

MUSTER DES JAHRESKOMMUNIKATIONSPLANS FÜR 2019 UND 2020¹

Diese Vorlage dient lediglich Informationszwecken. Ein webbasiertes Instrument zum Hochladen des Jahreskommunikationsplans für 2019 und 2020 wird bereitgestellt.

ZUSAMMENFASSUNG
PARTNER:
Betroffenes EDIC:
Nummer der Partnerschaftsrahmenvereinbarung:

BESCHREIBUNG DES JAHRESKOMMUNIKATIONSPLANS

Die Jahreskommunikationspläne und entsprechenden Kostenvoranschläge für die Jahre 2019 und 2020 werden auf der Grundlage folgender Gewährungskriterien bewertet:

- 1. Effektivität des Jahreskommunikationsplans [2019] [2020] – 25 Punkte;*
- 2. Übereinstimmung des Jahreskommunikationsplans mit der dreijährigen Kommunikationsstrategie für die Öffentlichkeitsarbeit und mit den jährlichen Kommunikationsprioritäten der Vertretung der Europäischen Kommission und des Informationsbüros des Europäischen Parlaments für 2019/2020 – 25 Punkte;*
- 3. Relevanz und Durchführbarkeit der einzelnen Elemente des Jahreskommunikationsplans – 40 Punkte;*
- 4. Effizienz der Methoden zur Durchführung des Jahreskommunikationsplans, insbesondere der Personal- und Finanzressourcen, die zur Erreichung der Ziele eingesetzt werden – 10 Punkte.*

¹ Auf Papier mit dem Briefkopf des Antragstellers einzureichen.

Erläuterung des Jahreskommunikationsplans gemäß Anlage 1 der Partnerschaftsrahmenvereinbarung

Erläutern Sie Ihr allgemeines Konzept einschließlich spezifischer Jahresziele und besonderer Schlüsselthemen, die vermittelt werden sollen. Wählen Sie für den Kommunikationsplan die Elemente aus, die Sie durchführen wollen. „Zentrale Kommunikationsaktivitäten“ und „Organisation von Veranstaltungen“ sind obligatorische Elemente, die übrigen sind fakultativ. „Organisation von Veranstaltungen“ und „Teilnahme an Veranstaltungen“ können Sie mehrmals auswählen, die anderen Elemente nur einmal.

Bitte beschreiben Sie hier Ihren Jahreskommunikationsplan 2019 bzw.2020 (ca. 2-3 Seiten).

Zentrale Kommunikationsaktivitäten

--	--

Organisation von Veranstaltungen 1. Zielgruppe einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 2. umfassender Medienplan einschließlich – je nach Veranstaltung – Fernsehen, Printmedien, Rundfunk, Online-Medien und soziale Netzwerke; 3. Art, Botschaft und Inhalte der Veranstaltung einschließlich Tagesordnung, Termin und Ort; 4. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.

☐

So oft wiederholen, wie dieses Element ausgewählt wird

--	--

Teilnahme an Veranstaltungen 1. Beschreibung der Veranstaltung einschließlich der Gründe für die Beteiligung des EDIC; 2. Zielgruppe der Veranstaltung und des EDIC-Stands einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 3. Berichterstattung in den Medien: soziale Netzwerke, Online-Medien und Fernsehen, Printmedien und/oder Rundfunk; 4. Botschaft und Inhalte der Präsentation des EDIC auf der Veranstaltung; 5. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.

☐

So oft wiederholen, wie dieses Element ausgewählt wird

--	--

Veröffentlichungen 1. Zielgruppe einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 2. Art, Botschaft und Inhalte; 3. Verbreitungschanäle und Mengen; 4. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>
Unterstützende Kommunikationsmaterialien 1. Zielgruppe einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 2. Beschreibung der Materialien; 3. Verbreitungschanäle und Mengen; 4. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>
Audiovisuelle und andere digitale Materialien 1. Zielgruppe einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 2. Botschaft und Inhalt einschließlich des vorläufigen Texts; 3. Verbreitungschanäle; 4. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>
E-Newsletter 1. Zielgruppe einschließlich ihres Kommunikationsbedarfs; 2. Botschaft, Inhalte und Erscheinungsrhythmus; 3. Verbreitungschanäle; 4. erwartete Ergebnisse/Wirkung auf die Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>

Besucherzentrum– Standort mit klarem Mehrwert. Sie müssen nachweisen, dass das Besucherzentrum in prominenter Lage eingerichtet wird und somit ein Potenzial für hohe Besucherzahlen bietet. Das Besucherzentrum sollte 1. auf Schildern/Anzeigen seine Öffnungszeiten ausweisen und seine Mitarbeiter vorstellen, 2. für die Öffentlichkeit leicht zugänglich sein, 3. eine sehr gute Sichtbarkeit mit entsprechender Beschilderung aufweisen, 4. über einen Besucherempfangsbereich verfügen und EU-bezogenes Material anbieten.



GEPLANTES START- UND ENDDATUM²

Beginn	1.1.[2019] [2020]
Ende	31.12.[2019] [2020]

BUDGET

Kostenvoranschlag – Anlage 1 (*Muster in Anhang VIII b der Partnerschaftsrahmenvereinbarung*)

Der Antrag muss einen detaillierten Kostenvoranschlag enthalten, in dem sämtliche Kosten und Beiträge in Euro angegeben sind. Antragsteller aus Ländern, die nicht zur Eurozone gehören, können den entsprechenden, auf der Website http://ec.europa.eu/budget/infocentre/index_de.cfm der Kommission veröffentlichten monatlichen Umrechnungskurs verwenden.

Name	
Funktion	

² Der Antragsteller wird darauf hingewiesen, dass gemäß der Haushaltsordnung für den Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union die rückwirkende Gewährung von Finanzhilfen für bereits abgeschlossene Maßnahmen nicht zulässig ist. In den von der Kommission genehmigten Ausnahmefällen, in denen der Antragsteller nachweisen kann, dass die Maßnahme vor Unterzeichnung der Vereinbarung über eine Finanzhilfe bzw. vor Mitteilung des Finanzhilfebeschlusses anlaufen muss, dürfen die förderfähigen Ausgaben nicht vor dem Zeitpunkt der Antragstellung bzw. bei Anträgen auf einen Beitrag zu den Betriebskosten nicht vor Beginn des Rechnungsjahrs des Antragstellers getätigt worden sein.

Unterschrift	
Stempel	
Datum und Ort	