



Zusammenfassung

# Kapitel: Projektkommunikation

## Was ist eine Kommunikationsstrategie?

### Die Kommunikations- strategie

... umfasst alle **konzeptionellen Überlegungen und Maßnahmen**, die zur Erreichung von Kommunikations- und Organisationszielen bzw. Projektzielen notwendig sind.

... regelt die **Projektkommunikation auf übergeordneter Ebene** und definiert, mit wem eine Organisation wann und wie in Dialog tritt und klärt das Warum.

... baut auf Erkenntnissen der **Zielgruppen- und Stakeholderanalyse** sowie des **Evaluationsplans** auf.

(Abgeändert u.a. von Hubspot)

## In vier Schritten zur Kommunikationsstrategie

Es gibt verschiedene Modelle zur Entwicklung einer Kommunikationsstrategie. Bei dem hier vorgestellten Vorgehen können die Schritte zwei und drei auch getauscht werden, je nachdem ob die Adressaten schon bekannt sind oder nicht.

**Ist-Analyse**

**Adressaten  
definieren**

**Kommunika-  
tionsziele  
formulieren (Soll-  
Zustand)**

**Maßnahmen  
planen**  
(Was? Wann?  
Wo? Wer? Für  
wen?)

## Ist-Analyse

Was ist das **Projektumfeld/**  
**die Marktlage?**  
(Trends, vergleichbare Projekte, ...)

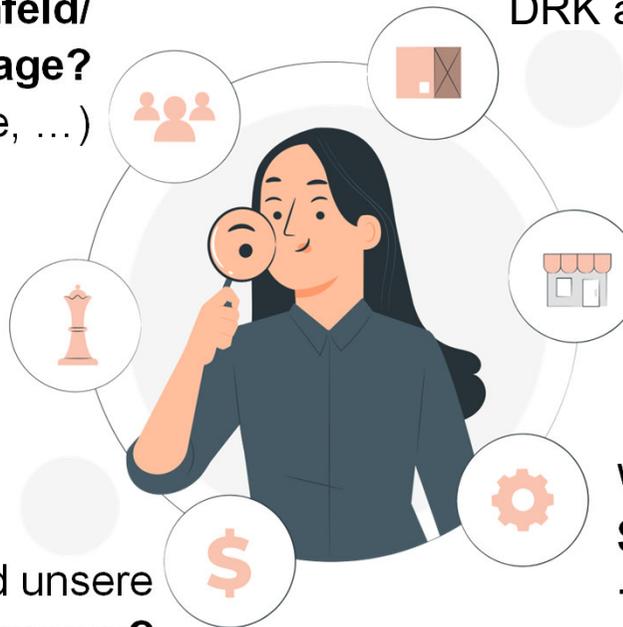
Was sind unsere  
**übergeordneten Ziele**  
**und Strategie?**

Was sind unsere  
**Produkte/Dienstleistungen?**

DRK als **Marke**

**Lokalität:** Was ist das  
Einzugsgebiet des Projekts?  
(lokal/national/...)

Was sind **Stärken und**  
**Schwächen des Projekts?**  
→ SWOT-Analyse



© storyset.com/business

## Adressaten definieren

Die Adressaten der Kommunikation können noch weiter unterschieden werden, um die jeweils passende Kommunikation (z. B. in Hinblick auf Art und Inhalt der Kommunikation) entwickeln zu können:

**Interne Adressaten**  
(= im Team/Verband/DRK)

vs.

**Externe Adressaten**  
(= außerhalb der Organisation)

**Konsumierende** von Kommunikation  
(= nehmen Informationen nur auf)

vs.

**Multiplikatorinnen & Multiplikatoren /  
Kooperationspartner**  
(= geben Botschaften weiter)

**Weitere Unterscheidungsmöglichkeiten:**  
Alter, Regionalität, Vorwissen, ...

## Kommunikationsziele formulieren (Soll-Zustand)



Was möchte ich mit meiner Kommunikation **erreichen**?  
Welche **Veränderung** will ich bei den Adressaten bewirken?



Dabei immer die **Projekt- & Organisationsziele** berücksichtigen!  
**Je nach Adressaten** der Kommunikation werden **spezifische Ziele** definiert.



### Mögliche Ziele:

- Finanzielle Mittel einwerben?
- Akquise von Kundinnen & Kunden?
- Bekanntheit steigern?
- Unterstützung in der eigenen Organisation suchen?

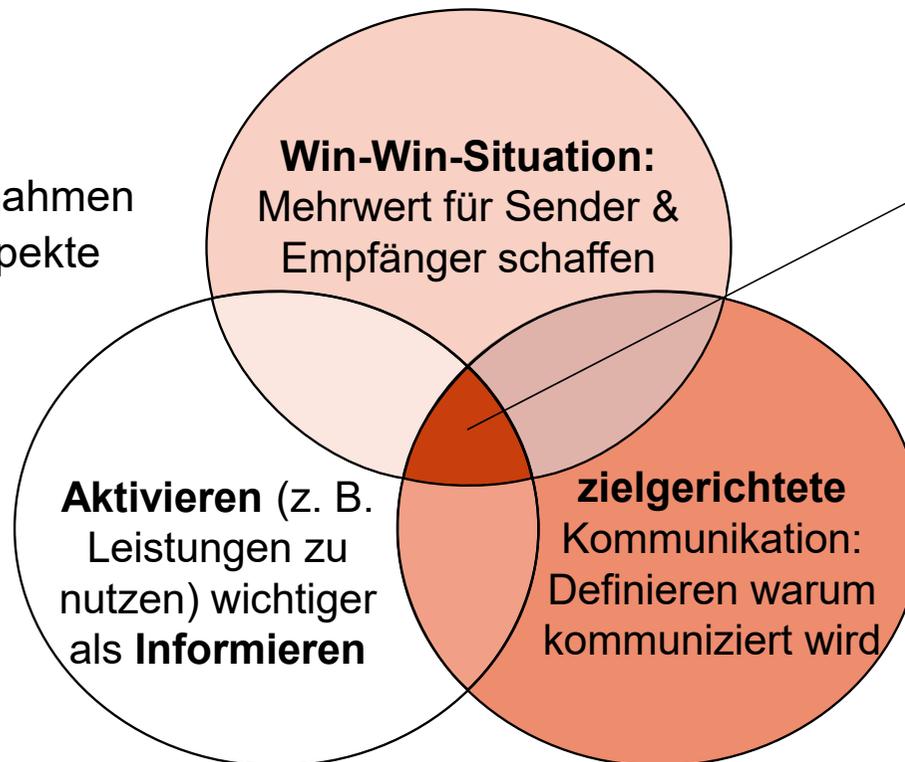
### Beispiele:

- *Übergreifend: Mit unserer Kommunikation wird das Projekt im gesamten Landesverband bekannt.*
- *Sehr spezielles Ziel: Wir steigern unsere Interaktionen bei Facebookpost um 10 % bis Ende 2021, um unsere Bekanntheit insbesondere im Ehrenamt zu steigern.*

## Maßnahmen planen

(Was? Wann? Wo?  
Wer? Für wen?)

Bei der Planung von  
Kommunikationsmaßnahmen  
gilt es drei zentrale Aspekte  
zu berücksichtigen:



**Richtig gute  
Kommunikations-  
maßnahme**

## Maßnahmen planen

(Was? Wann? Wo?  
Wer? Für wen?)

### Weitere wichtige Punkte bei der Maßnahmenplanung:



#### Kommunikationsinfrastruktur

- Welche Hardware habe/brauche ich?  
z. B. Laptops, Kamera
- Welche Software habe/brauche ich?  
z. B. ein Newsletterprogramm



#### Timing & Kanal

- Auf welchen Kanälen wollen wir kommunizieren?
- Wann kommunizieren wir was über welchen Kanal?
- Wann kann ich meine Adressaten bestmöglich erreichen?



#### Rollen festlegen

- Wer kümmert sich um die Kommunikation? Eine Person oder verteilen sich die Aufgaben?



## Weitere Informationen rund um die Projektkommunikation

- Praxistipps für eine Marketingstrategie: „Hallo Zielgruppe! Angebote erfolgreich vermarkten“  
<https://www.skala-campus.org/artikel/angebote-erfolgreich-vermarkten/>
- Präsentation aus der Virtuellen Impulsreihe des DRK GS „Vom Social Media Redaktionsplan bis zur Erfolgsmessung in der Praxis“  
[https://drk-wohlfahrt.de/fileadmin/user\\_upload/Sonderseiten/Soziale Innovation-Digitalisierung/Virt Impulsreihe/210609 DRK Digitale Impulsreihe Social Media GS MilanMende.pdf](https://drk-wohlfahrt.de/fileadmin/user_upload/Sonderseiten/Soziale_Innovation-Digitalisierung/Virt_Impulsreihe/210609_DRK_Digitale_Impulsreihe_Social_Media_GS_MilanMende.pdf)
- Blogbeitrag zu Barrierefreiheit im Internet  
<https://drk-wohlfahrt.de/blog/eintrag/barrierefreiheit-im-internet-gespraech-mit-christiane-maass/>
- DRK-Styleguide: <https://styleguide.drk.de/>
- Quellen für Bilder:
  - [DRK-Wissensdatenbank](#) (man benötigt Zugang, der bei der DRK-Service GmbH beantragt werden kann)
  - <https://gesellschaftsbilder.de/> (Projekt von Leitmedien, um Bildsprache diverser zu machen und schlecht gestellte Stockimages zu vermeiden – Nutzung für redaktionelle Zwecke kostenfrei)
  - <https://www.pexels.com/de-de/>
  - <https://unsplash.com/images/stock>
  - <https://de.freepik.com/>