|  |
| --- |
| **Schablone für INTERREG-Kommunikationsplan**  *Diese Schablone ist vom Dokument „Leitfaden Kommunikationsplan“, welches ebenfalls auf der INTERREG-Homepage zu finden ist, abgeleitet. Die Schablone beinhaltet konkrete Fragen, für eine detailliertere Beschreibung und/oder Inspiration wird auf den erwähnten Leitfaden verwiesen.* |
| ***Das Projekt***  Projekttitel:  Projektzeitraum:  Verantwortliche Person für die Kommunikationsarbeit im Projekt:   * Projektinhalt – Worum geht es? Sie müssen Journalisten, Politikern und der breiten Öffentlichkeit erklären können, worum es im Projekt geht (kurze Beschreibung): * Warum ist dieses Projekt für die INTERREG-Region wichtig?   Die drei wichtigsten Argumente für das Projekt (für Außenstehende verständlich formuliert):  1)  2)  3)   * Offizieller/formeller Absender der Kommunikation: * Was ist es für ein Projekt? Ist es ein wissenschaftliches, wirtschaftsorientiertes, technisches oder kulturelles Projekt? Wie schätzen Sie die Chancen für eine erfolgreiche Sichtbarmachung des Projekts ein? Für wen sind das Projekt und seine Resultate relevant? Für Wissenschaftler, Schüler, Studierende, bestimmte Berufs- oder Altersgruppen, die breite Öffentlichkeit? Können die Resultate populärwissenschaftlich und verständlich vermittelt werden und evtl. auch Bilder hervorrufen und/oder Geschichten erzählen? |
| ***Ziele***   * Welches Ziel/welche Ziele hat das Projekt? Was ist das „Produkt“, welches am Ende zu sehen sein soll? * Kommunikationsziel – Was ist realistisch? Möchte das Projekt Aufmerksamkeit schaffen/erreichen, informieren, motivieren, Feedback erlangen etc.?   Welche Botschaft hat die Kommunikation? Möchten Sie damit zum Beispiel Teilnehmer für eine Fragebogenaktion gewinnen, neue Resultate bekanntmachen oder ein „Datum vormerken“ für eine Konferenz. |
| ***Zielgruppe(n)***   * Wen möchten wir mit dem Projekt gerne erreichen? * Wer könnte am Projekt Interesse haben? * Untersuchungen: Welche Teilnehmer müssen wir gewinnen? * Wer profitiert konkret von unserem Projekt? * Wer ist für unser Projekt wichtig? Partner, Politiker, Medien etc.   Wer fördert unser Projekt? Netzwerkpartner, politische Entscheidungsträger, INTERREG etc. |
| ***Medien / Kanäle***  Welche Medien werden verwendet?   * Offline Medien / Druckmedien (eigene und fremde): * Online / elektronische Medien (eigene und fremde): * Massenkommunikation oder persönliche Kommunikation: |
| **Evaluierung**  Die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit im Projekt sollte evaluiert werden, zum einen, um die Arbeit des Projekts beurteilen zu können, und zum anderen, um INTERREG gegenüber den Nutzen der Projektpublizität zu dokumentieren.   * Wie soll die Arbeit evaluiert werden? * Wann soll die Kommunikationsarbeit evaluiert werden? * Wer soll die Evaluierung durchführen? |

**Aktivitätsplan (Beispiel)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivitäten**  *(Zum Beispiel: Newsletter, Homepage, Pressemitteilung etc.)* | **Zielgruppe**  *(Mit wem kommunizieren wir?)* | **Botschaft**  *(Was kommunizieren wir?)* | **Ziel**  *(Was möchten wir erreichen?)* | **Medium**  *(Welche Medien können/möchten wir nutzen, um unsere Zielgruppe zu erreichen?)* | **Zeitraum**  *(Wann/wie lange möchten wir kommunizieren)* | **Verantwortung**  *(Wer ist verantwortlich?)* | **Budget**  *(Finanzielle Mittel für die Aktivität)* |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| Detailliertere Beschreibung der Aktivitäten, evtl. projektinterne Spielregeln:   * Projekthomepage * Soziale Medien * Presseberichte und Pressemitteilungen * Newsletter * Marketing * Veranstaltungen (interne und externe) * Medienüberwachung * Netzwerk * E-Mail-Kommunikation * Multimedia (Film- oder Tonaufnahmen) * Externe Untersuchungen * Sonstiges |

**Zeitplan für Kommunikationsaktivitäten**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jahr** | **2014** | | **2015** | | | | **2016** | | | | **2017** | | **Budgetierung** |
| Monat/Quartal: | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 |  |
| ***Aktivität 1:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivität 2:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivität 3:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivität 4:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivität 5:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Die Tabelle beinhaltet hier eine Spalte für das Budget. Selbstverständlich kann man hierfür auch eine separate Tabelle anfertigen.**

Die vorliegende Schablone ist vom Forschungsprojekt „Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der deutsch-dänischen interkulturellen Kommunikation“, kurz SMiK, an der Süddänischen Universität in Odense entworfen (2014). Das Projekt wird gefördert durch INTERREG4A Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung. Das Material wurde von der Projektmitarbeiterin Christina Ehlers entwickelt.