

Interreg

Italia-Österreich

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

STREAM

Förderung von nachhaltigem Tourismus, Stadterneuerung
und Kunstförderung in den Bergregionen – ITAT 2024

Strategie- Kommunikationsplan

Im Rahmen des Kooperationsprogramms Interreg V-A Italien - Österreich 2014-2020 vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung finanziertes Projekt

Partners:



Comune di
Sarnede



Comune di
Tramonti di Sotto



Fondazione
Centro Studi
Tiziano e Cadore



REGIONAL
MANAGEMENT

kärnten:mitte



COMITATO PRO LOCO
UNPLÌ TREVISO

Associated Partner



KÜNSTLERSTADTGMÜND

WWW.STADTGMUEND.AT

Zusammenfassung

4. Vorwort

- 6. Strategischer Wert der Kommunikation im Gemeinschaftsprojekt STREAM

7. Kontext-Analyse

- 8. Überblick über das STREAM-Projekt, Ziele und Vorgaben
- 9. Nutzung der Medien

10. Kommunikationsstrategie

- 11. Kommunikationsziele
- 12. Die Zielgruppen
- 13. Kernbotschaften

15. Kommunikationsmaßnahmen und -instrumente

18. Steuerung und Kontrolle der Kommunikation



Die Kommunikationsstrategie des Kooperationsprogramms verpflichtet die Begünstigten, geeignete Kommunikationsmaßnahmen durchzuführen, um die europäischen Bürger über die Verwendung öffentlicher Gelder zu informieren und legt die Ziele dieser Maßnahmen fest.

Alle Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten zielen darauf ab, eine angemessene Transparenz bei der Durchführung des Programms zu gewährleisten und den Wert und die Ergebnisse der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit sichtbar zu machen.

Die Erreichung dieses Ziels dient als Bezugspunkt für die Beurteilung der Förderfähigkeit der Ausgaben im Rahmen der Verwaltungskontrolle, der so genannten First Level Control (Reg.1303/2013, Art. 125), durch die zuständigen Stellen.

Im Falle von Unregelmäßigkeiten bei der Durchführung der Kommunikationsmaßnahmen kann eine vollständige (100%ige) oder teilwei-

se Kürzung der Ausgaben vorgenommen werden, wobei der Grad der Erreichung des oben genannten Ziels zu berücksichtigen ist.

Die Kommunikationsaktivitäten sollten zwischen den Projektpartnern vereinbart und von der Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore als dem für die Kommunikation und Verbreitung des S.T.R.E.A.M.-Projekts verantwortlichen Partner koordiniert werden; auf Antrag der Verwaltungsbehörde ist der Lead Partner, d.h. die Gemeinde Sarmede, verpflichtet, jederzeit und unverzüglich Nachweise über die durchgeführten Kommunikationsaktivitäten vorzulegen. Darüber hinaus müssen alle Projektpartner der Verwaltungsbehörde in den Fortschrittsberichten und im Abschlussbericht über die durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen berichten.

Die Flash-Eurobarometer-Umfrage "Grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der EU" (2015)¹ ergab, dass die meisten Menschen, die in EU-Grenzregionen leben, keine Kenntnis



von EU-finanzierten Projekten und Aktivitäten der grenzübergreifenden Zusammenarbeit in ihrer Region haben.

Die Umfrage zeigt deutlich die Notwendigkeit einer effektiveren Kommunikation, die darauf ausgerichtet ist:

1. Eine bessere Sichtbarkeit und Sensibilisierung für die Ergebnisse der Programme zu gewährleisten
2. Stärkung der Synergien mit anderen EU-finanzierten Programmen und Initiativen
3. Entwicklung wirksamer interner Kommunikationsprozesse und -abläufe durch eine bessere Koordinierung zwischen allen an der Umsetzung grenzüberschreitender Programme beteiligten Akteuren, um eine kritische Analyse der Projekte zu ermöglichen (wobei Erfolgsgeschichten und Defiziten als nützliche Instrumente für Empfehlungen für die Zeit nach 2020 hervorgehoben werden) und gleichzeitig eine hohe Qualität, Transparenz und Bürgernähe zu gewährleisten.

Im neuen Programmzyklus 2014-2020 spielt die Kommunikation eine noch wichtigere Rolle als in der Vergangenheit. Die Europäische Kommission will heute einen Prozess der Überarbeitung der Kommunikationsstrategie durch Maßnahmen einleiten, die auf die aktive Beteiligung der Begünstigten (potenzielle und tatsächliche), eine bessere Kommunikation zwischen den Bürgern und den politischen Entscheidungsträgern der EU in den Mitgliedstaaten und die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den EU-Institutionen und den Regierungen der Mitgliedstaaten abzielen.

Mehr denn je wurde der Kommunikation eine Funktion zugewiesen, die nicht nur "instrumental" ist, um eine Art von Information zu vermitteln, die transparent, objektiv, pünktlich und kohärent ist, sondern auch "kulturell", wodurch sich der Fokus der Balance von einem Fokus auf Werkzeuge und Ergebnisse zu einem Fokus auf Menschen und Ergebnisse verlagert.

1. Flash Eurobarometer 422 "Grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der EU" Öffentliche Meinung Europäische Kommission, September 2015, Web. 6. Okt. 2015
Auf dem Foto: Detail des Werkes Il Filo di Mosaico, Tramonti di Sotto, Pordenone

Strategischer Wert der Kommunikation im Gemeinschaftsprojekt STREAM

Die Europäische Kommission hat der Kommunikation eine strategische Rolle bei der Verwirklichung der Ziele der Gemeinschaftsprogramme zugewiesen.

Dies gilt insbesondere für die aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanzierten Programme für die Europäische territoriale Zusammenarbeit - ETC (cross-border, transnational and interregional), die wichtige und strategische Instrumente für den europäischen Integrationsprozess darstellen. Das STREAM-Projekt ermutigt die Region, sich aktiv an der Mitwirkung von Künstlern und Besuchern zu beteiligen und durch den Aufbau gemeinsamer Veranstaltungen und Netzwerke voneinander zu lernen, die konkrete Auswirkungen auf die Wertsteigerung der am Projekt beteiligten grenzüberschreitenden Destinationen haben.

Aktionen und Interventionen zur Überwindung der administrativen und kulturellen Grenzen der verschiedenen beteiligten Gebiete haben das gemeinsame Ziel, die am Projekt STREAM beteiligten Gemeinden zu kulturellen und touristischen Zielen zu machen.

Als Schlüsselement bei der Umsetzung des Partnerschaftsprinzips trägt die Kommunikation aktiv dazu bei, die Rolle und den Mehrwert der Strukturpolitik und der EIS-Fonds (Europäische Struktur- und Investitionsfonds) besser sichtbar zu machen und zu verstehen, indem sie die Kluft zwischen der Europäischen Union und ihren Bürgern verringert, u.a. durch die direkte Einbeziehung der Interessengruppen, der Öffentlichkeit und der Meinungsführer.

Die Kommunikations- und Informationsmaßnahmen sind integraler Bestandteil eines ergebnisorientierten Ansatzes, bei dem das Zuhören mit Nachdruck und zu Recht in eine Dialogdynamik eintritt, die als einzige in der Lage ist, Beteiligung, Zugehörigkeitsgefühl und damit eine stärkere Beteiligung an der Umsetzung, Überwachung und Bewertung der insbesondere im Rahmen des Projekts STREAM vorgesehenen Maßnahmen zu schaffen. Das Schlüsselwort lautet "Dialog", um gemeinsam ein neues, gemeinsames "Territorium" aufzubauen.



Kontextanalyse

Die Definition der Kommunikationsstrategie berücksichtigt die Struktur und die Ziele des Programms STREAM in Bezug auf die sozio-kulturellen Besonderheiten der am Projekt beteiligten Grenzgebiete und die Art und Weise, wie die wichtigsten Kommunikationsmittel genutzt werden.

Kooperationsprojekte sind eng mit der Erreichung spezifischer strategischer Ziele der beteiligten Partner verbunden. Zu diesem Zweck sollte ein gut strukturierter Kommunikationsplan sowohl interne als auch externe Kommunikationsstrategien enthalten, die eine integrierte Kommunikation über Grenzen hinweg erleichtern und optimieren.

Der Kommunikationsplan des STREAM-Projekts

wird allgemeine Leitlinien für die von allen beteiligten Partnern durchzuführenden Kommunikationsmaßnahmen enthalten.

Sie definiert die Gesamtstrategie unter Berücksichtigung transnationaler und regionaler Kommunikationsziele. Es stellt Informationen, Begleitmaterialien und Dokumente zur Verfügung, die für die interne und externe Kommunikation des Projekts verwendet werden.

Schließlich sollen die Verantwortlichkeiten der Partner bei der Umsetzung sowie Leistungsindikatoren und Methoden für die Überwachung und Bewertung definiert werden.

Überblick über das STREAM-Projekt - Ziele und Vorgaben

Das STREAM-Projekt wurde mit dem vorrangigen Ziel ins Leben gerufen, den nachhaltigen Tourismus, die Stadterneuerung und die Förderung der Kunst in den grenzüberschreitenden Berggebieten Italien-Österreichs zu unterstützen.

Das Grenzgebiet zeichnet sich durch ein sehr reiches kulturelles Erbe aus, das sich in einer beträchtlichen Anzahl von Stätten und Werken widerspiegelt, die eine große Chance für wirtschaftliches, soziales und touristisches Wachstum darstellen. Materielle und immaterielle kulturelle Umgebungen sind eine wichtige, oft unterschätzte Ressource, die zur Wiederbelebung des Gebiets beitragen können und müssen. Das STREAM-Projekt entstand aus dem Wunsch heraus, das touristische Potenzial des Grenzgebiets durch die Vernetzung italienischer und österreichischer Kulturrressourcen zu erhöhen.

Ziel ist die Aufwertung und Erhaltung des Kulturerbes und gleichzeitig seine Einbeziehung in ein erneuertes grenzüberschreitendes Tourismusangebot durch eine Reihe von Maßnahmen zur Schaffung nachhaltiger Entwicklungsmodelle für öffentliche und private Räume durch Kunst und Kultur (Stadterneuerung), die Revitalisierung kleiner historischer Zentren im Grenzgebiet (kulturelle Erneuerung) sowie die integrierte und nachhaltige Förderung von Kulturdestinationen, die sich an Tourismusorganisationen, öffentliche Verwaltungen und die lokale Bevölkerung richten.

Das Projekt beinhaltet eine Kommunikationsstrategie zur Verbreitung von Informationen und Kernbotschaften zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Kulturtourismus

in den vielen ländlichen Bergdörfern und -zentren. Das erwartete Ergebnis ist eine verstärkte Beteiligung an Entscheidungsprozessen und die Förderung des Tourismus in weniger bekannten Destinationen.

Die vom Partner Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore koordinierten Kommunikationsmaßnahmen zielen darauf ab, eine breite und effektive Verbreitung von Informationen und Kernbotschaften des Projekts und die Definition der zu erreichenden Ziele zu gewährleisten.

Ziele des STREAM-Projekts

- Verbesserung und Erhaltung bestehender und von Desertifikation und Entvölkerung bedrohter grenzüberschreitender Werte
- Einbeziehung dieses Erbes in ein erneuertes grenzüberschreitendes Tourismusangebot in künstlerischer Hinsicht, das die Kartierung und Wiederherstellung öffentlicher und privater Räume einleitet
- Wiederbelebung kleiner historischer Zentren in einem grenzübergreifenden Gebiet durch einen Prozess der kulturellen Erneuerung, der die Entstehung eines positiven Kreislaufs anregt, der auf die Einbeziehung der lokalen Gemeinschaft abzielt
- Integrierte und nachhaltige Förderung der ausgewählten Reiseziele durch einen Prozess der Ermittlung von Aspekten, die das bestehende touristische Angebot saisonunabhängig machen und den Konsum der einheimischen Bevölkerung begünstigen können.

Nutzung der Medien

Die Analyse der Mediennutzung in Bezug auf das Alpengebiet und den soziokulturellen Bezugsrahmen (Entvölkerung und damit Alterung der Bevölkerung) liefert nützliche Beiträge zum richtigen Ansatz der Kommunikationsstrategie.

Der Einsatz digitaler Medien, die für eine Kommunikationsstrategie, die sich insbesondere an die jüngere Generation richtet, von zentraler Bedeutung sind, ist auch ein hervorragendes Kommunikationsinstrument für das unternehmerische Umfeld.

Das Risiko der digitalen Ausgrenzung ist nach wie vor mit Faktoren wie der Generation, dem Geschlecht, der Bildung, dem Einkommen und dem Beruf verbunden. Für diese Kategorien, insbesondere für die über 55-jährigen, könn-

en digitale Medien daher nicht das Hauptinstrument der Kommunikation darstellen, auch wenn der Trend zur fortschreitenden Digitalisierung besteht. In einem Kontext, der durch eine fortschreitende Alterung der Bevölkerung gekennzeichnet ist, muss daher die Website zentral bleiben und von traditionelleren Tools begleitet werden, die offline einen direkten Kontakt zu verschiedenen Zielgruppen herstellen können.

In einer Logik, die gut zum Konzept der Integration und Kooperation passt, wird die größere Effektivität der Kommunikation in der integrierten Nutzung der verschiedenen Kanäle und Kommunikationsmittel liegen, die heute online und offline zur Verfügung stehen.



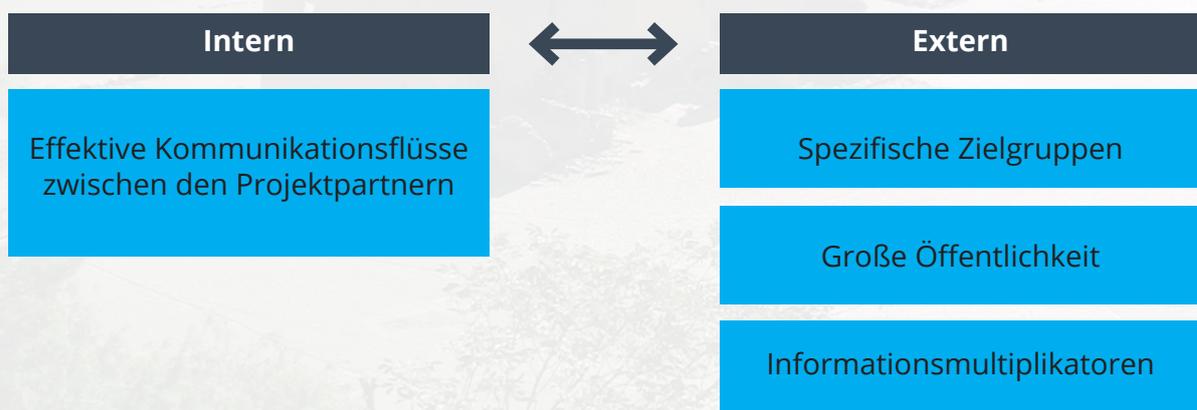
Foto: Meduna Fluss, Tramonti di Sotto, Pordenone

Kommunikationsstrategie

Die Kommunikationsstrategie zeichnet sich durch einen stark ergebnisorientierten, dialogischen Ansatz aus, der auf heterogene Zielgruppen, verschiedene Phasen des Programmablaufes und verschiedene Instrumente ausgerichtet ist. All dies, um Nachrichten, Kanäle und Empfänger "einzustimmen". Zielgruppenspezifische Zielsetzungen und Programmanforderungen werden durch spezifische Tools und Inhalte erfüllt, die von Service-Informationen bis hin zu Inhalten reichen und einen emphatischen Kontakt zur Zielgrup-

pe herstellen. Service, wechselseitige und partizipative Kommunikationsmethoden stellen sicher, dass jedes Ziel ein Botschafter für das Programm wird, indem es das wirksamste aller Kommunikationsinstrumente nutzt: positive Meinungsbildung durch Mundpropaganda und Austausch von Inhalten. Die Strategie umfasst die beiden Aspekte der internen und externen Kommunikation, die miteinander interagieren und einen Multiplikatoreffekt haben.

KOMMUNIKATION DES PROGRAMMS



Kommunikationsziele

Die Definition klarer und messbarer Ziele ist ein Schlüsselement einer ergebnisorientierten Kommunikationsstrategie. Ausgehend von der Analyse des Referenzkontextes müssen die identifizierten Ziele dem "**SMART**"-Modell entsprechen: spezifisch (**S**pecifici - konkret und klar), messbar (**M**isurabili - definiert in Form von beobachtbaren Ergebnissen), übereinstimmend (**A**ccordati - gemeinsam von allen Durchführungsparteien), erreichbar (**R**ealizzabili - basierend auf Einschränkungen und nachhaltigen Ressourcen), zeitlich (**T**empificati - erreichbar in einem bestimmten Zeitraum).

Spezifische Ziele des Kommunikationsplans:

1. Konsolidierung der Verbreitung und des Wissens über das STREAM-Projekt durch die Definition einer klaren, eindeutigen Kommunikationslinie, die auch einen mehrsprachigen Ansatz berücksichtigt, da es sich um ein grenzüberschreitendes Projekt handelt;
2. Steigerung des Bekanntheitsgrades, der Sichtbarkeit und des Verständnisses des Projekts im Hinblick auf die Markenbekanntheit der Marke STREAM;
3. Unterstützung der Partner bei der Kommunikation des Projekts durch die gemeinsame Nutzung und Bereitstellung koordinierter Kommunikationsmittel;
4. Sensibilisierung der Bürger in den Grenzgebieten die am STREAM-Projekt beteiligt sind hinsichtlich der Rolle, die die Europäische Union spielt;
5. Erleichterung der internen und externen Kommunikation des STREAM-Projekts zwischen einzelnen Organisationen und Partnerverwaltungen sowie gegenüber Stakeholdern, um nur das zu kommunizieren, was auf einfache und effektive Weise benötigt wird.

Die Zielgruppen

Die Kommunikationsmaßnahmen identifizieren vier Hauptzielgruppen.

Bei der Konzeption spezifischer Kommunikations- und Informationsinitiativen werden zielgerichtete Methoden zur Definition und Kontextualisierung der zu verwendenden Botschaften und Instrumente besser identifiziert.

Tatsächliche Begünstigte

Themen zur Umsetzung des STREAM-Projekts:
Gemeinde Sarmede (TV),
Lead Partner UNPLI Provincial Committee (TV)
Gemeinde Tramonti di Sotto (PN) S
tiftung Tizian und Cadore Study Centre, Pieve
di Cadore (BL)
RM Regionalmanagement Kärnten:Mitte mit
Sankt Veit an der Glan und Gmünd

Spezifische Zielgruppen

In engem Zusammenhang mit den verschiedenen Arten von Interventionen, die das Projekt vorsieht, werden insbesondere folgende Gruppen von den Auswirkungen der verschiedenen Aktionen des STREAM-Projekts profitieren:

- Die Eigentümer von öffentlichen und privaten Räumen innerhalb der Gemeinden, die für kulturelle und künstlerische Aktivitäten bestimmt sind;
- Die Bürger;
- Touristen und Besucher der von den Projektpartnern identifizierten Interessensgebiete;
- Künstler, die an dem Projekt beteiligt sind (italienische und österreichische Künstler);
- Die künstlerische und kulturelle Industrie

der Bezugsgebiete;

- Unterkunftsmöglichkeiten;
- Touristische Organisationen.

Öffentlichkeit und Stakeholder

Die Öffentlichkeit ist nicht direkt an der Durchführung der Maßnahmen beteiligt, sondern profitiert von ihnen als Teil der Gemeinschaft und in Bezug auf ihre Auswirkungen auf die allgemeinen Lebensbedingungen in den Grenzgebieten. Aber auch die nicht direkt beteiligten touristischen Organisationen, die Veranstalter von Veranstaltungen in den angrenzenden Gebieten, öffentliche Verwaltungen, Unternehmen, Institutionen, Freiwilligenverbände, Komitees und verschiedene lokale Vereine.

Multiplikatoren von Interesse

Dabei handelt es sich um zwischengeschaltete Stellen, die die Begünstigten des Projekts bei der Verbreitung des STREAM-Projekts beispielhaft und nicht ausschließlich unterstützen können:

- Spezifische Zielgruppen, die auf der Grundlage der verschiedenen angesprochenen Themen ausgewählt werden (Universitäten, Partnerschaften, Forschungszentren, Schulen usw.);
- Traditionelle und digitale Massenmedien;
- Traditionelle und digitale Massenmedien, Meinungsführer („Influencer“) in Bezug auf die zu fördernden Themen (Blogger, Journalisten, Forscher und Wissenschaftler);
- Radio, Fernsehen und lokale Zeitungen.

Kernbotschaften

Grundlegende Botschaft

Förderung von nachhaltigem Tourismus, Stadterneuerung und Kunstförderung in Berggebieten.

Die Botschaft soll die Geschichte der Hauptziele des STREAM-Projekts erzählen. Das Projekt wurde ins Leben gerufen, um dem lokalen Tourismus einen konkreten Impuls zu geben, eine Stadterneuerung, die auf der Zusammenarbeit und dem Dialog zwischen Künstler und Bewohner, zwischen Experiment und Pflege und der Förderung der Kunst in den Berggebieten beruht, wo sich die Kunst in einem neuen und suggestiven Lebensraum etablieren und entfalten kann.

Spezifische Botschaften zu den verschiedenen Projektphasen

Drei Kernbotschaften für gleichzeitige und integrierte Aktionen bereichern das STREAM-Projekt.

• Schaffung von nachhaltigen Entwicklungsmodellen für öffentliche und private Räume durch Kunst und Kultur.

Das Stichwort zu diesem Konzept lautet Regenerierung. Die Botschaft soll an die örtlichen Gemeinden gerichtet werden und der gewünschte Output wird durch die gemeinsame Anstrengung, Territorien zu kartografieren und zu regenerierende Orte und Räume zu identifizieren, gebildet.

Natürlich wird die Kommunikation mit der Be-

völkerung ein grundlegendes Element sein, um jeden Schritt der Erforschung dieser Räume zur besseren Orientierung in diesen Bereichen zu teilen.

Andere Wörter, die diese erste Phase des Scoutings auf dem Feld zusammenfassen und identifizieren, sind: *Erfahrungsforschung, Austausch, Dialog, fruchtbare Gebiete, Reiserouten, möglicher Tourismus, gekreuzte Blicke, Kartierung, Legenden, Kompass, Horizonte.*

• Wiederbelebung kleiner historischer Zentren in einem grenzübergreifenden Gebiet.

Die Möglichkeit, völlig neue Kunstrouten zu schaffen, die in einen außergewöhnlichen naturalistischen Kontext eingebettet sind, ist ein Plus, das sowohl das Kunstwerk selbst als auch das gesamte Gebiet betrifft. Der natürliche Empfänger der Kommunikation dieses zweiten Schrittes des STREAM-Projekts ist die Gemeinschaft italienischer und europäischer Künstler und die zu vermittelnde Botschaft besteht in der Möglichkeit, eine Arbeit der kulturellen Erneuerung eines Gebietes durchzuführen.

Andere Schlüsselwörter, die diese Botschaft und diese Aktion stärken: *Sensibilisierung, unpubliziert, Visionen, äußere Ursprünglichkeit, Ansteckung, Ausbreitung, Einflüsse, Aktionen und Adaptionen.*

• Nachhaltige und ganzheitliche Förderung kultureller Destinationen.

Die dritte Kernbotschaft des Projekts besteht darin, über die künstlerischen Erfahrungen, In-

novationen und kulturellen Ausdrucksformen zu sprechen, die in den ausgewählten Destinationen aktiviert werden.

Die Förderung von Orten durch die Ausstellung von Projekten wird zu einer Möglichkeit, die klassische Tourismuskommunikation aufzufrischen und anzupassen.

Neben der Vermittlung der Botschaft an die Medien und Multiplikatoren von Informationen wird es notwendig sein, die Kommunikation mit den Bürgern fortzusetzen, um die

Ergebnisse des Projekts zu zeigen und das Gefühl der Zugehörigkeit und des Stolzes der Bewohner in Ländern zu fördern, die wiederum zu einem Aufruf für Künstler und neue Touristen werden.

Andere Schlüsselwörter, die die Botschaft verstärken:

Gute Praktiken, Förderung, Wertschöpfung, Diffusion, Expansion, Interaktion, Stärkung, Begegnung, Kapazität, Zeitgenossenschaft, Reaktion.

MÖGLICHE KERNBOTSCHAFTEN

- STREAM** ist ein integriertes, grenzüberschreitendes Projekt, das den nachhaltigen Tourismus, die Stadterneuerung und die Förderung der Kunst in Berggebieten unterstützt
- STREAM** ist ein nachhaltiges und integratives Entwicklungsprojekt der Grenzregionen
- STREAM** ist ein Projekt der nachhaltigen Stadterneuerung zur Wiederherstellung öffentlicher und privater Räume durch Kunst und Kultur
- STREAM** wurde geschaffen, um dem Phänomen der Entvölkerung kleiner attraktiver Städte entgegenzuwirken und ein grenzüberschreitendes Netz von Künstlerresidenzen zu schaffen
- STREAM** definiert Best Practices für die kulturelle Revitalisierung kleiner historischer Zentren in einem grenzübergreifenden Gebiet
- STREAM** schlägt einen Prozess der integrierten und nachhaltigen Förderung der grenzüberschreitenden Kulturdestination vor

MÖGLICHE SLOGANS ZUR VERBREITUNG

- STREAM**, Kunst als Instrument der Stadterneuerung
- STREAM**, neue Visionen in den Gebirgsregionen
- STREAM**, ein Territorium durch Kunst und Kultur erkennen und interpretieren
- STREAM**, Nachhaltigkeit, Identität, Kreativität
- STREAM**, Kultur schafft Raum
- STREAM**, Räume gestalten und Kultur bewahren
- STREAM**, ein Territorium aufwerten, neue Stimmen hören



Aktionen und Instrumente der Kommunikation

Markenidentität - Projektleitlinien

Um das Projekt besser zu kommunizieren, soll es so erkennbar und aufwertend wie nur möglich sein. Dazu ist es notwendig, ein graphisches Symbol zu entwickeln, das die grundlegenden gedanklichen Ziele und das Wesen von STREAM übersetzen kann.

Im Hinblick auf die Darstellung arbeiteten wir an der Definition des Logos, das geschaffen wurde, um Elemente der Einzigartigkeit, Originalität und Anpassungsfähigkeit an verschiedene Formate zu bekräftigen. Die Definition des STREAM-Projektlogos war eine gemeinsame Aktion der verschiedenen Projektpartner, um eine möglichst repräsentative Marke für die Bedürfnisse aller Beteiligten zu entwickeln. Neben dem Logo wurde ein grafischer Leitfaden entwickelt, der an die Kommunikationsmittel des Projekts angepasst werden konnte.

Die Grafiken des Logos und die Farbwahl, die es definiert, wurden dann auf dem Briefkopf des STREAM-Projekts, auf den Präsentationsformaten und auf den internen Dokumenten wiederholt.

Erstellung von Papier-Kommunikations- tools

La comunicazione verso l'esterno prevederà l'adozione di strumenti on line e di supporti cartacei che serviranno a presentare, con un diverso grado di approfondimento a seconda del tipo di materiale, gli step avanzativi del progetto.

Für die externe Kommunikation werden Online-Tools und -Papiere eingesetzt, mit denen je nach Art des Materials die Projektfortschritte



in unterschiedlicher Tiefe dargestellt werden. Unter diesen Kommunikationsmaterialien wird es ein Roll-Up für die Präsentation des Produkts geben, das in der Anpassung eines Roll-Up-Displays besteht, um Aufmerksamkeit zu gewährleisten und Kommunikationsmaßnahmen zu optimieren. Das Roll-Up wurde zweisprachig in Italienisch und Deutsch produziert. Zusätzlich zum Roll-Up wurde ein Plakat im Format A3 in italienischer und deutscher Sprache erstellt sowie eine Broschüre in drei Sprachen - Italienisch, Deutsch und Englisch - mit dem Ziel, die Hauptziele von STREAM darzustellen und die Referenzziele der Mitteilung klar zu definieren.

Online-Kommunikationsmittel

Die Website ist das wichtigste Online-Kom-

munikationsinstrument eines Projekts. Die Website wird alle notwendigen Informationen zur Verfügung stellen, um die verschiedenen Phasen der Implementierung von STREAM zu kommunizieren. Es wird die verschiedenen Partner des Projekts vorstellen und einen institutionellen Blick auf die mit den Zielen von STREAM verbundenen Aspekte werfen, es wird aber auch ein Raum für den Austausch von Informationen und Inhalten mit der Öffentlichkeit sein, der am Ende der in den Gebieten organisierten Veranstaltungen zur Verfügung gestellt wird.

Die Wahl des Webdesigns wird sehr wichtig sein und die Seite wird so gestaltet sein, dass sie optimal auf alle Geräte, sowohl auf dem Desktop als auch auf dem Handy, reagiert. Um eine Präsenz des STREAM-Projekts auch in sozialen Netzwerken zu gewährleisten, wurde beschlossen, eine Kommunikation ausgehend

von den offiziellen Social-Media-Seiten der Projektpartner zu entwickeln.

Der Kommunikationspartner sendet digitales Material an die Social-Media Manager der anderen Partner, um das STREAM-Projekt vorzustellen (Titelbilder, Profilbilder, Einzelpostbild, Karussell, etc.).

Auf diese Weise kann das STREAM-Projekt vollständig koordiniert kommuniziert werden.

Der Lead-Partner wird eine Facebook-Seite zum STREAM-Projekt erstellen, zu der alle Partner beitragen werden.

Initiativen vor Ort während der gesamten Projektlaufzeit

Das STREAM-Projekt wurde ins Leben gerufen, um einen Weg der Wiedergeburt des Gebietes durch Kunst und Kultur zu skizzieren. Dieses hohe Ziel ist als Ergebnis von Teamarbeit zu sehen. Die Sensibilisierung der Region durch den Projektfortschritt ist die unmittelbarste Herausforderung. Aus diesem Grund wurde beschlossen, mehrere Informationsveranstaltungen zu organisieren, um die Aufmerksamkeit der lokalen Bevölkerung zu erhöhen und die künstlerischen und kulturellen Möglichkeiten des STREAM-Projekts zu erläutern.

Diese Initiativen werden von allen Partnern des Projekts durchgeführt und können je nach den strategischen Zielen der Initiative unterschiedlich strukturiert sein: Seminare, Workshops, Veranstaltungen, Treffen, aber auch Aktionen, die noch stärker mit den Zielen von STREAM verbunden sind, mit der Realisierung von Kunststruten, Workshops in den Residenzen der Künstler sowie der Schaffung von kulturellen Veranstaltungen in einem grenzüberschreitenden Gebiet.

Seeding und Pressearbeit

Alle Schritte des STREAM-Projekts können auf eine engagierte Medienberichterstattung zählen, die durch eine Pressestelle strukturiert wird, die sich mit der Erstellung von Pressemitteilungen an die lokalen Medien befasst.

Die Pressemitteilungen werden sowohl in der Startphase des Projekts als auch während der Informationsveranstaltungen für die Bürgerinnen und Bürger erstellt. Die abschließende Projektkonferenz, die es ermöglicht, die von STREAM erreichten Ziele abzugrenzen, wird ebenfalls behandelt und den lokalen Medien vorgestellt, so dass die Ergebnisse des Projekts einen angemessenen Resonanzboden finden.

STREAM

Förderung des nachhaltigen Tourismus, der Stadterneuerung
und Förderung von Kunst in den Bergregionen - ITAT 2024



Projekt finanziert durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung im Rahmen des Kooperationsprogramms Interreg V-A Italien - Österreich 2014-2020