

Bayerische  
Forschungsallianz

# Dissemination/Communication für EU-Projekte

München, 12. November 2014

Emmanuelle Rouard

E-Mail: [rouard@bayfor.org](mailto:rouard@bayfor.org)

Telefon: 089-9901 888-111





# Agenda

## Aus der Theorie

- Horizon 2020: Dissemination vs. Communication
- Dissemination: Zielgruppe Wissenschaft / Open Access und Open Data
- Communication: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Aus der Praxis

- Öffentlichkeitsarbeit: So geht's!
- Pressearbeit: So geht's!
- Reporting
- Tipps für Antragstellung und Consortium Agreement



## Unter Horizon 2020...

# Dissemination ≠ Communication



# Dissemination...

**Zielgruppe:** Fokus auf Kommunikation mit der wissenschaftlichen Community

## **Kanäle:**

- Wissenschaftliche Publikationen
- Wissenschaftliche Konferenzen, Poster sessions, usw.

## **Ziele der EU:**

- Freie Verfügbarkeit der Forschungsergebnisse und -daten (Open Access / Open Data)
- Möglichst schnelle Umsetzung von Forschungsergebnissen in Innovationen



Foto: Fotolia



## Communication...

### Zielgruppen & Ziele der EU:

Projekte sollen u.a. folgende Akteure („Stakeholder“) erreichen:

- **Bürger:**  
Sollen verstehen, welchen direkten Nutzen sie von EU-geförderter Forschung haben
- **Wirtschaft:**  
Soll Ergebnisse schnell in Anwendungen überführen und auf den Markt bringen
- **Politik:**  
Damit Forschungsergebnisse in konkrete Planungen einfließen und umgesetzt werden

### Instrumente

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



# Dissemination vs. Communication in Ihrem EU-Antrag

Bewertungskriterien FP7-/Horizon-2020-Anträge:

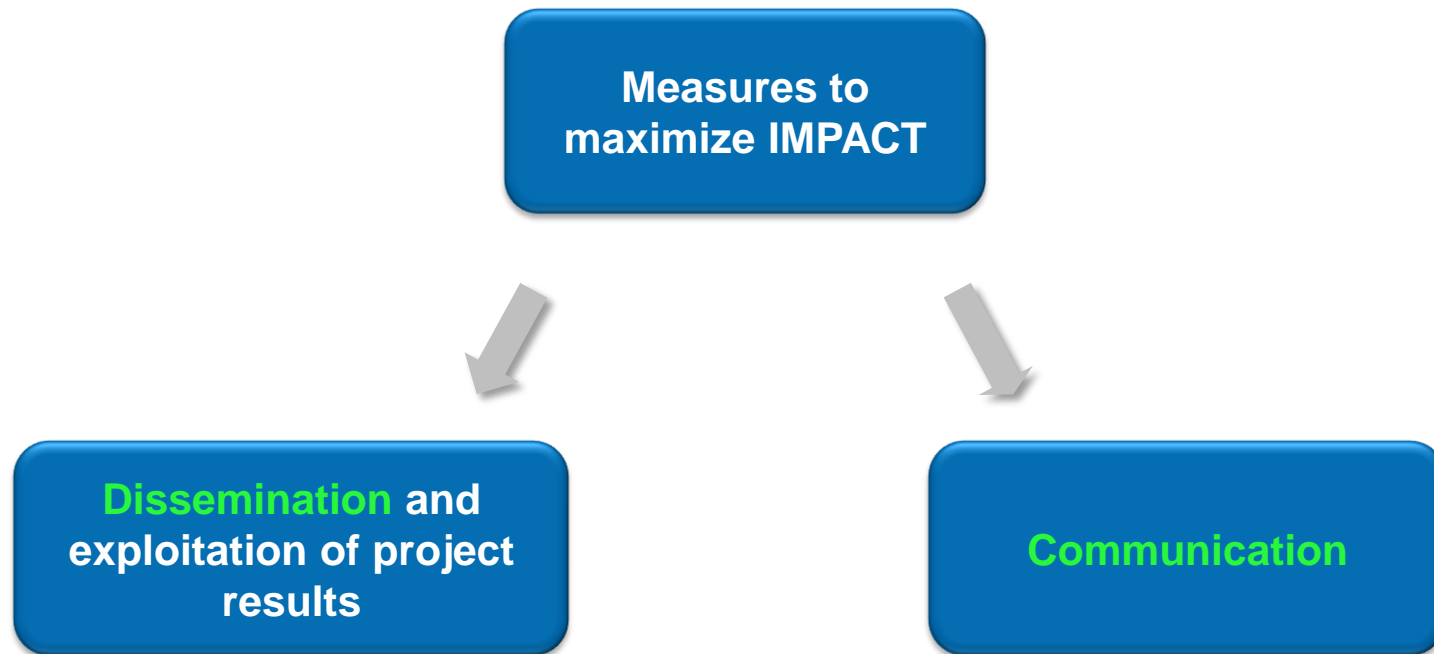
<b>Wissenschaftliche und/oder technologische Exzellenz (S&amp;T excellence)</b>	<b>Potenzielle Auswirkungen der Projektergebnisse (Impact)</b>	<b>Umsetzung/Projektdurchführung (Implementation)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Konzept, Projektziele</li><li>•Bezug zum Arbeitsprogramm</li><li>•State of the Art</li><li>•Innovationspotenzial des Projekts</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Beitrag zu europäischem Mehrwert</li><li>•<b>Maßnahmen für Verbreitung bzw. Verwertung d. Projektergebnisse</b></li><li>•Angemessene Maßnahmen zu Management von Rechten des geistigen Eigentums</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Arbeitsplan</li><li>•Projektmanagement</li><li>•Konsortium</li><li>•Ressourcen</li></ul>

**Unterschied FP7/Horizon 2020:** Reihenfolge Impact – Implementation wurde geändert  
=> Impact spielt eine noch wichtigere Rolle als im FP7!



# Dissemination vs. Communication in Ihrem EU-Antrag

Zwei getrennte Kapitel sind jetzt notwendig!





# Dissemination in Horizon 2020: Open Access und Open Data





# Dissemination in H2020: Open Access und Open Data

## Open Access

= wissenschaftliche **Literatur** (peer-reviewed), die im Rahmen eines geförderten Projekts entsteht, soll vollständig, kostenfrei und öffentlich im Internet zugänglich sein und weiterverwertet werden können (unter Berücksichtigung der Autorenrechte)

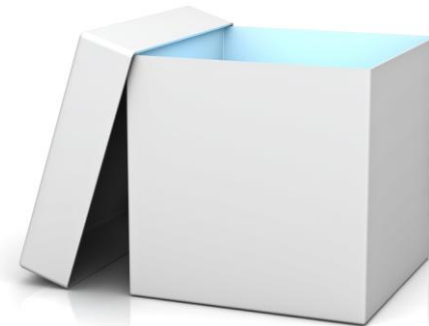


Foto: Fotolia



# Dissemination in H2020: Open Access und Open Data

## Open Access

„**Goldener Weg**“ – Erstveröffentlichung in Open-Access-Zeitschriften, zusätzliche Veröffentlichung in einem Repository

- Veröffentlichung ist für die Autoren meistens kostenpflichtig
- Kostenübernahme kann beim Förderer beantragt werden → Wichtig: im Antrag ein Open Access-Budget vorsehen!
- Überblick über Open-Access-Zeitschriften: Directory of Open Access Journals

„**Grüner Weg**“ – Erstveröffentlichung in einem Journal, zeitgleiche oder nachträgliche Veröffentlichung in einem Repository

- Verlage versehen Publikationen meist mit einer Sperrfrist, d.h. diese können erst nach einer gewissen Zeit ins Repository eingestellt werden
- Überblick über Repositorien: Registry of Open Access Repositories



# Dissemination in H2020: Open Access und Open Data

## Open Data

= wissenschaftliche **Rohdaten**, die im Rahmen eines geförderten Projekts gewonnen werden, sollen vollständig, kostenfrei und öffentlich im Internet zugänglich sein und weiterverwertet werden können (unter Berücksichtigung der Autorenrechte)

## Umfasst

- Daten und Metadaten, die zur Überprüfung der Ergebnisse aus wissenschaftlichen Publikationen nötig sind (KEINE patentrelevante Informationen)
- Andere Daten, die im Data Management Plan genauer spezifiziert wurden



Foto: Fotolia



## Dissemination in H2020: Open Access und Open Data

	FP7	Horizon 2020
Open Access	Pilotprojekt	verpflichtend
Open Data	---	Pilotprojekt*

### \* Betrifft 2014/2015 folgende Bereiche:

- Future and Emerging Technologies
- Research infrastructures – part e-Infrastructures
- LEIT – Information and Communication Technologies
- Societal Challenges 3 (part Smart cities and communities), 5 (except raw materials), 6, 7



# Horizon 2020: Open Access und Open Data

## Art. 29 – Dissemination of results – open access – visibility of EU funding

### 29.2 Open access to scientific publications

Each beneficiary must **ensure open access (free of charge, online access for any user) to all peer-reviewed scientific publications** relating to its results.

In particular, it must:

(a) as soon as possible and at the latest on publication, deposit a machine-readable electronic copy of the published version or final peer-reviewed manuscript accepted for publication in a repository for scientific publications;

Moreover, the beneficiary must **aim to deposit at the same time the research data needed to validate the results** presented in the deposited scientific publications.



## Horizon 2020: Open Access und Open Data

...Fortsetzung von S. 13

- (b) ensure open access to the deposited publication — via the repository — at the latest:
  - (i) **on publication**, if an electronic version is available for free via the publisher, or
  - (ii) **within six months of publication** (**twelve months** for publications in the social sciences and humanities) in any other case.
- (c) ensure open access — via the repository — to the bibliographic metadata that identify the deposited publication.



# Horizon 2020: Open Access und Open Data

## 29.3 Open access to research data

Regarding the digital research data generated in the action ('data'), the beneficiaries must:

(a) **deposit in a research data repository** and take measures to make it possible for third parties to **access, mine, exploit, reproduce and disseminate — free of charge for any user —** the following:

(i) the data, including associated metadata, needed to validate the results presented in scientific publications as soon as possible;

(ii) other data, including associated metadata, as specified and within the deadlines laid down in the 'data management plan' (see Annex 1);

(b) provide information — via the repository — about tools and instruments at the disposal of the beneficiaries and necessary for validating the results (and — where possible — provide the tools and instruments themselves).



# Communication in Horizon 2020

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit





## Was ist Presse-/Öffentlichkeitsarbeit?

„Public Relations ist die Kunst, durch das gesprochene oder gedruckte Wort, durch Handlungen oder durch sichtbare Symbole für die eigene Firma, deren Produkt oder Dienstleistung **eine günstige öffentliche Meinung** zu schaffen.“

Carl Hundhausen, „Die deutsche Werbung“, 1937

- ⇒ **Zielgruppe:** Breite Öffentlichkeit, Wirtschaft, Politik, Journalisten, usw.
- ⇒ **Aufgabe:** konsistentes, positives Images erzeugen
- ⇒ **Mittel:** Information, Kommunikation, Persuasion
  
- ⇔ **Werbung:** kurzfristig, werblich, verkaufsfördernd



# Presse-/Öffentlichkeitsarbeit – was will die EU?

## Als Erinnerung - Ziele der EU:

- **Bürger:**  
Sollen verstehen, welchen direkten Nutzen sie von EU-geförderter Forschung haben
- **Wirtschaft:**  
Soll Ergebnisse schnell in Anwendungen überführen und auf den Markt bringen
- **Politik:**  
Damit Forschungsergebnisse in konkrete Planungen einfließen und umgesetzt werden



## Presse-/Öffentlichkeitsarbeit – was will die EU?

- **Communication-Plan** (im Antrag / Grant Agreement)
- Kommunikation über das Projekt **außerhalb der wissenschaftlichen Community** (inkl. über die Medien) → **Vorab-Information an die EU-Kommission**, bevor bahnbrechende Ergebnisse vom Konsortium bekannt gegeben werden.
- Regelmäßige Berichte über Projektentwicklung inkl. **Zusammenfassung für die breite Öffentlichkeit**, die sofort veröffentlicht werden kann
- **Projekt-Homepage**
- **Final Report** mit: Liste mit allen durchgeführten Dissemination- und Communication-Maßnahmen, IPR-relevanten Aktivitäten (z.B. Patentanmeldungen), verwertbaren Forschungsergebnissen („Exploitable foreground“) und einem Bericht über gesellschaftliche Relevanz dieser Ergebnisse.

# Presse-/Öffentlichkeitsarbeit – was will die EU?

## PR in eigener Sache...

- Auf jedem PR-Material (und Homepage): Verweis auf die Förderung seitens der EU



+ Text: „*This project has received funding from the European Union’s Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement no. XXX*”.

- Disclaimer: “*Any dissemination of results (and communication activity) must indicate that it reflects only the authors’ view and that the EU is not responsible for any use that may be made of the information it contains.*”
- Neu: Die Verpflichtung wurde ausgeweitet: Das Logo der EU muss auch z.B. auf „infrastructure - equipment and major supplies“ (mit Sticker) und bei Preisverleihungen sichtbar sein.

Weitere Informationen: [http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants\\_manual/amga/h2020-amga\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/amga/h2020-amga_en.pdf)



# Presse-/Öffentlichkeitsarbeit – what's in for you?

## In der Antragsphase

Guter Communication-Plan = Bessere Chancen auf Förderung



© Fotolia

## Im Laufe des Projektes – Vorteile einer höheren Sichtbarkeit auf europäischer Ebene

- **Bessere Vernetzung** - Aufmerksamkeit von neuen, potenziellen (internationalen) Projektpartnern
- **Erhöhte Attraktivität Ihrer Forschungseinrichtung** für neue talentierte Studenten und Wissenschaftler
- **Mögliche Einflussnahme**, z.B. auf politischer Ebene
- **Erfolg bei der weiteren Fördermittelakquise** - Andere Fördermittelgeber werden auf das Potenzial Ihrer Forschungsarbeit aufmerksam
- **Vereinfachte Suche** nach Investoren und industriellen Partnern, die die Projektergebnisse in Produktlösungen umsetzen wollen.

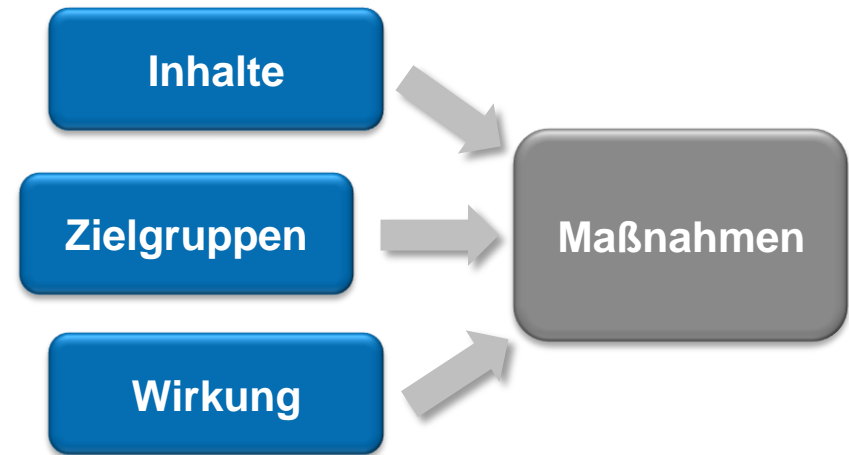


## Öffentlichkeitsarbeit: So geht's!



# Öffentlichkeitsarbeit: Grundüberlegungen

- Was wird nach außen kommuniziert und was nicht? (**Inhalte**)
- Wen will ich erreichen? (**Zielgruppen**)
- Was will ich erreichen? (**Wirkung**)
  
- Wie kann ich das umsetzen? (**Maßnahmen**)





# Öffentlichkeitsarbeit: Maßnahmen

## 1. Kernbotschaften festlegen

- Drei Kernbotschaften zum Projekt:
  - Was macht das Projekt?
  - Was ist das Ziel?
  - Warum ist das wichtig?
- Aussagen für unterschiedliche Zielgruppen / Stakeholdern adaptieren
  - **Bevölkerung**
  - Politik
  - Wirtschaft
  - usw.



© Fotolia

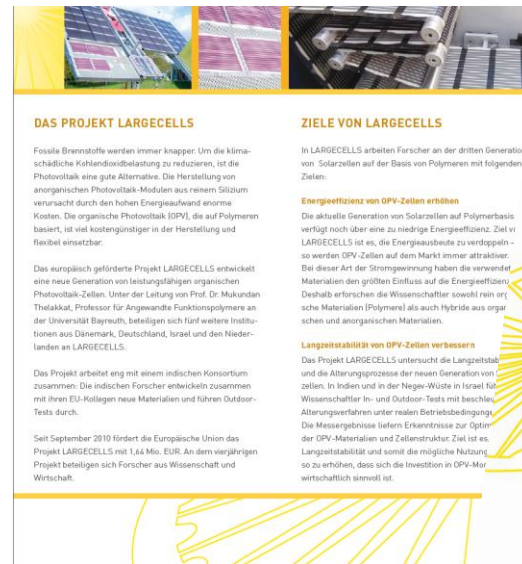




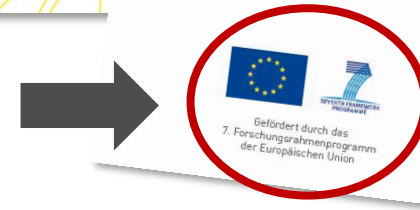
# Öffentlichkeitsarbeit: Maßnahmen

## 2. Entwicklung eines „Corporate Designs“

- Logo
- Farbenwelt
- Schriftart



„Visibility of EU funding“





# Öffentlichkeitsarbeit: Maßnahmen

## 3. Materialien festlegen

- Flyer (mehrere Sprachen?)
- Fotomaterial! (LEGAL!)
- Videomaterial!
- Infoblatt/Technical fact sheet
- Broschüre
- Roll-up
- Messewand
- Mappen/Folder
- Powerpoint-Vorlagen





# Online-Präsenz: Website

## Wichtige Elemente

- Aussagekräftige, verständliche Texte (Englisch, ggf. mehrsprachig)
- News/Veranstaltungen
- Newsletter
- Pressebereich (mit Bildern, Pressemitteilungen und Pressespiegel etc.)
- Video-Material → YouTube + eingebettet
- Kontaktmöglichkeiten
- Statistik-Tool
- Policy briefings
- SEO!







# Online-Präsenz: Facebook & Co.

## Vorüberlegungen

- Wen können wir damit erreichen?  
=> Zielgruppe!
- Haben wir regelmäßig spannenden neuen Content?
- Wir reagieren wir auf unliebsame Kommentare?
- **Haben wir genug Zeit und erfahrenes Personal?**

The screenshot shows the Facebook profile for CAMbrella, a non-profit organization in the field of Complementary and Alternative Medicine. The profile picture is a group photo of approximately 20 people. The cover photo is a banner with the text 'Welcome at CAMbrella headquarters in the South of France'. The profile name is 'CAMbrella' with 131 likes and 1 post. The bio identifies it as a 'Gemeinnützige Organisation' in 'Complementary and Alternative Medicine'. A recent post from November 8th discusses a conference in Brussels and a roadmap for future research. The right sidebar displays a list of recent posts from other users, including Ana Caelo, João Marcello Caetano, Rui Pinto, and Bettina Reiter.



# Veranstaltungen

**Stellen Sie Ihr Projekt auf relevanten Veranstaltungen vor:**

- Vorträge auf Industriemessen und Fachkonferenzen  
→ Für proaktive Pressearbeit nutzen!
- Podiumsdiskussionen
- Workshops
- usw.





## Pressearbeit: So geht's!



## Pressearbeit: So geht's!

**Pressearbeit = ein sehr wichtiger Baustein im Gefüge der Öffentlichkeitsarbeit**

**Zielgruppe:** Journalisten

**Ziel** der Pressearbeit ist es, das Projekt

- oft
- umfassend
- positiv
- korrekt

in den relevanten (fachlich/meinungsbildend) Medien zu platzieren und so einen langfristigen Bekanntheitsgrad sicherzustellen.



Foto: Fotolia



# Pressearbeit: Grundlagen

## Grundsätzliches zum Thema Pressearbeit

- Ist **Presse-Expertise im Konsortium** vorhanden?  
Wenn nicht: ggf. externen Dienstleister (z. B. freiberuflichen Fachjournalist) engagieren
  
- **Zentrale Koordination** der Pressearbeit ist ein Muss:
  - Wer ist „Pressesprecher“ = Interviewpartner?  
z. B. eine Person für das ganze Konsortium/pro Land
  - Ein Pressetraining (u. a. vor der Kamera) ist für den Pressesprecher sehr empfehlenswert
  
- **Einheitliches Messaging** in allen Ländern:
  - Einheitliche englische Vorlagen für Pressemitteilungen
  - Briefing Documents
  
- **ABER: Lokalisierung** ist extrem wichtig!
  - Übersetzung von Pressemitteilungen in lokale Sprachen ist essentiell  
(Journalisten übersetzen nicht!)
  - Rolle der lokalen Partner beschreiben
  - Erfolgreiche Instrumente in der Pressearbeit sind z.T. von Land zu Land unterschiedlich





# Pressearbeit: Grundlagen

Der Erfolg der Pressearbeit hängt unter anderem von einem **guten und offenen Dialog** mit den Medienvertretern ab.

## Journalisten

- haben wenig Zeit
- haben nur bedingt Fachexpertise
- sind an sachlichen Informationen interessiert...
- ...die sie ohne viel Aufwand für ihre Zwecke verwenden können
- wollen Fakten, Fakten, Fakten...
- ...Bildmaterial...
- ...und zuverlässige Ansprechpartner

## Pressereferenten

- liefern alle relevanten Informationen
- übersetzen Fach-Chinesisch
- vermeiden offensive Werbebotschaften und bleiben sachlich
- bereiten Informationen so auf, dass Journalisten sie sofort verwenden können
- liefern Fakten, Fakten, Fakten...
- ...Bildmaterial...
- ... und sind stets erreichbar, reagieren schnell, halten Deadlines ein

# Pressearbeit: Grundlagen

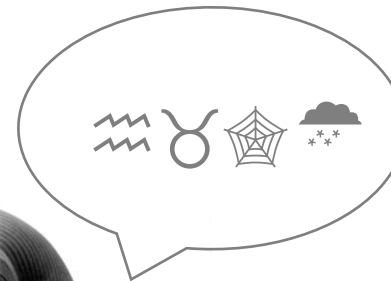
## Zum Thema Fach-Chinesisch

- Sprache der Wissenschaft  $\neq$  Sprache der Presse

=> Umdenken/Umschreiben/Vereinfachen ist  
**absolut notwendig!**



Bilder: [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu)





# Pressearbeit: Grundlagen

## Wissenschaft

### So viele Fachbegriffe wie möglich

*Die experimentelle effiziente Konversion von Gliazellen in synapsenbildende Neurone beinhaltet zwei Schritte.*

### Passiv

*Die neuronale Differenzierung konnte über Tage verfolgt werden.*

### Wissenschaftlich korrekt

*die experimentelle effiziente Konversion*

### Weitere Unterschiede

*lange Sätze – kurze Sätze, schwache Verben – starke Verben, sachlich – anschaulich usw.*

## Presse

### So wenig Fremdwörter wie möglich

*Die Umprogrammierung von Gliazellen („Stützzellen“ im Gehirn) in synapsenbildende Nervenzellen beinhaltet zwei Schritte.*

### Aktiv

*Den Forschern gelang es, die Differenzierung der Nervenzellen über Tage zu verfolgen.*

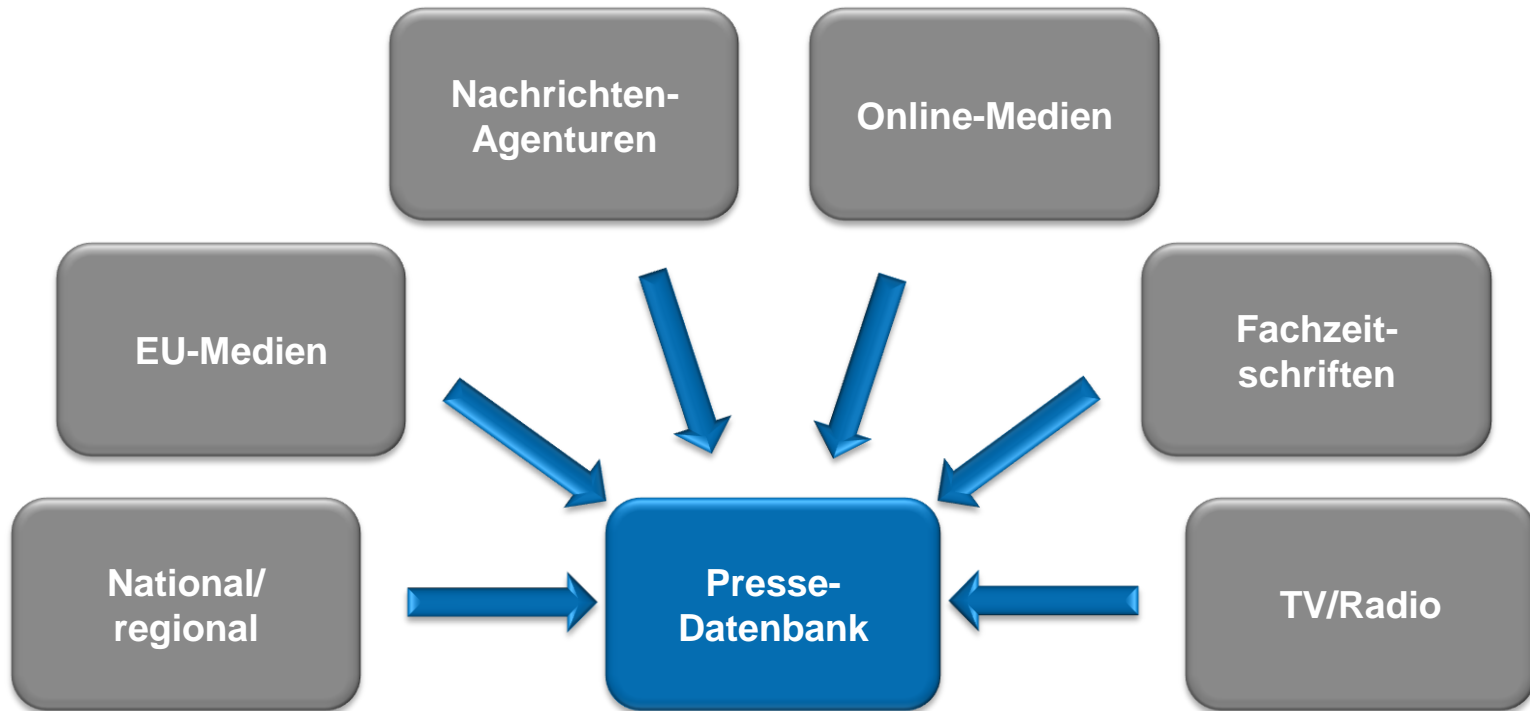
### Plakativ

*die Umprogrammierung*



# Pressearbeit: Vorgehen

## 1. Teil-Zielgruppen definieren und Presse-Datenbank aufbauen





# Pressearbeit: Vorgehen

## 2. Teil-Zielgruppen bedienen

- **Kernbotschaften** für unterschiedliche Zielmedien und Formate entwickeln
- Ideen für verschiedene Beitragsthemen entwickeln  
Beispiele:
  - **Fachzeitschrift:** Interview mit einem Professor zu wissenschaftlichen Inhalten des Projektes, Fachartikel
  - **Tageszeitung:** Aktuelle Entwicklungen/Ergebnisse bei lokalem Projektpartner
  - **KMU-orientierte Management-Zeitschrift:** Success Story zur Teilnahme des KMU am Projekt – wie kam es zum Projekt, was hat das Unternehmen davon?
  - **TV-Sender:** Besuch in einem Labor bzw. in einem Untersuchungsgebiet



Foto: Fotolia



## Pressearbeit: Instrumente

**Pressemitteilung**

**Pressereise**

**Veranstaltungen**

**Pressemappe**

**Einzelinterview**

**Pressekonferenz/  
Presseseminar**

**Fachartikel**

# Pressearbeit: Instrumente

## Pressemitteilung

Schreiben



Journalist/PR-Profi  
engagieren

Illustrieren



möglichst  
aussagekräftig!

Veröffentlichen



+ eigene Presse-  
Datenbank  
+ idw-online.de

Anlässe

- Launch/Mid-Term/  
Abschluss
- Forschungs-  
ergebnisse
- Präsenz auf  
Veranstaltungen



## Wohin die Reise geht...

<http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/27/south-china-sea/>

**(New York Times Magazine)**





# Reporting



## Erfolg messen – projektintern...





# ...und für die EU: Reporting

SESAM - Activities Management Page - Internet Explorer  
https://webgate.ec.europa.eu/sesam-fp7/disseminationActivities.do

Technology Platforms | Security Research | FP7 on EUROPA | FP6 - Sixth Framework Programme | CORDIS News | Current Council Presidency | ERAWATCH | Legal Notice

RESEARCH & INNOVATION  
Participant Portal - Grant Management - Scientific Reporting

FP7 Home > Project Management > Dissemination Activities Page

You are logged as: Meike DLABOHA [ndlabome] [Helpdesk](#)

Menu  
Project Home  
Reports  
Deliverables  
Publications  
Journal Request  
Dissemination Activities  
Patents  
Exploitable Foregrounds  
Close window

List of Dissemination Activities.

Type of activities \* Publication  
Organisation of Conference  
Organisation of Workshops  
Web sites/Applications  
Main Leader  
Title \* Press releases  
Flyers  
Date \* Articles published in the popular press  
Videos  
Media briefings  
Presentations  
place \* Oral presentation to a wider public  
Oral presentation to a scientific event  
\*Type of audience Exhibitions  
Thesis  
Interviews  
Films  
TV clips  
Posters  
Policy makers  
Medias

Size of audience  
Countries addressed \*

Add Activity Cancel Edition



# ...und für die EU: Reporting

CLIMB\_dissemination\_19\_BayFC | hreibgeschützt] - Microsoft Excel

Start Einfügen Seitenlayout Formeln Daten Überprüfen Ansicht Add-Ins Projektpla

Calibri 11 A A<sup>+</sup> Zeilenumbruch Standard Bedingte Als Tabelle Zellenformatvorlagen Einfügen Löschen Format AutoSumme Füllbereich Sortieren Suchen und Zwischenablage Schriftart Ausrichtung Zahl Formatvorlagen Zellen Zellen Bearbeiten

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	<b>List of dissemination activities (01/2010 - 06/2011)</b>									
2	EU-Project:	CLIMB	GA No.:	244151		Beneficiary No.:	19 (BayFOR)			
3										
4	Type of Activity	Main Leader	Title	Date	Place	Type of Audience	Size of Audience	Countries addressed		
5	conference	Thomas Ammerl	Clustering EU-projects for an integrated perspective on climate change and water security in the Mediterranean and neighbouring regions (ARW - Environmental Security Water Security, Management and Control)	31.05. - 02.06.2010	Marrakech /Morocco	scientific community	47	Morocco, Egypt, Tunisia, Palestinian administered areas, Bulgaria, Russia, Spain, USA, Greece, France, Germany, Italy, Algeria,		
6	please specify					please specify				
7	publication					please specify				
8	conference					please specify				
9	workshop					please specify				
10	website					please specify				
11	press release					please specify				
12	flyers					please specify				
13	articles published in the					please specify				
14	videos					please specify				
15	please specify					please specify				
16	please specify					please specify				
17	please specify					please specify				
18	please specify					please specify				
19	please specify					please specify				
20	please specify					please specify				
21	please specify					please specify				
22	please specify					please specify				
23	please specify					please specify				
24	please specify					please specify				

Tabelle1 | Tabelle2 | Tabelle3

Bereit 100%



# Tipps für Antragstellung und Konsortialvertrag



# Tipps für Antragstellung und Konsortialvertrag

## Antrag

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit anhand der Kernüberlegungen (Inhalte? Zielgruppe? Wirkung?) sowie der vorhandenen Expertise planen
- Zuständigkeiten und Timelines klar definieren
- Genügend Ressourcen (Personal/Budget) für die einzelnen Punkte einkalkulieren
  - Extra-Budgets für: Open Access, Übersetzungsarbeiten, Freelance-Texter, Grafikdesigner, professionelles Bild- und Videomaterial
  - Printmaterialien: Druckkosten nicht vergessen
  - Social Media: Ressourcenaufwand nicht unterschätzen
  - Pressearbeit: Viel Zeit einplanen!



facebook



# Tipps für Antragstellung und Konsortialvertrag

## Consortium Agreement

### 29.1 General obligation to disseminate results

A beneficiary that intends to disseminate its results must give advance notice to the other beneficiaries of — **unless agreed otherwise** — at least **45 days**, together with sufficient information on the results it will disseminate.

**45 Tage Freigabefrist machen Pressearbeit nahezu unmöglich!**

### **Lösung:**

Bereits veröffentlichte Informationen von dieser Regelung ausnehmen und/oder für nicht-wissenschaftliche Veröffentlichungen Frist verkürzen. Empfiehlt auch DESCA!



# Hilfestellung

ec.europa.eu/research/science-society/science-communication/index\_en.htm

## Research & Innovation

European Commission > Research > Science-society > Guide to successful communications

### Guide to successful communications

- Homepage
- Communications strategy
- Media relations
- Websites
- Publications
- Presentations
- Audiovisual media
- External resources
- Case histories

With a view to enhancing the impact of research funded by the EU, and to foster dialogue and debate, the Seventh Framework Programme (FP7) grant agreement requires project participants to communicate and engage with actors beyond the research community. The **relevant clauses in the grant agreement** (22 kB) are shown here. Plans for these outreach activities should already be outlined at proposal stage. These plans are in turn taken into account during the evaluation process.

This website is intended to assist project coordinators and team leaders to generate an effective flow of information and publicity about the objectives and results of their work, the contributions made to European knowledge and scientific excellence, the value of collaboration on a Europe-wide scale, and the benefits to EU citizens in general. The content particularly addresses communications via the 'mass media' (TV, radio and the written press), the workings of which may be less familiar to scientific/academic partners. It also covers websites and other internally generated support such as print publications, CDs and video.

It outlines good practices that can be employed in:

- Evaluating results;
- Maximising the exposure of messages; and
- Communications assessment

**Communicating EU Research & Innovation: A guide for project participants (October 2012)**  
518 KB  
Presentation: October

European Commission

# Communicating

## EU Research & Innovation

A guide for project participants

The cover features a blue and green color scheme with a winding road graphic and several circular icons representing different aspects of research and communication, such as a microscope, a lightbulb, a document, and a network.

[http://ec.europa.eu/research/science-society/science-communication/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/research/science-society/science-communication/index_en.htm)

[http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/communicating-research\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/communicating-research_en.pdf)





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Bayerische Forschungsallianz im Haus der Forschung



### Standort München

Prinzregentenstraße 52  
D-80538 München

Tel.: +49 (0)89 99 01 888-0  
E-Mail: [info@bayfor.org](mailto:info@bayfor.org)  
Internet: [www.bayfor.org](http://www.bayfor.org)

### Standort Nürnberg

Rathenauplatz 2  
D-90489 Nürnberg

Tel.: +49 (0)911 507 15-900  
E-Mail: [info@bayfor.org](mailto:info@bayfor.org)  
Internet: [www.bayfor.org](http://www.bayfor.org)

### Verbindungsbüro Brüssel

Rue du Commerce 31/6  
B-1000 Brüssel | Belgien

Phone: +32 (0) 2 - 289 19 10  
Email: [info@bayfor.org](mailto:info@bayfor.org)  
[www.bayfor.org](http://www.bayfor.org)

Foto: © Bayerische Forschungsstiftung,  
Christine Reeb