



# Mobilstationen-Kampagne #DuGibstDenTonAn

## Das Medienkit – Zweck, Einsatz und Inhalte

# Das Medienkit

---

## ZIELE

1. Über die Kampagne und ihre Bausteine, die Mobilstationen und das Projekt **informieren**
2. **Alle Kommunikator\*innen / Multiplikator\*innen mit dem nötigen Rüstzeug ausstatten, das sie brauchen, um bei der Kommunikation zu helfen**

## Kommunikationskanäle

- Medien (Zeitung, ggf. Radio)
- Kommunale Medien (Amtsblätter, Homepages, Social Media)
- Partnermedien (Homepages, Social Media, Intranet, Blog, Newsletter, Kundenmagazin etc.)



# Das Medienkit

---

## EMPFÄNGER\*INNEN

- Alle, die helfen sollen und wollen, die Kampagneninhalte mitzukommunizieren – die generellen Botschaften, aber auch die Aufrufe und Begleitkommunikation zur Umsteigeaktion sowie zu den Schnupper-Events. Dazu gehören:
  - Die Konsortialpartner (deren Pressestellen oder andere zuständige Abteilungen, z.B. Online)
  - Pilot-Kommunen (“)
  - Projekt-/Kampagnenpartner (“, Beispiele siehe nächste Folie)
  - Die Medien (Zeitungen, Radio, TV, Blogs, Social Media etc. – via Pressemitteilungen und Online-Kommunikation der Konsortialpartner, Kommunen und Projektpartner)
  - Die Umsteiger\*innen (zur eigenen Information und als Unterstützung bei der eigenen Kommunikation in den SoMe)
  
- Das Medienkit wird in **3 Versionen** zur Verfügung gestellt – für Troisdorf, Kerpen, allgemein.

# Das Medienkit

---

## BEISPIELE FÜR MITKOMMUNIKATOR\*INNEN (PARTNER)

- Ämter und Kommunalpolitik
- Kommunale Einrichtungen und Tochtergesellschaften
- Wirtschaftsförderung und Regionale Entwicklung
- Tourismus und Stadtmarketing
- Verkehrsunternehmen und Mobilitätsdienstleister  
(DB, VRS, KVB, SWB, REVG, WSW, wupsi, RVK, OVAG, Nextbike, ...)
- Vereine, Verbände, Institutionen und Initiativen
- Schulen, Hochschulen und Berufsschulen
- Wirtschaft (IHK, Handwerkskammern, Verbände) zur Erreichung von Einzelhandel und Dienstleistern
- Große Arbeitgeber in der Region



# Das Medienkit

---

## INHALT

- **Kampagnen-Infolyer** (Webversion) und **MOST-Projektflyer** (Webversion)
- **Kampagnenmotive** (3 Stck, DIN A4 druckfähig z.B. als Anzeige + JPGs druckbar + Web)
- **Pressefotos** zur kostenlosen redaktionellen Nutzung
- **Social-Media-Vorlagen** für IG, FB, Twitter mit Redaktionsplan und Hinweis auf kosten-losen Zugang zum Online-Tool Canva zur Anpassung der Vorlagen an eigene Bedarfe
- Liesmich-Datei mit Hinweis zur Angabe der Bildquellen bei redaktioneller Nutzung
- **Muster-Pressemitteilung** zur Anpassung an die eigenen Bedarfe und Versendung durch die eigene Pressestelle
- **Onepager „Mobilstationen.NRW“**
- **Onepager „Kampagne“**
- **Onepager „Gib den Schlüssel ab!“**
- **Onepager „Modellprojekt“**

# Das Medienkit

---

## HINWEISE ZUR PRESSEMITTEILUNG

- Die PM ist eine **Muster-Vorlage**, die allen Projektbeteiligten zur Verfügung gestellt wird.
- Sie soll eine **Arbeitserleichterung** für die Pressestellen sein und sicherstellen, dass wichtige Zusammenhänge von allen beteiligten Institutionen richtig transportiert werden.
- Exemplarisch wurde sie für Troisdorf erstellt – alle Mitkommunikator\*innen (bzw. deren Pressestellen) müssen **bitte die PM in Eigenregie auf die eigenen Bedarfe anpassen**.
- Bewusst wurden alle Bausteine der Kampagne in einer PM zusammengeführt. Diese kann als umfängliche Information über die Kampagne zusammen mit dem Medienkit (via Downloadlink) an die Medien versendet werden.
- Wie die Pressestellen damit umgehen – ob sie eine PM versenden – oder zwei oder drei daraus machen – bleibt den Presse-Expert\*innen überlassen.
- Idealerweise werden PM und Medienkit **nicht nur an die Redaktionen versendet**, sondern den Medienvertreter\*innen persönlich in einem **Pressetermin**, bei einem Redaktionsbesuch oder per **Telefon** vorgestellt.

# Das Medienkit

---

## WAS IST ZU TUN?

Durch das geringe Mediabudget hängt der Erfolg der Kampagne zu den Mobilstationen zum großen Teil davon ab, dass so viele Institutionen wie möglich tatkräftig mitkommunizieren.

**Alle Empfänger\*innen bzw. Pressestellen sind daher gebeten, die Inhalte des Medienkits**

1. selbst zu nutzen: Bitte streuen Sie die Kampagne generell, aber auch die Umsteigeaktion und das Schnupper-Event **in alle eigenen internen und externen Kommunikationskanäle.**
2. Bitte **informieren Sie** mit der (an die eigenen Bedarfe angepassten Pressemitteilung) und dem Medienkit **Ihre Medienkontakte** – z. B. in einem Pressetermin, bei einem Redaktionsbesuch oder per Pressemitteilung.
3. **Bitte leiten Sie es zusätzlich auch an potenzielle Mitkommunikator\*innen im eigenen Umfeld weiter** und bitten diese um Mithilfe bei der Kampagnenkommunikation.

**DAS ZIEL: Möglichst viele Medien berichten über die Kampagne, das Modellprojekt, die Mobilstationen und die beiden Aktionen „Gib den Schlüssel ab!“ und das Schnupper-Event.**



**mobil.nrw**

**mobilstation**

**DANKE!** 

      

Abfahrten ab: Hamm (Westf.) Hbf			
Zeit	Über	Nach	Gleis
11:07	IC 2115	Erfurt Hbf - Weimar - Jena West - Jena-Göschwitz - Stadbrode - Gera Hbf	3
		ca. 3 Minuten später	
11:11	ICE 847	In-Spandau - Berlin Hbf (Sbf) ***** Bielefeld Hbf - Hannover Hbf - Berlin Gesundbrunnen	5
		planmäßig	
11:11	ICE 857	In-Spandau - Berlin Hbf (Sbf) ***** Bielefeld Hbf - Hannover Hbf - Berlin Gesundbrunnen	5
		ca. 9 Minuten später	
11:15	REX (RBX)	H Oeynhausen - Porta Westfalica ***** Hamm-Heessen - Ahlen (rMinden) (Westf)	9
		ca. 7 Minuten später	
11:16	IC 2044	Solingen Hauptbahnhof ***** Dortmund Hbf - Hagen Hauptbah Köln Hbf	10
		ca. 2 Minuten später	
11:17	RBSP	lin - Soest - Bad Sassendorf - Lippstadt - Dedinghausen - Ehringh Paderborn Hbf	4
		planmäßig	
11:20	REX (RBX)	Drensteinfurt - Rinkeade - Münster-Hilbrup ***** Hamm-BockMünster (Westf) Hbf	2
		planmäßig	
11:20	REX (RBX)	Hena-Deutz - Köln Hbf - Bf Ehrenfeld_Köln - Horrem Bl_Körpen (P+R)Aachen Hbf	1
		planmäßig	
11:25		Dörsheim Bf - Nettetal Breyell Bf - Nettetal Kaldenkirchen Bf ***** Venlo, Bahnhof	6