



FORTBILDUNG-WEBINAR – vom 14.12.2020

Konzeption und Planung einer wirksamen Kommunikationsstrategie

Hier finden Sie die während der Fortbildung erarbeiteten Überlegungen mit dem Ziel, den Herausforderungen einer grenzüberschreitenden Kommunikationsstrategie im trinationalen Gebiet des Oberrheins zu begegnen.

Erschaffen Sie, organisieren Sie und passen Sie eine Maßnahme im Rahmen eines grenzüberschreitenden Projektes an.



Anhaltspunkte und Links für weitere Informationen



Hilfsmittel, Akteure und Orte zum Entdecken



Überlegungen oder wie eine Vorgehensweise in Ihrem Projekt definiert werden kann



Der [Leitfaden zu „Best-practices“](#)



Wissenslandschaft am Oberrhein



<https://science.rmtmo.eu/de/die-saeule-wissenschaft/>



Berücksichtigung des Kontexts des Projekts



Projektarten

-
- Forschung. Beispiele: TrimaBone, [Vehicle...](#)
 - Erstellung von Tools und Dienstleistungen. Beispiele: Personalis, [Tiger](#), WaterPollutionSensor...
 - Weiterbildung / Vernetzung. Beispiele: [Vitifutur](#), [Inter-religio](#), [TriRhenaTech...](#)
 - Technologietransfer. Beispiele: [KTUR](#), [VirtFact](#)
 - Übergreifende Projekte. Beispiele: [EUCOR-the European Campus](#), [Neurex](#)



Andere Projekte zu kennen, vereinfacht den Austausch, die Zusammenarbeit, das Finden von Inspirationsbeispielen und potenziellen Partnern.



Erstellen eines Projektdatenblatts

Ein Basistool und ein sich weiterentwickelnder Leitfaden.

Dieses Blatt wird für die Kommunikation mit Dienstleistern für Einweisungen, mit neuen Partnern und mit dem direkt getroffenen Publikum gebraucht - es dient als Grundlage für die Entwicklung von Tools wie einer Powerpoint-Präsentation.



Definition einer Kommunikationsstrategie



Wozu dient die Kommunikation: alle Motivationsarten identifizieren

- **Allen Projekten gemeinsame Motivationen:** Ihr Projekt, die Ergebnisse und die positiven Auswirkungen auf das Gebiet und das Publikum mit Unterstützung der EU bekannt zu machen, Austausch, Begegnungen u.Ä. zu fördern.
- **Motivationen, die für Ihr Projekt spezifisch sind:** um bestimmte Partnerschaften zu entwickeln, eine Technologie einzuführen, einen Ansatz zu verteidigen, bestimmten Zielgruppen zu helfen, ein Netzwerk aufzubauen, usw.



„Internationale Woche des Gehirns“, „Europa-Tag“, „Nacht der Wissenschaft“: Eine Übersicht über Veranstaltungen, Feierlichkeiten und wichtige Termine, die Sie zum Aufbau einer ganzjährigen Kommunikation für Ihr Projekt nutzen können, finden Sie [HIER](#):

Festlegen der Zielgruppen

Pro Kategorie: Partner, Wissenschaftler/innen, Medien, Institutionen und Gebietskörperschaften, spezifische Zielgruppen und breites Publikum

Vorbereitung der Schlüsselaussagen

Klare und präzise Informationen sowie Bilder für jede Projektphase

Die Kerninformationen, die in Französisch, Deutsch und Englisch (der Sprache der wissenschaftlichen Kommunikation) verfasst sind, fördern die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, indem sie die Beiträge des wissenschaftlichen Projekts und seine positiven Auswirkungen auf das Gebiet des Oberrheins hervorheben.

Sie sind **unterschiedlich**:

- je nach den Projektphasen (Startschuss, Verlauf) und den erzielten Ergebnissen.
- je nach den **verwendeten Kommunikationsmitteln**: Pressemitteilungen, Newsletter, soziale Netzwerke.

Titel sind informativ und attraktiv.

Die wichtigsten Informationen werden an den Anfang der Texte gestellt.



[Merkblatt 01](#) Visuelle Identität und Ikonographie eines Projekts

[Merkblatt 04](#) Erstellung von visuellen Entwürfen und Gestaltung von Kommunikationsmitteln



Entwicklung eines Kommunikationsplans

Wahl passender Kommunikationsträger und -tools



[Merkblatt 07](#) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

[Merkblatt 09](#) Nutzung von sozialen Netzwerken zur Kommunikation

Erstellen eines Kommunikationsbudgets / pro Maßnahme

Herstellung von Kohärenz zwischen den vorgesehenen Kosten und den gewünschten Maßnahmen

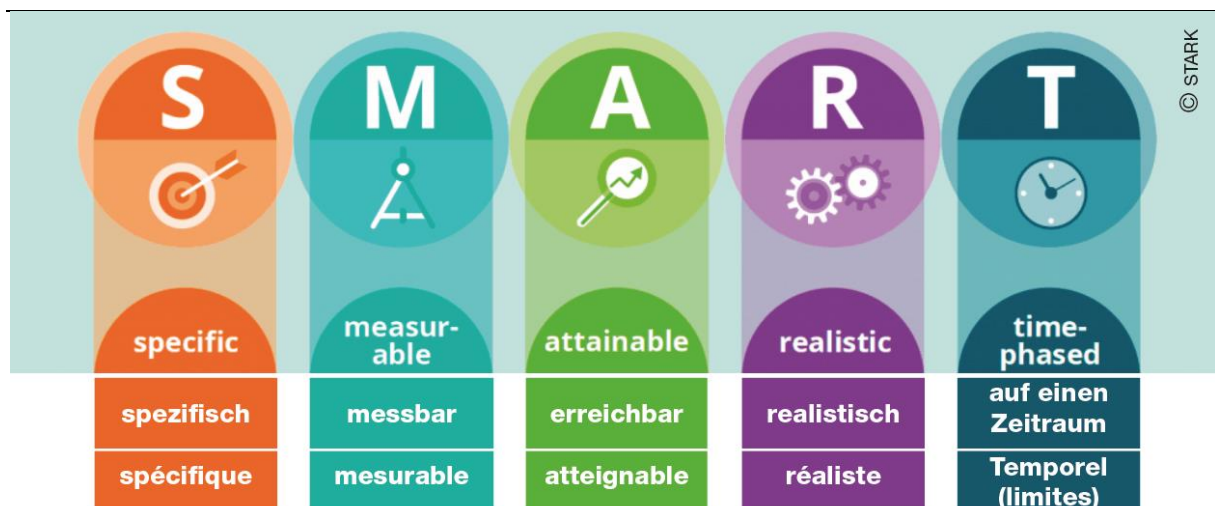


[Merkblatt 02](#) Einen Kommunikationsplan erstellen

[Merkblatt 03](#) Preisliste: ein geeignetes Hilfsmittel zur Planung einer Veranstaltung oder Kommunikationsmaßnahme



Die SMART-Methode



Diese Methode kann verwendet werden, um die Relevanz und Durchführbarkeit jeder Aktion, die Sie in Ihren Kommunikationsplan aufnehmen möchten, zu überprüfen.

Beispiele: Erstellung eines oder mehrerer thematischer Videos, Verbreitung von Porträts Ihrer MitarbeiterInnen, Start und Betreuung einer Kampagne durch ein soziales Netzwerk, Organisation einer Veranstaltung oder eines Treffens, u.Ä.



Praktisches Beispiel: einen Newsletter für eine bestimmte Zielgruppe (eine Berufsgruppe, einen Tätigkeitsbereich) erstellen.

Spezifisch > Kontakt mit dieser grenzüberschreitenden Zielgruppe herstellen und pflegen

Messbar > Wie viele Personen sind enthalten? Welche Kontakthäufigkeit wird erwartet?

Erreichbar > Wie findet man die Kontakte? Sind sie in einer Berufsgenossenschaft organisiert? In einer Gewerkschaft? Verzeichnisse?

Realistisch > Budget für den Kauf von Dateien? Personalwesen: Schrift, Bilder, Online-Tool, Datenbank, Datenschutz-Verordnung, u.Ä.

Auf einen Zeitraum > Rückplanung des Versanddatums des Newsletters > Abstufung der Interventionen > Kontakte / Verfassen in 2 Sprachen / Korrekturlesen und Validierungsprozess / technische Funktionen / Leistungsmonitoring.



Evaluierung, Anpassung oder Änderung der Strategie und des Kommunikationsplans

Verwendung externer und interner Indikatoren

Indikatoren dienen dazu, eine Leistung zu messen:

- Ziele werden erreicht oder übertroffen
- Ziele wurden nicht erreicht.

Intern: Indikatoren, die von dem Projekt, seinen Aktivitäten und Ressourcen abhängen.

Extern: externe Ereignisse, politische, wirtschaftliche und gesetzliche Veränderungen, die sich auf das Projekt und seine Kommunikationsaktivitäten auswirken.



Beispiele:

Verlauf der Outputs, Teilnahme an Veranstaltungen, Zufriedenheit des Publikums, Anschluss, Lese- und Klickraten, Bekanntheit der angebotenen Dienste, u.Ä.



Heute berücksichtigen alle Kommunikationsarten - intern, Werbung, Events, Öffentlichkeitsarbeit - bei ihrer Entwicklung und Verbreitung gesellschaftliche und ökologische Aspekte. Sie sind in ihrer Form ökologisch gestaltet und haben den Wunsch, mit ihrem Inhalt zum allgemeinen Interesse beizutragen.

[Merkblatt 10](#) Nachhaltige und verantwortungsvolle Kommunikation