



Projektkommunikationsplan	
Komponenten	Beispiele
Ziele der Kommunikation	<p>Für den Projektbeginn:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schaffung von Anreizen zur Teilnahme an Projektmaßnahmen, ➤ Informationsverbreitung über das Projekt, um die Menschen zu ermutigen, das Angebot zu nutzen, z. B. Ausbildung, Forschung, ➤ Informationen über das Projekt an ein möglichst breites Spektrum potenziell interessierter gesellschaftlicher Gruppen vermitteln, ➤ Unterrichtung der Gemeinde über geplante Maßnahmen, z. B. eine Reihe von Treffen und Workshops für Senioren, damit sie dazu beitragen kann, diese Informationen an die Senioren weiterzugeben (z. B. durch Aufhängen eines Plakats im Gemeindegebäude), ➤ Benachrichtigung der Schulen in der Gemeinde über die geplanten Präventionsveranstaltungen, ➤ Einladung zu einer Projektkommunikationsveranstaltung/einem Treffen, einem lokalen Picknick, ➤ die Aufmerksamkeit auf das Thema lenken, das der Antragsteller ansprechen möchte, ➤ Mitteilung an Journalisten der regionalen Wochenzeitung, um sie zu ermutigen, über ein wichtiges Thema zu berichten, um eine breitere Öffentlichkeit auf ein Problem aufmerksam zu machen, das der Begünstigte in seiner Gemeinde angehen will. <p>In einem fortgeschrittenen Stadium des Projekts:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mitteilung über die Effekte der Projektmaßnahmen und die bisherigen Erfolge, über die positiven Ergebnisse und Sicherstellung, dass das Projekt weiterläuft und dass man weiterhin von seinem Angebot Vorteile ziehen kann, ➤ Präsentation der Ergebnisse der durchgeführten Forschungsmaßnahmen, Ergebnisse einer Studie, ➤ Versuch, das Publikum zu erreichen, das potenziell an den im Rahmen des Projekts noch geplanten Treffen, Schulungen, Workshops und Veranstaltungen interessiert sein könnte. <p>zum Projektabschluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ kommunizieren, was erreicht wurde, welche Ergebnisse durch das Projekt erreicht wurden, z. B. ein Handbuch oder eine Webseite mit Materialien, von denen andere lernen können, ➤ Vermittlung der Projektergebnisse, Vermittlung dessen, was das Projekt erreicht hat, was die Projektpartner hinterlassen und was weiter genutzt werden kann, ➤ Bericht darüber, was sich durch die durchgeführten Maßnahmen verändert hat, z. B. verbesserte Lebensbedingungen, Zugang zu rechtlicher Unterstützung, ➤ eine Zusammenfassung der Maßnahmen und Ergebnisse des Projekts.
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potenzielle Projektteilnehmer, Empfänger der geplanten Maßnahmen, ➤ Privatpersonen und Institutionen, die von den Projektergebnissen Vorteile ziehen können,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lokale Öffentlichkeit, ➤ Behörden: lokal, regional, national in Polen, in Sachsen: Regionalebene (in Polen - Marschall, Sejmik, Woiwodschaftsrat, in Sachsen – zuständige Ministerien und Landesbehörden), Kreisebene (Landkreisamt u.a.), Gemeindeebene (in Polen: Präsident, Wójt, Bürgermeister, in Sachsen: Bürgermeister, Gemeinde- oder Stadtrat), ➤ Umweltschutzgruppen, ➤ lokale/regionale Medien, ➤ junge Menschen, ➤ Senioren - Bewohner des Stadtteils X (z. B. Menschen über 65), ➤ nicht erwerbstätige Eltern von Kindern unter drei Jahren aus unserer Stadt, ➤ Personen mit einer bestimmten Behinderung aus der Stadt X, ➤ Gemeinnützige Vereine in der Gemeinde, ➤ Touristeninformationszentren, ➤ Fachleute in einem bestimmten Themenbereich.
Kommunikationsmaßnahmen	<p>Obligatorische Maßnahmen, die sich aus dem Programmhandbuch ergeben (Artikel 36 Absätze 4 bis 5 der Interreg-Verordnung):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Veröffentlichen Sie eine kurze Projektbeschreibung auf Ihrer Webseite oder in Ihren sozialen Medien (falls Sie eine haben), einschließlich: Projektziele, Projektergebnisse, Informationen erhaltene Förderung im Interreg-Programm, Programmlogo, ➤ sichtbare Kennzeichnung von Dokumenten und projektbezogene Informationsmaterialien mit Informationen über die Förderung aus dem Interreg-Programm, ➤ bei Projekten über 100 000 EUR: Anbringung von dauerhaften Informationstafeln oder Gedenktafeln mit Programmlogo an öffentlichen Standorten. Dies soll unmittelbar nach Projektbeginn erfolgen, wozu auch Sachinvestitionen oder der Ausrüstungserwerb gehören, oder nach der Installation der gekauften Ausrüstung, ➤ bei sonstigen Projekten: mindestens ein Plakat in mind. A3-Größe oder eine gleichwertige elektronische Anzeige mit Informationen über das Projekt und die Interreg-Förderung, an einem öffentlichen Standort, ➤ bei Projekten von strategischer Bedeutung, eine Kommunikationsveranstaltung unter Beteiligung der Europäischen Kommission und der Verwaltungsbehörde zu organisieren, ➤ im Falle des Kleinprojektfonds: Sicherstellung im Vertrag zwischen der Euroregion mit den KPF-Begünstigten, dass sie die Kommunikations- und Sichtbarkeitspflichten einhalten werden. <p>Beispiele für zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ verschiedene Veranstaltungen, z. B.: eine Kommunikationsveranstaltung mit Projektpräsentation unter Beteiligung der Projektteilnehmenden, eine für die breite Öffentlichkeit zugängliche Veranstaltung, Aufbau eines Projektstandes bei lokalen Veranstaltungen, Treffen mit Zielgruppen, Informationstreffen über Projektvorteile, ein thematisches Picknick in der Nachbarschaft,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zusammenarbeit mit den Medien: Briefing für die lokalen Medien, um über die Projektmaßnahmen und deren Wirkung in „traditionellen“ Medien zu informieren, fachbezogene Treffen für die Medien oder Einladung von Journalisten zu einer Großveranstaltung, bei der ihnen eine Möglichkeit angeboten wird, die Teilnehmenden zu interviewen und Fotos zu machen; dies könnte z. B. ein regelmäßiger Versand von Pressemitteilungen an eine regionale Wochenzeitung sein, aber auch ein großer Beitrag in einer überregionalen Zeitung oder ein Interview im regionalen Fernsehen - je nach Möglichkeit, ➤ eine thematische Konferenz zu einem bestimmten Thema, verbunden mit einer Projektpräsentation, Darstellung der Forschungsergebnisse und einer Diskussion mit Experten, ➤ Organisation von Workshops und Seminaren, ➤ Durchführung einer Informationskampagne auf der Webseite und in den sozialen Medien, ➤ Eine Projektabschlussstreffen – in einer Großveranstaltung können Sie zeigen, was erreicht wurde, die Projektergebnisse darstellen und erläutern, wie sie genutzt wurden; dies könnte z. B. sein: Präsentation von Veröffentlichungen/Broschüren Diskussion von Schulungsmaterialien, die von anderen Organisationen oder Einrichtungen genutzt werden können, ➤ Organisation eines projektbezogenen Tages der offenen Tür, ➤ Kooperation mit Influencern, ➤ Teilnahme an Fachmessen und Ausstellungen.
<p>Kommunikationsinstrumente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fernsehen, Radio, Presse (Pressemitteilungen, Artikel/Werbung in der Lokalpresse), ➤ Fachzeitschriften, Fachzeitschriften (gedruckt und elektronisch), ➤ Verteilung von gedruckten Informationsmaterialien (Plakate, Anzeigen, Veröffentlichungen, Faltblätter, Prospekte, Broschüren, Leitfäden), ➤ Internet: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Projektwebseite oder Projektreiter auf der Webseite des Antragstellers (<i>achten Sie auf ständige Aktualisierung</i>) ➤ Profil in sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und andere) (<i>denken Sie daran, es auf dem neuesten Stand zu halten</i>), ➤ E-Mail-Verteiler mit themeninteressierten Privatpersonen und Institutionen ➤ Projektblog (Geschichten in Episoden), ➤ Podcast (eine Art Radiosendung, die im Internet veröffentlicht wird), ➤ Vlog (Videoblog) eine Art von Weblog, das hauptsächlich aus Videos besteht, die vom Autor aufgenommen wurden), ➤ Online-Instrumente (virtuelle Pressestelle, Online-Konferenz, bei der wir über das Projekt, seinen Ablauf, die erzielten Ergebnisse und Kooperation mit dem Nachbarland, Fotos von der Projektdurchführung präsentieren, Online-Plattformen für Sitzungen und Konferenzen).

Numerischer Wert (Stück, Person)	<ul style="list-style-type: none">➤ Anzahl der Zugriffe auf die Projektwebseite oder Besucherzahl,➤ Anzahl der verteilten Pressematerialien,➤ Anzahl der Besucher eines Projektstands,➤ Teilnehmerzahlen bei Sitzungen, Fortbildungsveranstaltungen➤ Anzahl der Personen, an die der Newsletter/die Einladung verschickt wurde