

Management von grenzüberschreitenden Projekten im Gesundheitsbereich

TEIL 5 – DIE EXTERNE KOMMUNIKATION

Tool Nr. 5.12: Die Schlüsselbegriffe der externen Kommunikation des Projekts

Externe Kommunikation	Die externe Kommunikation umfasst alle Kommunikationsmaßnahmen, mit dessen Zielgruppen (Nutzer, Begünstigte), mit der breiten Öffentlichkeit, den Finanzpartnern, den Dienstleistern etc.
Kommunikation in den Medien	Die Kommunikation in den Medien umfasst alle Maßnahmen im Zusammenhang mit Werbung, Öffentlichkeitsarbeit oder Information, die über die wichtigsten Medien (Fernsehen, Radio, Presse, Internet, soziale Netzwerke, Plakate) durchgeführt werden.
Online-Kommunikation	Die Online-Kommunikation ist ein relativ neuer Bereich der Kommunikation; sie umfasst den gesamten Austausch und Informationsfluss, der über Online-Träger des „digitalen Ökosystems“ erfolgt.
Zielgruppen	Alle Personen oder Gruppen, die durch die Kommunikation über das Projekt erreicht werden sollen.
Corporate Identity	Die corporate Identity umfasst die verschiedenen grafischen Elemente (Logo, Akronym, Schriftarten, Farben etc.) zur Darstellung des Projekts auf dessen Kommunikationsträgern. Diese verschiedenen grafischen Elemente der corporate Identity werden normalerweise im Corporate Design des Projekts zusammengefasst und dargestellt.
Schlüsselbotschaft	Botschaft durch die die wichtigsten Ziele oder Ergebnisse eines Projekts den Zielgruppen mitgeteilt werden. Im Allgemeinen gibt es mehrere Schlüsselbotschaften, je nach Zielgruppe.
Kommunikationsinstrument	Das Kommunikationsinstrument ist ein Träger, über den Informationen verbreitet und Botschaften dem Zielpublikum mitgeteilt werden.
Kommunikationsplan	Der Kommunikationsplan ist ein Dokument, in dem alle zur Förderung des Projekts vorgesehenen Kommunikationsmaßnahmen, sowie deren Zeitplan, Budgetierung, Zielgruppen, Kommunikationsmittel aufgeführt sind.