

Regionalentwicklungsprojekte kommunizieren: Die 6 wichtigsten Punkte

Proaktive Kommunikation von Anfang an: Kommunikation ist kein lästiges Übel. Sie ist wichtiger Teil der Projektarbeit und für eine erfolgreiche Projektumsetzung unerlässlich. Massnahmen, mit denen über das Projekt, den Projektverlauf und schliesslich auch die Projektergebnisse kommuniziert wird, sind von Beginn weg einzuplanen und umzusetzen. Auch wenn sich Probleme abzeichnen, ist eine frühzeitige, offene und transparente Kommunikation gegenüber der Öffentlichkeit und den Medien wichtig. Nicht vergessen gehen darf dabei die vorgängige Information des Projektteams und wichtiger Partner. So kann die Kontrolle darüber bewahrt werden, wer was sagt. Hilfreich ist, wenn von Beginn weg klar ist, wer die Kommunikation koordiniert und als Ansprechperson bei Anfragen fungiert.

Kommunikation über das Projektende hinaus: Der Erfolg eines Projekts misst sich auch daran, inwiefern die Projektergebnisse und die während der Projektumsetzung gemachten Erfahrungen anderen Personen zugänglich gemacht werden. Dies ist mit Aufwand verbunden. Die dafür benötigten Ressourcen sollten von Beginn weg eingeplant werden, damit sie schliesslich auch zur Verfügung stehen.

Zielgerichtete Kommunikation: Kommunikationsmassnahmen sollen nicht einfach abgespult und umgesetzt werden, weil man halt eben muss. Wer kommuniziert, muss wissen, weshalb er es tut und welche Ziele er damit verfolgt. So kann entschieden werden, wo Prioritäten gesetzt werden sollen und wie sich die – in der Regel beschränkten – Ressourcen optimal einsetzen lassen. Dabei gilt zu berücksichtigen, dass sich die Ziele und damit auch die Inhalte, Zielgruppen und geeigneten Kommunikationsmittel im Zeitverlauf ändern.

Eingängiger Projektname: Ein kurzer, eingängiger Projektname – allenfalls kombiniert mit einem Slogan oder Logo – erleichtert die Kommunikation und trägt zur Bekanntmachung bei. Bei Interreg-Projekten, wo vielfach mehrsprachige Teams zusammenarbeiten, wird als Projektname oft ein Akronym verwendet – ein Kurzwort, das sich aus den Anfangsbuchstaben oder den Anfangssilben mehrerer Wörter zusammengesetzt, die eine ausführlichere Projektbezeichnung bilden.

Förderprogramm oder -institution erwähnen: Die finanzielle Unterstützung eines Projekts durch die öffentliche Hand oder eine private Förderinstitution ist nicht als Schwäche, sondern als Auszeichnung für seine Förderwürdigkeit zu verstehen und entsprechend zu kommunizieren. Meist sind die Empfängerinnen und Empfänger von Finanzhilfen auch verpflichtet, bei der Projektkommunikation auf die Förderung hinzuweisen. Zum einen helfen sie so, das Förderprogramm bzw. die -institution bekannt und greifbar zu machen. Zum anderen unterstützen sie damit auch die Kommunikation des Geldgebers, der jeweils Rechenschaft darüber ablegen muss, wofür das Geld eingesetzt wird und was die Förderung bewirkt. Ob Medienschaffende die Förderung bei ihrer Berichterstattung erwähnen, kann nur bedingt beeinflusst werden. Umso wichtiger ist es, die Förderung selbst aktiv zu kommunizieren.

Kommunikationspartner und Multiplikatoren nutzen: Erfolgreich und effizient Kommunizieren heisst auch, Mittler und Multiplikatoren nutzen. Dazu zählen zum einen die klassischen Medien (Print, online, Radio, TV), die mit ihrer Berichterstattung eine breite Öffentlichkeit erreichen. Hilfreich sind zudem Fach- und Branchenmedien, über die sich bestimmte Gruppen ansprechen lassen. Darüber hinaus existieren viele weitere Organisationen, Plattformen und Akteure, die bei der Kommunikation hilfreich sind. So können beispielsweise Branchenverbände eine wichtige Vermittlerfunktion übernehmen oder bekannte Persönlichkeiten als

«Botschafter» dabei helfen, Akzeptanz für ein Vorhaben zu schaffen. Vielfach lassen sich auch die Kommunikationsmittel und -kanäle von Partnern und Dritten für die eigene Kommunikation nutzen. Geeignete Mittler und Multiplikatoren sind deshalb frühzeitig zu identifizieren, bei der Kommunikationsarbeit zu berücksichtigen und mit den notwendigen Informationen und Wissensbeständen zu versorgen. Die Möglichkeiten, die die Online-Kanäle von regiosuisse für die Kommunikation eigener Inhalte bieten, sind in einem Infoblatt im Dossier Kommunikation auf der regiosuisse-Website aufgeführt.

Mehr Tipps und Hilfsmittel für die Planung und Umsetzung Ihrer Aktivitäten zur Kommunikation von Regionalentwicklungsstrategien, -programmen und -projekten finden Sie im Dossier «Kommunikation» auf der Website von regiosuisse: www.regiosuisse.ch/kommunikation.