

TOOL: VORLAGE MEDIENKANÄLE AN DER HOCHSCHULE

NUTZEN/ ANWENDUNGSGEBIET

- um Kernbotschaften, den Nutzen und die Maßnahmen entsprechend kommunizieren zu können

KURZBESCHREIBUNG

Es empfiehlt sich, auch hier alle relevanten Stakeholder*innen einzubinden und Mitarbeitende zu informieren, welche Kanäle für ihren Bereich relevant sind. Hierfür kann der bereits erstellte Kommunikationsplan herangezogen werden und um weitere Spalte wie „Kommunikationsmedien“ und „Kommunikationskanal“ pro definierte Zielgruppe erweitert werden.

So lässt sich zudem gut überblicken, wie empfänglich oder erfolgreich einzelne Kanäle bespielt werden können und wer die dazugehörigen Ansprechpersonen sind.

Tabelle 1 zeigt Ihnen eine Vorlage, welche Medienkanäle an der Hochschule idealerweise für welche Zielgruppe genutzt werden können.

Tabelle 1: Medienkanäle der Hochschullandschaft

ZIELGRUPPE	IDEALEN KANÄLE
Projektmitarbeitende und Projektpartner*innen	E-Mail, Chat Plattformen, internes Projektmanagementtool, Vernetzungstreffen, Teammeetings, Projektnewsletter, Zwischenberichte
Mitarbeiter*innen der Hochschulen Österreichs	interne Medien, wie Newsletter oder Mitarbeitendenzeitungen
Politik	persönliche Gespräche, Projektwebsite
eine breite Öffentlichkeit	Projektwebsite, Tage der offenen Tür, öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen, Social Media
Presse/Fachmedien	Social Media, Presseaussendungen, Presseeinladungen
Wirtschaft	Fachmedien, persönliche Gespräche, Social Media