

# NEW SPACE

*Kommunikation in einer Boombranche*



Red Lorry  
Yellow Lorry



**Convoy**  
GLOBAL PR GROUP

# DER RAUMFAHRTSEKTOR BOOMT, ABER WIE KÖNNEN SICH MARKEN TROTZ WACHSENDER KONKURRENZ GEHÖR VERSCHAFFEN?

In diesem eBook stellen wir die besten Marketing- und Kommunikationsmethoden vor.



„Der Raumfahrtsektor ist groß, komplex und entwickelt sich ständig weiter. In den letzten Jahren hat er einen radikalen Wandel durchgemacht. Die Beschleunigung des technologischen Fortschritts hat die traditionellen Akteure dazu veranlasst, ihre Strategien und Geschäftsmodelle zu überdenken, und

zur Entstehung einer Vielzahl neuer Raumfahrtunternehmen beigetragen. Ob Telekommunikation, Verteidigung, Cybersicherheit oder Umwelt – Raumfahrttechnologien haben einen großen Einfluss auf unser tägliches Leben und unsere Wirtschaft. Wir können Unternehmen dabei helfen, sich in diesem boomenden Sektor zurechtzufinden und wirksame Kommunikationskampagnen zu entwickeln.“

**Guy Walsingham**, CEO, Red Lorry Yellow Lorry

## INHALT

**03** Spacetech und New Space: Was ist das?

**07** „Im Weltraum hört dich niemand schreien“

**10** Case Study

# SPACETECH UND NEW SPACE: WAS IST DAS?

## Auf einen Blick: Akteure und Markt

Die private Raumfahrtindustrie – auch New Space genannt – boomt. Technologische Fortschritte – bekannt als Spacetechnik – machen den Weltraum für uns immer zugänglicher. Gleichzeitig haben viele innovative Unternehmen den Blick gen Himmel gerichtet, um Probleme wie Souveränität, Umweltschutz und Sicherheit zu lösen.

## DIE WICHTIGSTEN ÖFFENTLICHEN UND PRIVATEN AKTEURE WELTWEIT

### NORDAMERIKA



### ASIEN



### UK & EUROPA





## DIE WICHTIGSTEN ÖFFENTLICHEN UND PRIVATEN AKTEURE WELTWEIT

**NASA:** Bundesbehörde der US-Regierung, die für das zivile Raumfahrtprogramm des Landes, die Luftfahrt und die Weltraumforschung zuständig ist.

**SpaceX:** US-amerikanisches Unternehmen unter der Leitung von Elon Musk, das auf Raumfahrt und Weltraumtechnologie spezialisiert ist. Die NASA hat SpaceX mit dem Transport von Fracht zur Internationalen Raumstation beauftragt. Darüber hinaus entwickelt das Unternehmen Weltraumforschungsprojekte zum Mond und Mars sowie das Satellitennetzwerk Starlink.

**Blue Origin:** Gegründet vom US-amerikanischen Milliardär Jeff Bezos mit dem Ziel, neue Technologien zu entwickeln, um die Kosten für den Zugang zum Weltraum zu senken.

**CNSA:** Chinesische Regierungsbehörde, zuständig für die zivile chinesische Raumfahrtverwaltung und die internationale Zusammenarbeit in der Raumfahrt.

**Roscosmos:** Staatliches russisches Unternehmen, verantwortlich für das zivile Raumfahrtprogramm Russlands.

**ESA:** Europäische Raumfahrtagentur. Seit November 2022 investierte sie mehr als drei Milliarden Euro in Raumfahrttechnologien in Frankreich, Italien und Deutschland.

**EUSPA:** Die Agentur der Europäischen Union für das Weltraumprogramm arbeitet eng mit der ESA zusammen und ist in deren Auftrag für die Verwaltung ausgewählter Satellitenprogramme zuständig.

## DIE WICHTIGSTEN WELTRAUM- PROGRAMME IN EUROPA:

**OneWeb:** OneWeb von Airbus Defence & Space ist eine Konstellation von rund 650

Telekommunikationssatelliten im erdnahen Orbit, die Unternehmen und Privatpersonen in Regionen mit schlechter terrestrischer Anbindung einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang bieten.

**IRIS2 Project:** Infrastructure for Resilience, Interconnectivity and Security by Satellite. Die EU hat eine Ausschreibung für die Entwicklung eines satellitengestützten Breitbandnetzes als Konkurrenz zu Starlink lanciert. Airbus Defence & Space, Eutelsat, SES und Thales Alenia haben bereits auf die Ausschreibung reagiert.

**Galileo Constellation:** Europas eigenes globales Satellitennavigationssystem. Wenn das System voll einsatzfähig ist, wird es aus insgesamt 24 Satelliten bestehen. Derzeit arbeitet die ESA mit SpaceX an Plänen für Raketenstarts.

**France 2030:** Französischer Investitionsplan zur Unterstützung des Wandels in der Raumfahrtindustrie durch finanzielle Förderung aufstrebender Unternehmen und ihrer Lösungen.

# DIE WELTWEITEN INVESTITIONEN IN DIE RAUMFAHRTINDUSTRIE ERREICHEN IM JAHR 2021 RUND 20 MILLIARDEN DOLLAR



## **New Space ist ein boomender Sektor weltweit – auch in Europa**

Die Höhe der Investitionen zeigt ein wachsendes Interesse seitens staatlicher und privatwirtschaftlicher Akteure. Diese Investitionen

werden durch die zunehmende Dynamik des Sektors weltweit und die wachsenden Ambitionen der europäischen Staaten und Unternehmen im Raumfahrtsektor vorangetrieben. Beträchtliche Investitionen werden derzeit getätigt, um das Wachstum von Start-ups in diesem Sektor zu fördern und die Forschung und Finanzierung von SpaceTech zu unterstützen.

## WAS SAGEN DIE AKTEURE IN DER RAUMFAHRTINDUSTRIE?



„Der Weltraum wird unweigerlich unsere nächste industrielle Revolution sein. Das Sammeln von Daten ist jedoch nur ein kleiner Teil des Puzzles. Jedes Unternehmen, das die Datengoldmine des Weltraums nutzen will, muss zunächst die Notwendigkeit einer sicheren Weltraumnutzung erkennen.

Dies gilt insbesondere für Unternehmen, die sich als Marktführer in diesem Sektor etablieren wollen. Neben den strengen Gesetzen und Vorschriften bieten Investitionen in die Cybersicherheit erhebliche Chancen. Es geht um mehr als den Schutz digitaler Werte. Es geht auch um den Geschäftserfolg. Ein Verteidigungs- und (Cyber-)Sicherheitssystem ist beispielsweise ein mächtiges Vertriebs- und Marketinginstrument und eine zusätzliche Garantie dafür, dass ein Unternehmen langfristig überlebensfähig bleibt. Dieser Aspekt sollte nicht unterschätzt werden. Schon jetzt ist der Wettbewerb in diesem schnell wachsenden Sektor in China und den USA sehr hart. Die CYSAT, die wir jedes Jahr in Paris veranstalten, hat zum Ziel, alle Experten für Cybersicherheit im Weltraum zusammenzubringen, um ein souveränes europäisches Ökosystem zu schaffen, das in der Lage ist, auf all diese aktuellen und künftigen Herausforderungen des Sektors zu reagieren.“

**Mathieu Bailly**, VP Space bei CYSEC und director von CYSAT



„Seit einigen Jahren weht ein frischer Wind durch den Raumfahrtsektor. Eine Reihe neuer Akteure hat sich um Vorzeigeunternehmen wie SpaceX und Blue Origin gruppiert. Diese neuen privatwirtschaftlichen Unternehmen verändern die Art und Weise, wie wir den Weltraum nutzen. Und obwohl ihre Ansätze oft unterschiedlich sind, ergänzen sie das Know-how der etablierten Akteure. Es besteht kein Zweifel: Wir alle werden davon profitieren, wenn wir die verschiedenen Kompetenzen und Sektoren zusammenbringen und die öffentlich-private Interaktion zwischen neuen und etablierten Akteuren fördern. Denn diese komplementären Visionen bieten Chancen für Innovation und Wachstum. Auf diese Weise helfen wir den führenden Akteuren von morgen, sich zu entwickeln und zu wachsen, und stellen sicher, dass Europa in dieser neuen „Smart Space“-Wirtschaft eine Rolle spielt.“

**Sylvain D'Hoine**, VP Space, CS GROUP

# „IM WELTRAUM HÖRT DICH NIEMAND SCHREIEN“

## Was können Hersteller von Raumfahrttechnologien tun, um sich Gehör zu verschaffen?

Lange Zeit wurde die Raumfahrtindustrie von Regierungen und Institutionen dominiert, die unangefochten über die entsprechenden Technologien verfügten. In den letzten Jahren sind neue Akteure in Form von Start-ups und Unternehmern auf den Plan getreten, die den Zugang zum Weltraum demokratisieren und eine neue Weltraumwirtschaft entwickeln wollen (Telekommunikation, GPS, Umweltmanagement, Bildgebung usw.). Die Herausforderungen, denen sich der Raumfahrtsektor stellen muss, konzentrieren sich daher nicht mehr nur auf geopolitische Fragen, sondern auch auf die wirtschaftliche und technologische Souveränität.

Dieser Paradigmenwechsel katapultiert die Raumfahrtindustrie in ein neues Medienzeitalter mit vielfältigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aspekten.

## Public Relations: Diversifizieren Sie Ihre Zielgruppe, um sich Gehör zu verschaffen

Verteidigung, Sicherheit, Transport, Telekommunikation, Gesundheit, Landwirtschaft, Umwelt... Die Anwendungen der Raumfahrt sind vielfältig – und es vergeht kein Tag, an dem nicht darüber berichtet wird. Ob es sich um den Start von Konstellationen, Cyber-Angriffe oder die Beschaffung von Finanzmitteln handelt, die Raumfahrttechnologie ist in der breiten Öffentlichkeit angekommen. Doch wie können Unternehmen davon profitieren?



„Für ein Raumfahrtunternehmen ist es wichtig, dass die Kommunikationsexperten, mit denen es zusammenarbeitet, das Thema genau kennen und eine globale Vision mit lokalen Insights (Märkte, Nachrichten, Daten) verbinden.“

*Hélène Joubert, Managing director für Europa, Red Lorry Yellow Lorry*

## ENTSCHEIDEND IST DIE ZUSAMMENARBEIT

Vorrangiges Kommunikationsziel vieler Raumfahrtorganisationen ist es, Barrieren abzubauen, um das Thema zugänglicher zu machen und gleichzeitig das Bewusstsein für zukünftige Herausforderungen zu schärfen.

Ein wichtiger Teil ist die Organisation von Meetings, Roundtables, Workshops und Events. Dies ist der beste Weg, um produktive Diskussionen in Gang zu setzen, und ist nur durch ein kollaboratives Ökosystem möglich, das Experten, Kommunikationsexperten, Verwaltungsausschüsse usw. zusammenbringt.

01

**Ermutigen** Sie Ihre internen Experten, neue Forschungsergebnisse (Artikel, Gutachten, Studien) zu teilen. Fachjournalisten sind auf der Suche nach Daten und Analysen.

02

**Stellen Sie einen Bezug** zu aktuellen Ereignissen her. Beispielsweise können „Weltraum-News“ mit Themen wie Verteidigung (russische Invasion in der Ukraine, Militarisierung des Weltraums) und Souveränität (Europa, USA und China) verknüpft werden.

03

Verknüpfen **Sie verschiedene Disziplinen**, z. B. Raumfahrttechnik mit Cybersicherheit oder Umwelt.



„Wir stehen am Beginn einer neuen Ära der Raumfahrtinnovation, die von unabhängigen Unternehmen und nicht von staatlichen Einrichtungen dominiert wird. Unternehmen wie SpaceX von Elon Musk haben den Sektor neu gestaltet und sowohl etablierten Unternehmen als auch jungen Start-ups neue Möglichkeiten eröffnet. ‚Echte‘ Weltraumerfahrung ist keine zwingende Voraussetzung mehr. Der Durchbruch von Akteuren wie SpaceX führt aber auch zu mehr Wettbewerb. Unternehmen werden nur überleben, wenn sie klug auf die neuesten Technologien setzen und sich über lokale Raumfahrtorganisationen einen Namen machen. Networking ist der Schlüssel.“

Nehmen wir das Beispiel der Artemis-1-Rakete. Sie nutzt zwar noch alte Technologien, aber das Ziel ist, sie alle durch neue Technologien zu ersetzen. Zu diesem Zweck wenden sich die Raumfahrtorganisationen zunehmend an Unternehmen außerhalb der bestehenden Raumfahrtindustrie, insbesondere an Start-ups. Diese Akteure experimentieren mit den neuesten Technologien (insbesondere KI) und können den Raumfahrtorganisationen helfen, kosteneffizienter zu werden. Start-ups, die von diesem Boom profitieren wollen, sollten einen PR-Partner suchen, der in der Lage ist, Verbindungen zu wichtigen Akteuren in ihren lokalen Märkten aufzubauen und sich auf wichtige Branchenevents zu konzentrieren.“

**Rafaël Tirmarche**, Managing partner, Factivity



„Jeff Bezos und Elon Musk haben eine Ära eingeläutet, in der Unternehmen die Chance haben, die Führung in der Raumfahrttechnologie zu übernehmen, während Regierungen auf der ganzen Welt anderen Sektoren Priorität einräumen. Jedes Unternehmen, das Spitzentechnologie entwickelt, hat den Vorteil, die Aufmerksamkeit von Journalisten, Investoren und Partnern auf sich zu ziehen. Die führenden Köpfe der Technologiebranche sind einfach skeptisch gegenüber den Soft-Tech-Demagogen geworden, die in den letzten Jahren den Hype um neue Technologien – von digitalen Vermögenswerten bis hin zu künstlicher Intelligenz – für sich genutzt haben. Diejenigen, die echte, greifbare technologische Lösungen für die Erforschung des Weltraums anbieten, können sich am besten abheben.“

**Motti Peer**, Chairman und co-CEO, ReBlonde



# CYSÄT

## CASE STUDY

### ANWENDUNG EINES „GLOKALEN“ ANSATZES FÜR DIE CYSAT

Die CYSAT ist die größte europäische Veranstaltung zum Thema Cybersicherheit im Weltraum.

Es ist nicht immer einfach, das Interesse der Presse für eine Veranstaltung zu wecken. Noch schwieriger wird es, wenn Journalisten aus Ländern erreicht werden sollen, in denen die Veranstaltung nicht stattfindet.

Es braucht einen greifbaren Aufhänger, warum die Presse an der Veranstaltung teilnehmen sollte – idealerweise einen aktuellen Bezug oder eine aktuelle Meldung. Ein Ansprechpartner, der die Landessprache spricht, ist ebenfalls von großem Vorteil, um zwischenmenschliche Beziehungen zu den Journalisten aufzubauen und technisch komplexe Themen zu erklären.



**30+**Artikel in  
Fachmedien**750+**  
Teilnehmende**6**Interviews mit  
namenhaften  
internationalen  
Medien

Selbst innovative Fachmessen ziehen nicht ohne weiteres die Aufmerksamkeit ausländischer Journalisten auf sich. Indem sie jedoch deutlich machten, warum die CYSAT, eine Weltraum – und Cybersicherheitsmesse in Paris, für die ausländische Presse relevant ist, konnten die Lorries die Berichterstattung über ausstellende Kunden in Deutschland, Großbritannien, Italien und anderen Ländern sichern.

Es ist hilfreich, die Zusammenarbeit aus praktischer Sicht zu betrachten. Die meisten Redaktionen entsenden aus budgetären und logistischen Gründen

keine Journalisten zu einer Veranstaltung im Ausland. Größere Redaktionen verfügen jedoch häufig über Korrespondenten vor Ort. Diese werden in der Regel für die Berichterstattung über Schwerpunktthemen eingesetzt, können aber auch für lokale Ereignisse offen sein, wenn sie ihre Interessensgebiete – und ihr Netzwerk – erweitern

**LESEN SIE MEHR DAZU HIER**



„Die CYSAT deckt ein breites Themenspektrum ab, darunter Verteidigung, Umwelt, Telekommunikation und Verkehr. Daher mussten wir sorgfältig prüfen, ob eine PR-Agentur über das nötige Know-how verfügt, um unsere Kommunikation zu unterstützen.

Wir haben uns schnell für Red Lorry Yellow Lorry entschieden, die erfolgreich eine paneuropäische Kommunikation (Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Italien) aufgebaut haben, um die CYSAT und die gesamte europäische Raumfahrtindustrie anlässlich der Veranstaltung bekannt zu machen. Die Zusammenarbeit mit einer Agentur, die bereits wichtige Akteure in den Bereichen Cybersicherheit, Raumfahrt und Verteidigung zu ihren Kunden zählt, und mit einem Netzwerk internationaler Journalisten, die Experten in diesen Bereichen sind, hat wesentlich zur Förderung und zum Erfolg unserer Veranstaltung beigetragen.“

**Alexandra Vaillant**, Marketing lead von CYSEC und Organisatorin der CYSAT



„Als verantwortliche Kommunikationsberaterin für SSSCIP (Cybersicherheitsbehörde der ukrainischen Regierung) habe ich mit Red Lorry Yellow Lorry zusammengearbeitet, um General Potii, Stellvertretender Direktor der SSSCIP, zu unterstützen, der eingeladen wurde, auf der CYSAT eine Keynote zu

halten. Seit Beginn des bewaffneten Konflikts in der Ukraine ist Cybersicherheit ein strategisches Ziel für das Land. Um die Botschaft von General Potii effektiv an die europäischen Medien zu übermitteln, war die Unterstützung einer Agentur erforderlich, die mit den Fragen der europäischen Cyberverteidigung vertraut ist. In einem komplexen Sicherheitskontext, der den Austausch zwischen der Ukraine und Europa nicht erleichtert, haben wir von der Unterstützung und dem Rückhalt einer internationalen Agentur profitiert, um Interviews zu führen und die Botschaft der SSSCIP über die militärischen und zivilen Auswirkungen von Cyberangriffen in der Ukraine an die europäischen Medien zu vermitteln.“

**Olga Nasibullina**, Communication consultant, Expertin für Cybersicherheit (Ukraine)



„Red Lorry Yellow Lorry hat uns geholfen, die Leistungsfähigkeit unserer Satellitenkonstellation Pléiades Neo bekannt

zu machen. Diese weltraumgestützte Beobachtungs- und Überwachungsaktivität stößt auf großes

Marktinteresse, ist aber auch ein hart umkämpftes Segment. Wir sprechen ein breites Spektrum von Zielgruppen an, darunter Verteidigung, Stadtplanung, Energie, Schifffahrt und Landwirtschaft. Dank der hohen Auflösung unserer Bilder (30 cm) sind wir auch ein idealer Partner für die Medien, die auf der Suche nach präzisen und spektakulären Bildern von Naturkatastrophen, Sportereignissen oder zur Veranschaulichung der Auswirkungen des Klimawandels auf die Erde sind.“

**Marion Theuzillot**, *Communication and marketing manager, Airbus Defence & Space*

# SIE SIND AUF DER SUCHE NACH PR- UND KOMMUNIKATIONSBERATUNG IN DEN BEREICHEN NEW SPACE UND CYBER SECURITY

## KONTAKTIEREN SIE UNS

hello@rlyl.com

**rlyl.com**

London

Boston

Los Angeles

Austin

Berlin

Paris

Bristol

