

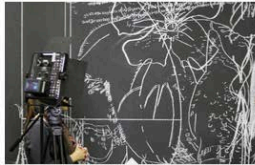
Open Science: Tipps und Anwendungsbeispiele aus der Praxis

Laura Griestop, 21. November 2018

Kommunikationsunternehmen für die Life Science Branche in Europa



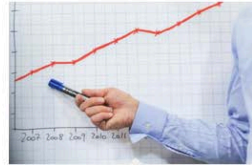
Veranstaltungen und Ausstellungen



Video und Filmproduktion



Informationsplattformen



Statistiken und Reports



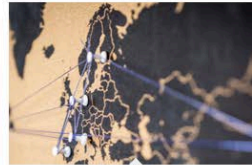
Corporate Publishing



Fachzeitschriften und Fachbücher



EU-Projekt-kommunikation



Netzwerke und Geschäftsstellen

EU-Projektkommunikation

Veranstaltungen und
Ausstellungen



Video und
Filmproduktion



Informations-
plattformen



Corporate Publishing



Kommunikation und Verbreitung

Konzeption und Erstellung einer Kommunikationsstrategie

- Kernbotschaften/Zielsetzungen
- Was will das Projekt erreichen? Auf welche gesellschaftlichen Herausforderungen wird eingegangen?
- Zielgruppen
- Kanäle & Aktivitäten
- Ressourcen, Zeitplan, Evaluierung



Methoden	Kanäle	Materialien/ Instrumente	Primäre Zielgruppe	Verantwortung
Online	<ul style="list-style-type: none"> • Projektwebsite • Kommunikationsmaterialien • Webinars • Partner verlinken 	<ul style="list-style-type: none"> • Interner Bereich/ öffentlicher Bereich • Flyer, Broschüre, Roll-ups, Präsentationen (...) 		
Soziale Netzwerke	<ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn • Twitter • Facebook • YouTube 			
Zielgerichtete Events	<ul style="list-style-type: none"> • Konferenzen • Workshops/Seminare • Ausstellungen 			
Medien	<ul style="list-style-type: none"> • Magazine • Zeitungen • Newsletter 			

Kommunikation und Verbreitung

Wiedererkennungswert steigern

- Entwicklung eines Logos
- Corporate Design für alle Veröffentlichungen des Projekts, Veranstaltungen, Präsentationen

Regelmäßige Kommunikation

- Nicht nur Projektergebnisse kommunizieren, Innovationen hervorheben, auf neue (politische) Entwicklungen verweisen, verwandte Projekte miteinbinden
- Ansprechend kommunizieren, nicht zu viele Fachbegriffe (zielgruppengerecht)
- Newsletter (auf Veranstaltungen bewerben)
- Pressemitteilungen bei größeren Ereignissen/Fortschritten

Beispiel: Twitter

- Innovationen aus der Bioökonomie
- Politische Entwicklungen & Strategien
- Link zur breiteren Nachhaltigkeitsdebatte
- Chancen, aber auch Herausforderungen
- Projektergebnisse kommunizieren (e.g. interessante Facetten aus Studien, virtuelle Ausstellung)
- Zitate aus Veranstaltungen
- Newsletter
- Möglichkeiten für Input geben

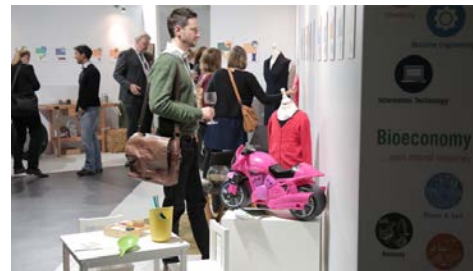


The image shows a screenshot of the BioSTEP Twitter profile. The profile name is "European Bioecon..." and the handle is "@biostep_project". The profile statistics are: 368 Tweets, 222 "Folge ich" (Following), and 1.179 Followers. Below the profile information is a tweet from "European Bioeconomy @biostep_project" dated "22. Feb.". The tweet text reads: "Research recommendations about public participation and stakeholder engagement in the #bioeconomy - presented now by the @biostep_project team! The publication including the recommendation can be downloaded on the biostep website!! #biobased #research #innovation #research". Below the text is a video thumbnail showing a presentation in a room with a screen displaying a leaf logo. The video player interface at the bottom shows a heart icon, a share icon, and a play button icon.

Beispiel: Ausstellungen

BioSTEP Ausstellung wurde in verschiedenen Ländern in Science Parks & Museen gezeigt:

- Ziel: Aufmerksamkeit für ein Thema generieren und Interesse wecken
- Überraschung, Interaktion, Wissensvermittlung, zum Nachdenken anregen
- Etwa 4.000 Leute erreicht und aktiv durch Ausstellung geführt



Beispiel: Pressemitteilungen, Nachrichten

PharmaSea: breites Medienecho, interessantes Thema, eindringliche Fotos, spannender Einführungstext, Kommunikation durch Wissenschaftler, ansprechende Graphiken

BBC

Drugs in dirt: Scientists appeal for help

By Michelle Roberts
Health editor, BBC News online

elEconomista.es

Bio Based Press
Towards green growth through sustainability and innovation

THE IRISH TIMES

CNN



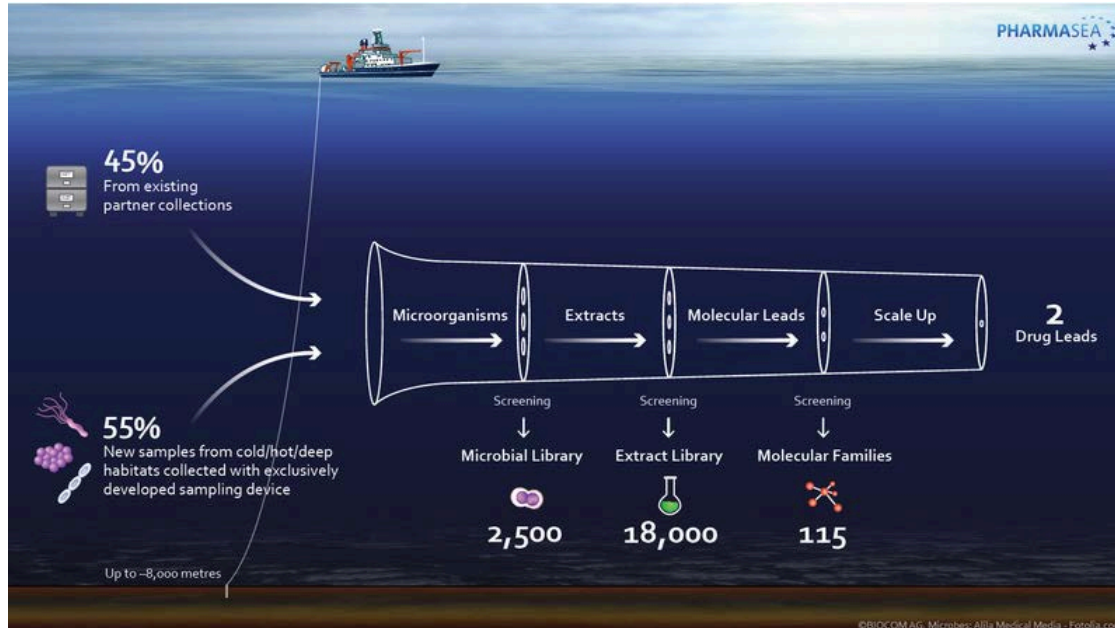
DW Deutsche Welle



Extreme medicine: The search for new antibiotics



Beispiel: Graphik



Beispiel: Video



Kommunikation und Verbreitung/Antragstellung

- Eigenes AP für Kommunikation und Verbreitung
- Relevante Kapitel: Impact 2.2 & Implementation 3.1, 3.2, 3.4
- Kommunikationsstrategie je nach Anforderung (CSA/ IA...)
- Querverbindungen zwischen den einzelnen WPs aufzeigen
- Interne Kommunikation
- Kompetenzverteilung in der Angebot Erstellung
- Letzter Schliff: Kohärenz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit – Gibt es Fragen?