



#12 | 2. August 2022

Komplexe WTT-Inhalte optimal kommunizieren

HINTERGRUND

Im Fokus der Arbeit des Innovation Hub 13 steht im letzten Jahr der Projektlaufzeit die Aufgabe der Dissemination und Verstetigung von Transferinstrumenten, Formaten und Erfahrungen, die seit 2018 erarbeitet und erprobt wurden, um in der Region neue Impulse im Wissens- und Technologietransfer (WTT) zu setzen.

WTT-KOMMUNIKATION AM BEISPIEL „InnoTalk“

In der Vortragsreihe „InnoTalk – Transfer im Dialog“ stellen Teammitglieder des Innovation Hub 13 Konzepte und bisher erzielte Ergebnisse aus den 10 Teilbereichen des InnoHub 13 vor.

Wichtige Schritte in der Kommunikation:

- ✓ To Dos sammeln + ordnen | Zeitplan erstellen
- ✓ Titel + Logo finden + grafische Gestaltung angehen
- ✓ Kontaktlisten der Zielgruppe(n) + Multiplikator:innen für direkte Ansprache per Mailing
- ✓ Interne Kommunikation – internes Mailing mit Planungsinfos + Aufruf, Speaker:innen finden, Deadlines setzen
- ✓ Landingpage auf der Website gestalten
- ✓ Externe Kommunikation: Redaktionelle Inhalte, Visuals + Redaktionsplan für die Bespielung der Kanäle + Veranstaltungskalender erstellen
- ✓ Mailing-Tool + Reminder-Service
- ✓ Launch der Landingpage, Start der Bewerbung
- ✓ Testläufe mit Konferenztool – DSGVO-Regularien bei Aufzeichnungen beachten
- ✓ YouTube-Kanal, um Aufzeichnungen auszuspielen
- ✓ WTT-Kommunikationsformate evaluieren

WICHTIGE LINKS

www.innohub13.de/innotalk

WERKZEUGE

- Board für Brainstorming + Organisation (z. B. Miro)
- Grafikprogramme – lizenziert von Adobe oder alternative kostenfreie Browser-basierte Anwendungen (z.B. [Canva](https://www.canva.com/))
- Word, Powerpoint
- Wordpress mit divi builder für die Erstellung einer Landingpage in Webauftritt des InnoHub 13
- Social Media-Kanäle (Twitter, LinkedIn, YouTube) – mit Blick auf stetige Beispielbarkeit eröffnen
- Mailing-Anwendungen (z.B. Sendinblue)
- Konferenztool (z.B. Webex)
- Umfrage-Tool (LimeSurvey) und Auswertungsprogramm (MAXQDA)

Im zweiköpfigen Kommunikationsteam konnte eine große Bandbreite an redaktionellen und grafischen Anforderungen mit einer bereits vorhandenen digitalen Infrastruktur intern umgesetzt werden. Zudem war die Marke Innovation Hub 13 mit der zugehörigen Corporate Identity bereits etabliert.

Kleinere Teams oder Einzelkämpfer:innen können sehr gute Erfolge in der Kommunikation einer Veranstaltungsreihe erzielen, indem sie Teilaufgaben extern vergeben, Grafiken und Logos einfach halten und auf kostenfreien (Grafik-)Tools zurückgreifen.

Per Online-Umfrage wurde Feedback eingeholt, um zu erfahren, wie das Angebot der Veranstaltungsreihe von den Teilnehmenden/von der Zielgruppe (hier primär Transferintermediäre) angenommen und in seiner Qualität wahrgenommen wird.

Kontaktpersonen

Anne-Kathrin Rensch
Kommunikation
anne-kathrin.rensch@b-tu.de

Kamila Labuda
Begleitforschung
kamila_bogumila.labuda@th-wildau.de