



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.



mobilstation

DANKE!











Abfahrten ab: Hamm (Westf.) Hbf			
Zeit	Über	Nach	Gleis
11:07	RE - Erfurt Hbf - Weimar - Jena West - Jena-Göschwitz - Stadbrode - Gera Hbf		3
	IC 2155 ca. 3 Minuten später		
11:11	in-Spandau - Berlin Hbf (Ibf) ***** Bielefeld Hbf - Hannover Hbf - Berlin Gesundbrunnen		5
	ICE 847 pünktlich		
11:11	in-Spandau - Berlin Hbf (Ibf) ***** Bielefeld Hbf - Hannover Hbf - Berlin Gesundbrunnen		5
	ICE 853 ca. 9 Minuten später		
11:15	id Goyshausen - Porta Westfalica ***** Hamm-Hessen - Ahlen (rMinden (Westf)		9
	REX (REX) ca. 7 Minuten später		
11:16	- Solingen Hauptbahnhof ***** Dortmund Hbf - Hagen Hauptbah Köln Hbf		10
	IC 2044 ca. 2 Minuten später		
11:17	in - Soest - Bad Sassendorf - Lippstadt - Dedinghausen - Ehringha-Paderborn Hbf		4
	REX pünktlich		
11:20	- Drensteinfurt - Rinkarode - Münster-Hilrup ***** Hamm-BockMünster (Westf) Hbf		2
	REX pünktlich		
11:20	rena-Deutz - Köln Hbf - Bf Ehrenfeld,Köln - Harrem BLKörpen (RheAachen Hbf		1
	REX (REX) pünktlich		
11:25	Düsseldorf - Nettetal Breyell Bf - Nettetal Kaldenkirchen Bf ***** Venlo, Bahnhof		6

