, die Sie aus Ihrer Forschung berichten wollen.
- » Erklären Sie die zentralen Aspekte Ihrer Forschung in einfachen Worten oder Fassen zusammen. Beispiele, Vergleiche und Metaphern bieten sich gut zur Erklärung an. Ein einfaches Beispiel: Will man die Rechenleistung eines Hochleistungsrechners hervorheben, können die wenigsten etwas mit technischen Daten anfangen, wohl aber mit der Erklärung: Der Supercomputer hat so viel Rechenleistung wie 100.000 PCs.
- » Vereinfachungen bedeuten manchmal, dass etwas nicht ganz so exakt dargestellt wird, wie Sie es aus wissenschaftlichen Publikationen kennen. Wenn etwas nicht grundlegend falsch ist, lohnt es sich, mit kleinen Ungenauigkeiten zu leben.

EXTRA-Tipp: Gerade bei komplexen Inhalten aus der Grundlagenforschung ist es wichtig, Anknüpfungspunkte an tagesaktuelle und/oder wichtige gesellschaftliche Themen herzustellen.

WAHRNEHM BAR



Redaktionen erhalten täglich eine Unzahl an Presseinformationen und Nachrichten.

Timing und Thema, die Wahl des richtigen Kommunikationskanals und Ansprechpartners, aber auch eine gute Aufbereitung der Inhalte sind das Um und Auf, um nicht in der Informationsflut unterzugehen.

- » Bevor Sie ein Thema oder einen Kommentar in den Medien platzieren möchten, informieren Sie sich, was sonst noch an tagesaktuellen Themen ansteht.
- » Nützen Sie die langjährige Expertise der Mitarbeiter*innen des Kommunikationsteams, wenn Sie Ihr Anliegen in den Medien unterbringen möchten.
- » Planen Sie bitte bei Presseinformationen, die an einen bestimmten Zeitpunkt gebunden sind, wie beispielsweise hochrangige Publikationen, genügend Vorlaufzeit ein. Bei Publikationen in Journals kontaktieren Sie uns am besten, sobald das Paper akzeptiert wurde.
- » Wenn Sie bereits mit Journalist*innen zusammengearbeitet haben, ist es wichtig, Vertrauen und eine gute Beziehung für zukünftige Zusammenarbeit aufzubauen.

EXTRA-Tipp: Es kann passieren, dass die beste Planung und Vorbereitung nichts hilft, wenn unerwartete Ereignisse eintreten, die in den Medien Vorrang haben. Eine Sende- oder Abdruckgarantie gibt es nicht.



Wissenschaft kommunizieren





Liebe*r Wissenschaftler*in,

die universitäre Öffentlichkeitsarbeit erhöht die positive Wahrnehmung der Universität Innsbruck in der Gesellschaft und ist damit ein unverzichtbarer strategischer Erfolgsfaktor. Einer der wichtigsten und gesellschaftlich relevantesten Teilbereiche der Öffentlichkeitsarbeit ist die Wissenschaftskommunikation – und die beginnt zuallererst bei Ihnen, denn als Wissenschaftler*in haben Sie die Chance, über sich und Ihre Motivation zu sprechen und damit die wissenschaftliche Arbeit als Prozess in den Fokus zu rücken! Aus diesem Grund haben wir in diesem Mini-Manual grundlegende Informationen zum Thema Wissenschaft und Medien zusammengefasst. Wir möchten Sie außerdem dazu einladen, als Angehörige*r der Universität gesehen zu werden: Bei öffentlichen Anlässen wie Vorträgen, Kongressen oder Podiumsdiskussionen, insbesondere, wenn Sie die Gelegenheit haben, in Medien aufzutreten. Wir möchten Sie außerdem dazu einladen, mit uns Kontakt aufzunehmen, wann immer Sie Hilfe und Beratung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit benötigen.

Im Büro für Öffentlichkeitsarbeit unterstützen wir Sie in allen Bereichen der (Wissenschafts-) Kommunikation!

Uwe Steger
Leiter des Büros für Öffentlichkeitsarbeit

www.uibk.ac.at/de/public-relations

ERREICH BAR

Journalist*innen arbeiten meistens unter Zeitdruck und harten Deadlines.

Wer mit Medien gut zusammenarbeiten möchte, muss erreichbar sein – egal ob Sie mit Journalist*innen in Kontakt treten oder diese sich an Sie wenden.

- » Geben Sie Kontaktdaten weiter, unter denen Sie auch kurzfristig erreichbar sind.
- » Antworten Sie auf Anfragen zeitnah. Das gilt auch, wenn Sie eine Feedback-Schleife vereinbart haben oder eine Anfrage ablehnen.
- » Tageszeitungen legen Themen am frühen Vormittag fest, üblicherweise müssen Beiträge spätestens am Abend fertig sein. Erkundigen Sie sich am besten, bevor Sie eine Anfrage annehmen, über die zeitlichen Rahmenbedingungen.
- » Je unkomplizierter die Zusammenarbeit verläuft, desto größer ist die Chance, dass man Sie wieder kontaktieren wird.

EXTRA-Tipp: Bei brisanten oder vielschichtigen Themen hilft es, sich über die Wortwahl Gedanken zu machen und zurückzurufen, anstatt unmittelbar zu antworten. So lassen sich Unannehmlichkeiten vermeiden. Sie haben nämlich keinen Anspruch auf eine Freigabe des Beitrags. Korrekturen können – außer bei direkten Zitaten – nicht eingefordert werden.

Mehr Info dazu:

www.uibk.ac.at/de/public-relations/services/wissenschaftskommunikation



SICHT BAR

Fotos und Videos sind zentrale Elemente der Kommunikation.

Kaum eine Nachricht kommt ohne Bilder aus, professionelle Videoaufnahmen werden nicht mehr nur fürs Fernsehen, sondern auch im Web und für Soziale Medien benötigt. Neben redaktionellem Bildmaterial werden oft auch Sie als Expert*in in den Fokus gerückt.

- » Bei Foto- und Videoterminalen empfiehlt sich Kleidung ohne starke Musterung, Aufdrucke oder Glitzereffekte. Nehmen Sie eine offene, gerade Körperhaltung ein, bei der Sie die Arme weder hängen lassen, noch verschränken.
- » Wenn Foto- oder Videoaufnahmen von Ihnen in Ihrem Arbeitsumfeld gemacht werden sollen, denken Sie über interessante und ansprechende Motive und Orte nach und besprechen Sie diese eventuell vorher.
- » In Videos wird in einer sogenannten „Bauchbinde“ der Name und eine kurze Info zur Person eingeblendet. Bitte weisen Sie darauf hin, dass die Universität Innsbruck in der Bauchbinde nicht fehlen darf.

EXTRA-Tipp: Wenn Sie Online-Interviews geben, organisieren Sie sich ein qualitativ hochwertiges Mikrofon oder Headset. Achten Sie auf die Kameraposition – insbesondere, wenn Sie mit einem Notebook arbeiten – und verwenden Sie die vom Büro für Öffentlichkeitsarbeit bereitgestellten Bildschirmhintergründe.



Mehr Info dazu:

www.uibk.ac.at/de/public-relations/services/wissenschaftskommunikation

HÖR BAR

Die Stimme der Wissenschaft ist gefragt.

Von der Einschätzung tagesaktueller Themen in den stündlichen Nachrichten über Live-Schaltungen in Sendungen mit Fragemöglichkeiten der Hörer*innen bis hin zu umfassenden Hintergrundinformationen für ausführliche Audio-Features: Die Expertise von Wissenschaftler*innen ist ein zunehmend wichtiger Bestandteil der täglichen Arbeit von Radio-Redaktionen. Auch Audiopodcasts haben sich in den letzten Jahren als intensiv genutztes Kommunikationsmittel etabliert. Kaum ein Format in der Wissenschaftskommunikation bietet Forscher*innen so viel Raum, um über ihre Arbeit zu sprechen.

- » Sprechen Sie in kurzen Sätzen mit einer möglichst klaren Stimme und versuchen Sie, Dialekt zu vermeiden. Ihre Stimmfarbe hingegen macht Sie authentisch.
- » Achten Sie auf eine möglichst ruhige Umgebung. Alltagsgeräusche wie etwa Papierrascheln oder Kugelschreiber-Klicken sind auf Aufnahmen gut zu hören.
- » Versuchen Sie, Sprechpausen nicht allzu oft mit einem „Äh“ zu füllen.
- » Sofern nötig, bereiten Sie sich schriftlich nur stichwortartig und mit wesentlichen Kernaussagen auf ein Interview oder Gespräch vor. Vorformulierte Texte sind nicht zu empfehlen!

EXTRA-Tipp: Keine Scheu vor Aufnahmen der eigenen Stimme: Sich selbst zu hören, kann anfangs etwas irritieren – das ist normal.

Mehr Info dazu:

www.uibk.ac.at/de/public-relations/services/wissenschaftskommunikation

