



# Public Relations in a Nutshell

An introduction for Focus Projects 2017/18

# Corporate Communications at ETH Zurich

## What is our mission?

Increase reputation of ETH Zurich

## How do we do this?

Managing relations to various publics, such as

- Swiss tax payers
- Politics and public authorities
- Industry and economy
- ETH employees

# Corporate Communications at ETH Zurich

## What are our tasks?

- Consulting of ETH members in all aspects of public communication
- Maintenance of brand “ETH Zurich”
- Development and maintenance of the corporate design and language
- Editing of ETH Zurich’s website (corporate level)
- Editorial office for ETH publications (ETH News, „life“ and „Globe“ magazine, annual report, image brochure etc.)
- Media relations and media work
- Issues and reputation management
- Crisis communication
- Organisation of corporate events

# Corporate Design

# Corporate Design of ETH Zurich

## What is a “Corporate Design”?

Corporate Design (CD) is the standardized design of all visual expressions of an organization. It comprises:

- Logo
- Colours
- Typography
- Placement and position of design elements
- Etc.

All rules are written down in a CD-Manual.

# Corporate Design of ETH Zurich

## What are the benefits of a CD?

- It makes the identity of the organization visible.
- It guarantees a quick recognition.

# Corporate Design of ETH Zurich

## Binding CD-rules for Focus Projects (1/2):

- Use the correct logo version:



- The ETH logo must be placed at the most prominent position (compared with other logos) in all your public documents, on your prototypes, clothing etc.

**The logos must not be altered in any way!**

# Corporate Design of ETH Zurich

## Binding CD-rules for Focus Projects (2/2):

- Use the logos of potential partner universities, but in a smaller version than the ETH logo
- Logos of sponsors must be declared accordingly (e. g. category with the headline “Our Sponsors” etc.)
- Use only the term “ETH Zürich” or “ETH Zurich” if you write about ETH Zürich (Terms such as “ETHZ”, “Swiss Federal Institute of Technology”, “ETH Hönggerberg” etc. are not allowed.)



# Corporate Design of ETH Zurich

## What is your benefit if you follow these rules?

- Your project will be recognised as official ETH project – and this facilitates your search for sponsors, media contacts and public awareness.

# Corporate Design of ETH Zurich

## How Corporate Communications will support you

- You can download the logos and the CD manual at [www.cd.ethz.ch](http://www.cd.ethz.ch) (Gestaltungsbereich / Creative Design)

**Do not hesitate to share your drafts with us for approval before having them printed or going live!**

# Corporate Design of ETH Zurich

## What else do you need to know when setting up brochureware and websites? (1/2)

- Limit yourself to the most important messages
  - Who do you to address?
  - What do you want to achieve (with this readership)
  
- Use a linguistic style which is appropriate for your readers
  - Structure the content in a logical, well-arranged way (“Roter Faden”).
  - Use only as many technical terms as necessary.
  - Make short, concise sentences.
  - Explain complex interrelations in an easy way (e. g. charts).

# Corporate Design of ETH Zurich

## What else do you need to know when setting up brochureware and websites? (2/2)

- Use images for the emotional address
  - Be aware of the copyrights and licencing fees
- Be aware of copyrights and fees when using music

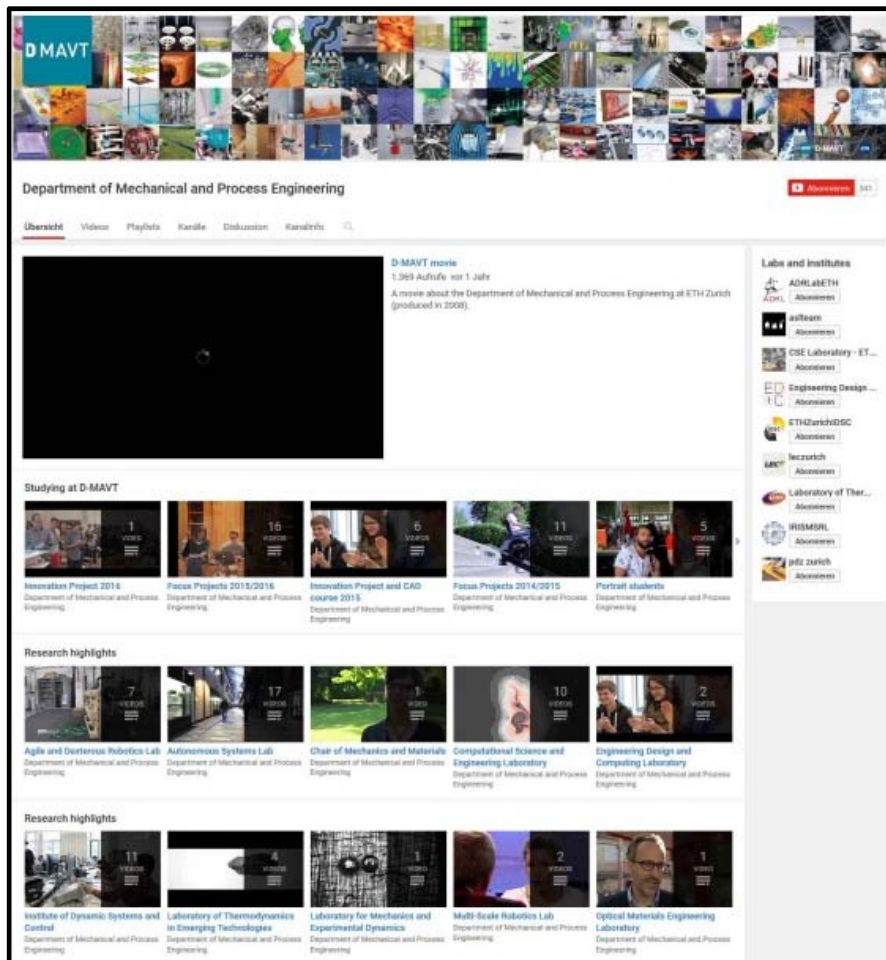
# **Social Media Activities**

# Social Media for Focus Projects

## Use social media for ...

- ... getting attention
- ... update friends and family  
(so they know why you're not calling anymore)
- ... finding potential sponsors
- ... getting connected with the other teams

# The YouTube Channel of D-MAVT



Let your videos appear in  
D-MAVT's You Tube channel:  
[www.youtube.com/user/ethfokusprojekte](http://www.youtube.com/user/ethfokusprojekte)

Send your links or your video file  
to: [pr@mavt.ethz.ch](mailto:pr@mavt.ethz.ch)

# Media Relations & Media Work



# Media relations & media work for Focus Projects

## How do you gain the medias' attention?

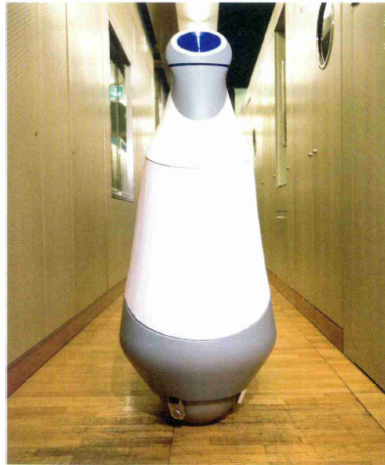
- Before you approach the media you should think of the following questions:
  - What goal do you want to achieve through media coverage?
  - What target group do you want to reach through media coverage?
- Choose the media you approach based on the answers to these questions

# Media relations & media work for Focus Projects – example

SWISS  
ENGINEERING

## Stabilität und Dynamik auf einer Kugel

Ein Team von Studierenden hat in die Realität umgesetzt, was sich auf Anhieb verrückt anhört und physikalischen Gesetzen zu widersprechen scheint. Ihr Ballbot «Rezero» schafft nicht nur den Balanceakt auf der Kugel, sondern bewegt sich auch unerwartet agil.



Der Ballbot Rezero bewegt sich durch den Korridor.

In einem Fokusprojekt der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETHZ) haben sich Studierende des Autonomous System Lab (ASL) mit Kolleginnen und Kollegen der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) und der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) zu einer Kooperation der besonderen Art zusammengefunden. Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit heisst Rezero. Es ist der erste Ballbot, der nicht nur die komplexe Kunst des

Balancierens beherrscht. Er demonstriert auf anschauliche Weise, dass ein Roboter ansprechend aussehen kann und ihm gegenüber kaum Hemmschwellen bestehen müssen. Ob als Fremdenführer, Dienstbote, Alltagshilfe oder Spielzeug, Rezero fühlt sich in engen Platzverhältnissen oder belebter Umgebung im Element. Er ist Bewegungskünstler und Unterhalter, er beeindruckt, weckt Emotionen und interagiert auf eindrückliche Weise mit den Menschen um

ihn herum.

### Das Ballbot-Prinzip

Augenfälliges Merkmal eines Ballbot ist der «Ball» auf dem er steht. Seine Kontaktfläche zum Untergrund ist nur ein Punkt, was ihn instabil macht. Andererseits ermöglicht dieser Umstand die freie Bewegung in jeder Richtung und die Rotation um die eigene Achse. Das Rollen in eine bestimmte Richtung bewirkt ein Gegenmoment – das Abkippen des Roboters entgegen der Bewegungs-

Magazin  
Swiss Engineering  
19.5.2011

# Media relations & media work for Focus Projects

## The rules of the mass media system (1/2)

- Stories are selected according to strict rules (so called “News values”):
  - Novelty: What is new? What is unexpected?
  - Relevance: What has consequences for a lot of recipients?
  - Proximity: How close is the scene of the event?
  - Personalisation: Are people in the centre of the story?
  - Etc.
- Shape your story according to these news values:
  - What aspect of your projects corresponds with the news values?
  - In what angle might the journalist (and its readership) be interested in?

# Media relations & media work for Focus Projects – example



## Roboterprojekt mit Valzeiner Beteiligung



Forschte an der ETH: der Valzeiner Student Corsin Gwerder.

**Der Valzeiner Student Corsin Gwerder konnte im vergangenen Jahr an der ETH an einem interessanten Roboterprojekt mitwirken. Das Projekt, welches er unter anderem auch in den USA präsentierte, ist an diesem Wochenende in Zürich zu betrachten.**

Die Eidgenössische Technische Hochschule (ETH) in Zürich gilt als die beste Ingenieurschule für den ganzen deutschsprachigen Raum. Einer der zukünftigen Alumni ist der Valzeiner Corsin Gwerder. In seinem Maschinenbauingenieurstudium konnte er in seinem letzten Bachelor-Jahr (5. und 6. Semester) an einem praxisnahen Fokusprojekt mitarbeiten. In einem Team mit weiteren 12 Studenten beschäftigte sich Gwerder mit dem Thema Roboter. Ziel des Projektes war es, einen Roboter zu konzipieren, der sich auf einer Kugel fortbewegt – in der Fachsprache Ballbot genannt.

**Einmalige Antriebstechnik**

Die Möglichkeit eines Kugelantriebs sollte dem Roboter eine ein-

malige Dynamik ermöglichen. «Das Ziel des Projekts war ganz klar diese Antriebstechnologie auszuweisen und ein Konzept zu entwickeln, dass sich der Roboter so schnell und dynamisch wie möglich auf einer Kugel fortbewegen kann», so der Valzeiner Student. Das Ziel war nicht in erster Linie ein Produktnutzen zu entwickeln, sondern wissenschaftlich zu erarbeiten was überhaupt möglich sei. Der Vorteil einer Kugel als Antriebsinstrument, sei die Möglichkeit der

Ausbalancierung. Ein Ballbot habe besseres Balancierpotenzial und stürze weniger schnell als die herkömmlichen Roboter.

**Viel Arbeit**

Hinter dem Vorhaben steckte anschliessend sehr viel Knochenarbeit. Zuerst hiess es ein Konzept zu entwickeln und Pläne zu kreieren. Dabei mussten genaueste Berechnungen erstellt werden, um die verschiedenen Einflussfaktoren in das Modell einfließen zu lassen. Weiter musste die Software für den Roboter entwickelt und danach der Prototyp zusammengebaut werden. Am Schluss wurde ein hüfthoher Prototyp erstellt. Gwerder war innerhalb des Projekts für die Systemmodellierung zuständig und sorgte für die Programmierung der Sensoren und Aktoren des Roboters, damit dieser auch richtig auf Umwelteinflüsse reagieren kann. «Es war sicherlich ein einmaliges Erlebnis. Als Student sitzt du in den Vorlesungen und denkst oftmals wie interessant die Materie ist, aber du kannst es dir in der Praxis nur begrenzt vorstellen. Hier hatten wir



Eine Animation des entwickelten Roboters. Fotos: zVg/D.Wellinger

Zeitung  
Prättigauer & Herrschäftler  
27.8.2011

# Media relations & media work for Focus Projects

## The rules of the mass media system (2/2)

- Documents for journalists have to be written according to strict rules.
  - Use the most important message first
  - Only use facts (no exaggerations, false impressions etc.)
  - Do not act like an advertiser / Do not use too many judgemental adjectives (e. g. “best”, “outstanding”, “excellent etc.”)
  - Respond to the 5 “w-questions”: Who? What? Where? When? Why?
  - Use short, concise sentences
  - Adapt the amount of technical terms to your target media and resort (less for public media, more for specialized media)

# Media relations & media work for Focus Projects

## 3 basic tools for media relations

- **No 1: Media corner on website**

Put relevant information for journalists in a designated corner on your website such as

- project description (cf. kit for sponsors),
- downloadable images,
- presentation dates of your project,
- published articles about your project and
- contact details for journalists.

# Media relations & media work for Focus Projects

## 3 basic tools for media relations

- **No 2: Pitching calls**

Calling up selected journalists and selling them a story idea over the phone. Only to use if you have something to say (result of work etc.).

# Media relations & media work for Focus Projects

## 3 basic tools for media relations

- **No 3: Fact Sheet**

A short, written text syndicated in order to inform quickly with facts & about your project.

(Press releases are used rarely and not appropriate for Focus Projects!)



# Media relations & media work for Focus Projects

## How to react when a journalist contacts you

- Be happy and use your chance – but with caution!
- Clarify the following points
  - On behalf of which medium is he/she calling?
  - What kind of request is he/she having?  
(Interview, statement, images, background information)
  - What topic is the planned article about?
  - What kind of questions does he/she have?
- Do not make any spontaneous statements on the phone
- Arrange for a meeting or a call back in order to gain time for preparation
- Inform ETH Corporate Communications

# Media relations & media work for Focus Projects

There is no “off-the-record” talk with journalists!



# Media relations & media work for Focus Projects

## What rights do you have?

- Information about topic and reason for media request
- No false alteration of statements
- Personal rights:
  - “Recht am eigenen Wort”: Always ask journalist to submit your quotes to you for approval before publishing!
  - “Recht am eigenen Bild”: Always ask journalist to submit images of you to you for approval before publishing!

# Media relations & media work for Focus Projects

## What rights do the media have?

- True facts (no lies or exaggerations)
- Right to use all information that were given to them
- Understanding for their – maybe – critical attitude

# Media relations & media work for Focus Projects

## Binding rules for ETH Focus Projects

- Always inform us before you contact media pro-actively.
- Always inform us if you are contacted by a journalist.
- Inform us immediately if you feel that your rights have been broken or if you feel uncomfortable after a media encounter.
- Do not hesitate to contact us if you want a second opinion concerning your media work or feel unsure about a media request.
  
- The contact details of our media specialists are:  
Tel: 044 632 41 41  
E-Mail: [mediarelations@hk.ethz.ch](mailto:mediarelations@hk.ethz.ch)

# Sponsoring

# Legal framework for sponsoring within Focus Projects

- There is an official ETH model contract if you make a sponsoring arrangement with an industry partner ( > CHF 10 000).
- This contract has to be signed by an authorised ETH member i.e. your professor.
- If you change the text of the model contract in any way, you have to present it to Corporate Communications for approval.
- For sponsoring sums < CHF 10 000 you can use a sponsoring letter signed by your professor.

**The sponsoring model contracts and a template for a sponsoring letter can be obtained from your project coach or Corporate Communications.**

# Question round





**Thank you for your attention & good luck!**

Simone Gohl  
PR Consultant  
Raemistrasse 101, HG F 39  
8092 Zurich, Switzerland  
Phone +41 44 632 48 55  
[simone.gohl@hk.ethz.ch](mailto:simone.gohl@hk.ethz.ch)  
[www.hk.ethz.ch](http://www.hk.ethz.ch)