

HORIZON 2020 PROJEKTE KOMMUNIZIEREN

Tipps & Tools

30. KoWi-Bundestagung zur EU-Forschungs- und
Innovationsförderung

19. bis 21. Juni 2018, Universität Bremen

WARUM PROJEKTKOMMUNIKATION IN HORIZON 2020?



Drei gute Gründe für die Kommunikation von Projekten in Horizon 2020

Die Gründe für die Kommunikation von Projekten, die unter dem EU-Rahmenprogramm für Forschung und Innovation Horizon 2020 gefördert werden, können je nach Art des Projektes sowie der individuellen Motive der involvierten Akteure jeweils unterschiedlich sein – und somit sehr vielfältig.

Es gibt jedoch (zumindest) drei wesentliche Gründe für die Wichtigkeit und den Nutzen von Projektkommunikation in Horizon 2020:

Vertragliche Verpflichtung

Alle Teilnehmenden an Horizon 2020 Projekten sind gemäß Artikel 38.1.1 der Finanzhilfevereinbarung (Grant Agreement) dazu verpflichtet, im Rahmen eines Projekts Kommunikationsmaßnahmen durchzuführen. Als Fördergeberin erwartet die Europäische Kommission, dass Projekte und ihre Ergebnisse nicht nur innerhalb der jeweiligen Fachcommunity, sondern auch einer breiteren Öffentlichkeit bzw. Akteuren aus unterschiedlichen Bereichen (z.B. Wirtschaft, Politik, Medien, Zivilgesellschaft) bekannt gemacht werden.

Höhere Erfolgchancen für Anträge

In den meisten Anträgen für Ausschreibungen unter Horizon 2020, insbesondere aber in der Verbundforschung, ist ein Plan für Kommunikationsmaßnahmen ein wichtiges Antragsselement und daher auch Teil der Evaluierung.

Ein durchdachter und gut dargestellter Kommunikationsplan stärkt daher die Erfolgchancen eines Antrages und kann – gerade vor dem Hintergrund hoher Antragszahlen und niedriger Erfolgsquoten – gegebenenfalls den entscheidenden Unterschied machen.



Hebelwirkung durch Sichtbarkeit

Erfolgreiche Projektkommunikation erhöht die (mediale) Sichtbarkeit von Einrichtungen und ihren Forscherinnen und Forschern. Dies kann positive Folgewirkungen haben, etwa bei der Einwerbung weiterer öffentlicher und privater Drittmittel oder bei der Gewinnung von Personal.

TIPPS

Eine Auswahl an Tipps für die Kommunikation in Horizon 2020 Projekten

Es gibt eine ganze Reihe von Tipps für die Projektkommunikation in Horizon 2020. Diese Auswahl soll erste oder neue Ideen vermitteln, die bei der Darstellung im Antrag, bei der Planung oder der Durchführung von Kommunikationsaktivitäten hilfreich sein könnten.



Quantifizierung und Key Performance Indicators

Soweit möglich und sinnvoll sollte bereits ein Projektantrag konkrete (Kenn-)Zahlen, (Ziel-)Werte, Bandbreiten, etc. zu den geplanten Kommunikationsmaßnahmen enthalten.

Einige Beispiele: Wie oft soll ein bestimmtes Veranstaltungsformat (z.B. Stakeholder Workshops, Schulbesuche, Tag der offenen Tür, etc.) durchgeführt werden? Wie viele Teilnehmende sollen dabei erreicht werden? Wie viele Beiträge (z.B. Artikel, Kommentare, Blogposts, etc.) sollen in welchen Medien erscheinen?

Kommunikationskompetenzen des Konsortiums nutzen

Wenn unter den Projektpartnern besondere Kommunikationskompetenzen vorhanden sind, dann sollten diese auch für das Projekt genutzt werden: So haben etwa Unternehmen oft erfahrene Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsabteilungen, manche Wissenschaftler/-innen sind versiert im Umgang mit Social Media oder Vereine bzw. NGOs verfügen über einen direkten Zugang zu ihren spezifischen Zielgruppen.

Europäische Einrichtungen einbeziehen

Einrichtungen wie das Europäische Parlament, der Europäische Ausschuss der Regionen oder die Europäische Kommission erreichen eine breite Öffentlichkeit und können daher bei der Projektkommunikation eine Rolle spielen. Insbesondere die Europäische Kommission kann Horizon 2020 Projekte über verschiedene Kanäle bekannt machen. Ein Beispiel: es können Kontakte zur Sendung *Futuris* auf Euronews vermittelt werden, in der professionell gedrehte Beiträge über Projekte ausgestrahlt werden. Hierfür sollten die Project Officers oder die Kommunikationsabteilung der zuständigen Generaldirektion angesprochen werden.

An externe Veranstaltungen „andocken“

Bei der Planung von größeren Veranstaltungen im Rahmen eines Horizon 2020 Projekts kann es mitunter schwierig sein, genügend Teilnehmende und geeignete Zielgruppen zu erreichen. In diesem Fall kann es sinnvoll sein, die eigene Veranstaltung an externe, thematisch einschlägige Veranstaltungen wie etwa große Fachkonferenzen oder forschungspolitische Events anzudocken. Der wesentliche Vorteil: ein entsprechendes Publikum ist bereits vor Ort.

TOOLS



Einige bewährte und neue Werkzeuge für die Kommunikationsaktivitäten in Projekten

Die „Werkzeugkiste“ der Wissenschaftskommunikation hat sich durch die digitalen Technologien enorm erweitert. Je nach Kommunikationsziel und Zielgruppe bieten sich unterschiedliche Tools an. Daher ist in Horizon 2020 Projekten ein Mix aus bewährten und neueren Tools zu finden, von denen nachfolgend eine kleine Auswahl vorgestellt wird:

Gamification

Gamification bedeutet, Charakteristika von Spielen (z.B. Punkte sammeln, Level erreichen, Rätsel lösen, etc.) in Kommunikationsmaßnahmen zu integrieren und damit Attraktivität, Motivation und Wirkung zu erhöhen. Meistens bezieht sich der Begriff auf spielerische Elemente in digitalen Formaten, etwa einfache Spiele in Webapplikationen. Es können aber auch „nicht-digitale“ Formate spielerisch gestaltet werden, etwa ein Pubquiz.

Visualisierung

Visualisierungen sind seit jeher wichtig, um Inhalte und Ergebnisse anschaulich und damit wirksam zu vermitteln. Gerade die Digitalisierung ermöglicht neue und eindrucksvolle Visualisierungen, z.B. durch GIFs, Webapplikationen für die Erstellung von Infographiken und Datenvisualisierung, 360°-Videos oder Augmented Reality-Apps.

Scrollytelling

Die Wortschöpfung für dieses Format ist Programm: Scrollytelling verbindet die Vermittlung von Projektinhalten in Form des Geschichtenerzählens („Storytelling“) mit der einfachen Bedienung („scrollen“) eines digitalen Mediums. User können sich dabei durch eine Geschichte scrollen, bei der Text und audiovisuelle Inhalte flexibel miteinander kombiniert werden.

Advisory Boards strategisch besetzen

Externe Advisory Boards sind ein verbreitetes Format für die Interaktion und Rückkopplung eines Horizon 2020 Projekts mit relevanten gesellschaftlichen Zielgruppen. Um Advisory Boards für die Projektkommunikation zu nutzen, können diese (auch) entsprechend einer Kommunikationsstrategie besetzt werden: Sind alle Zielgruppen des Projekts vertreten, insbesondere jene, die in Wirtschaft, Politik oder Gesellschaft potentiell eine große Breitenwirksamkeit haben? Gibt es geeignete Einzelpersonen mit besonderer Medienpräsenz (z.B. „Influencer“), die einbezogen werden können? Können die im Advisory Board vertretenen Einrichtungen bei der Durchführung von Kommunikationsmaßnahmen mitwirken?

Pecha Kucha

Pecha Kucha ist ein Format für Kurzvorträge, bei dem auf die klassischen Folien mit Text, Bullet Points und Co. vollständig verzichtet wird. Der Vortrag wird nur durch 20 Bilder visuell unterstützt, die in jeweils 20 Sekunden präsentiert werden.



NÜTZLICHE LINKS

- [Europäische Kommission: YouTube Playlist The EU Guide to Science Communication](#)
- [Europäische Kommission: Webinar 60-Minutes Communications Workout](#)
- [Europäische Kommission: Communicating EU Research and Innovation](#)
- [IPR Helpdesk: Making the Most of Your H2020 Project](#)
- [EURAXESS: How to improve your science communication skills – Idea Books](#)
- [Wissenschaftskommunikation.de: umfassende Sammlung von Formaten der Wissenschaftskommunikation](#)

Kooperationsstelle EU der Wissenschaftsorganisationen (KoWi)

KoWi Büro Bonn
Genscherallee 2
D-53113 Bonn

☎ +49-228-95997-0

✉ bonn@kowi.de

KoWi Büro Brüssel
Rue du Trône 98
B-1050 Brüssel

☎ +32-2-54802-10

✉ brussels@kowi.de



Download unter
www.kowi.de

Bildnachweis: allvision/stock.adobe.com (S. 2);
Coloures-Pic/stock.adobe.com (S. 3);
BillionPhotos.com/stock.adobe.com (S. 6)