

Kriterien für Medienmitteilungen

Ob in einem spezifischen Fall eine Medienmitteilung die beste Kommunikationsmassnahme ist, entscheidet die Medienstelle – in Absprache mit dem / der Themenmanager/in – jeweils situativ. In der Folge werden einige der Kriterien aufgezeigt, die durch das Medienteam bei der Entscheidungsfindung beigezogen werden. Weiter wird darauf eingegangen, in welchen Fällen eine eigene, in welchen Situationen eine gemeinsame und in welchen Fällen eine Medienmitteilung durch eine Partnerorganisation denkbar ist.

Grundsätzlich gilt, wie bei allen anderen Kommunikationsmassnahmen, dass jeweils diejenige Institution, die in der Forschung im Lead ist, auch in der Kommunikation den Lead übernimmt.

Medienmitteilungen der ETH Zürich

Eine eigene Medienmitteilung versendet die ETH Zürich bei Themen,

- die von ausserordentlich breitem nationalen oder internationalen Interesse sind, weil sie besonders gesellschaftsrelevant und aktuell sind (Beispiel: Bootsflüchtlinge retten durch mathematische Modelle)
- welche die Institution betreffen und breit an die Medien kommuniziert werden sollen (Beispiele: Studierendenzahlen, neue Schulleitungsmitglieder, ETH-Tag)
- welche im Zusammenhang mit einem Medienanlass stehen (z.B. Eröffnung AI Center)
- bei denen alle Medien gleichzeitig die gleichen Infos erhalten sollen (z.B. Klimaszenarien der Schweiz)
- mit denen die ETH aufgrund ihrer Strategie vermehrt in Zusammenhang gebracht werden möchte / sich positionieren möchte (z.B. [Kreislaufversagen vorhersagen](#))

Entscheidet sich die Hochschulkommunikation bei einem Thema gegen eine ETH-News, ist es auch keine Option, eine Medienmitteilung zum Thema zu versenden.

Gemeinsame Medienmitteilungen

Neben den obigen Kriterien bedingt eine gemeinsame MM, dass bei Themen,

- ETH-Angehörige und Angehörige anderer Forschungsinstitutionen zu gleichen Teilen einen Beitrag geleistet haben
- die Möglichkeit besteht, dass alle Institutionen den Text gemeinsam verfassen.
- die Logos aller Institutionen verwendet werden dürfen (Beispiel: Maschine hält Spenderleber eine Woche am Leben)

Auch gemeinsame Medienmitteilungen werden auf unserer Webseite publiziert. Für Versand und pdf ist die Forschungsinstitution verantwortlich, welche im Lead ist. Der Versand kann auch regional aufgeteilt werden.

Medienmitteilung anderer Institutionen, Organisationen und Firmen mit Erwähnung der ETH

Es steht anderen Institutionen, Organisationen und Firmen frei, per Medienmitteilung die Resultate aus Forschung, eines Projektes oder einer Zusammenarbeit zu kommunizieren, wenn:

- ETH-Angehörige zwar beteiligt, jedoch nicht im Lead sind
- ETH-Angehörige und Angehörige der anderen Institution zu etwa gleichen Teilen verantwortlich sind, die ETH Zürich jedoch keine Medienmitteilung zum Thema vorsieht
- Ein Industriepartner oder eine Organisation eine Zusammenarbeit mit der ETH kommunizieren möchte

In diesen Fällen gilt:

- die ETH Zürich soll in der Medienmitteilung angemessen erwähnt werden
- die Medienstelle soll frühzeitig über die geplante Kommunikation informiert werden; noch bevor Absprachen, welche die Kommunikation betreffen, mit Angehörigen der anderen Institution getätigt werden
- andere sollten in Medienmitteilungen nicht für die ETH Zürich sprechen – das tut die Hochschule selber
- die Medienstelle soll die Medienmitteilung vorab lesen und die korrekte Erwähnung der ETH überprüfen können
- das Logo der ETH Zürich darf nicht verwendet werden.

Nicht immer ist eine Medienmitteilung der optimale Weg, ein Thema zu kommunizieren. Die ETH Zürich verfügt über eine Reihe von Kommunikationskanälen und kennt verschiedene Massnahmen, Aufmerksamkeit für ein Thema zu gewinnen. Gerne beraten die Themenmanager und Themenmanagerinnen der Hochschulkommunikation und können eine auf die jeweilige Zielgruppe und das Thema zugeschnittenen Kommunikationsmassnahme empfehlen.

Logoverwendung auf Medienmitteilungen

Bei gemeinsamen Medienmitteilungen mit gleichberechtigten Partner werden alle Logos in der Dachzeile abgebildet.

Ist die ETH Zürich als Institution Partner eines grösseren Projektes (z.B. Digital Switzerland), ist aber selbst nicht Absender einer Kommunikation, so kann das ETH Zürich Logo im unteren Bereich der Medienmitteilung unter «Weitere Partner» oder «In Kollaboration mit» aufgeführt werden.

Verschickt ein Partner einer ETH-Einheit (z.B. Forschungsgruppe) eine Medienmitteilung zu einem gemeinsamen Projekt und die entsprechende ETH-Einheit möchte auf dieser Mitteilung vertreten sein, so kann ein Fremdmedienlogo verwendet werden.