



D10.1: Kommunikations- und Disseminationsstrategie

Autor:innen: Nina Popanton, Tobias Hofer, Hannah Engel

Datum: 31. August 2022

Das bilaterale Leitprojekt champI4.0ns wird gemeinsam durch das österreichische Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) und das deutsche Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) gefördert (FFG-Fördernummer: 883417)



 Bundesministerium
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	1
Abbildungsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	3
Begriffe und Abkürzungen.....	4
1 Zusammenfassung.....	5
2 Allgemeines zum Projekt.....	5
2.1 Vision, Mission, Strategie und Wirkung.....	6
2.1.1 Vision.....	6
2.1.2 Mission.....	6
2.1.3 Strategie.....	6
2.1.4 Wirkung und erwartete Ergebnisse	7
3 Stakeholder:innen.....	8
3.1 Interne Stakeholder:innen.....	8
3.2 Externe Stakeholder:innen	8
3.3 Stakeholder:innen und ihre Bedürfnisse.....	10
3.3.1 Involvierung von Stakeholder:innen-Gruppen	10
3.3.2 Interne Kommunikation	10
3.3.3 Massenmedien.....	11
4 Externe Kommunikation und Dissemination.....	12
4.1 Visuelle Sprache.....	12
4.2 Bildsprache & Logo	12
4.2.1 Öffentliche Projekt-Präsentation	12
4.2.2 Website und Kanäle.....	13
4.3 Events.....	17
4.3.1 Internes Kick-Off	18
4.3.2 Teilnahme an relevanten Industrie-Events.....	18
4.3.3 Public Kick-Off	19
4.4 Awareness- und Sensibilisierungsangebote	19
4.5 Wissenschaftliche Publikationen	19

5	Maßnahmen zur Wirkungserhebung	20
5.1	Wirkungserhebung	20
5.2	Key Performance Indicators (KPIs)	20
5.3	Berichtswesen	21

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - champI4.0ns Ablage (Screenshot).....	11
Abbildung 2 - Projektlogo und Icon	12
Abbildung 3 - champI4.0ns Website, Erstentwurf Landing Page.....	14
Abbildung 4 - champI4.0ns Website, Unterseite "Anwendungsfälle"	15
Abbildung 5 - champI4.0ns LinkedIn Kanal.....	16
Abbildung 6 - Pop-Up Banner auf der Website zum Eintragen in die Newsletter-Liste.....	17

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 – mögliche relevante Events für champI.0ns (Auszug)	18
Tabelle 2 - Kommunikationsmaßnahmen, Leistungsindikatoren und Zielgrößen.....	20

Begriffe und Abkürzungen

Abkürzung	Erklärung
KPI	Key Performance Indicator
I4.0	Industrie 4.0
IPR	Intellectual Property Rights
M1, MX	Monat 1 (seit Projektstart), Monat X
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
TÜV	Technischer Überwachungsverein
AP	Arbeitspaket

Dokumentenhistorie

Datum	Status	Version	Person
11.07.2022	Rohentwurf	0.1	Nina Popanton
25.07.2022	Feedback 1, Lektorat	1.0	Hannah Engel
01.08.2022	Feedback 2, Lektorat	1,5	Tobias Hofer
05.08.2022	Version 2	2.0	Nina Popanton
25.08.2022	Einarbeitung Kommentare, Feedback	2.5	Tobias Hofer
30.08.2022	Einarbeitung Kommentare, Erstellung vorfinale Fassung	3.0	Hannah Engel
31.08.2022	Finale Fassung, Publikation	4.0_vf	Nina Popanton

1 Zusammenfassung

Zusammen mit den bereits eingerichteten Kommunikations- und Disseminationskanälen bildet dieses Dokument das Ergebnis D10.1 - "Kommunikations- und Disseminationsstrategie" des Projekts champI4.0ns (FFG-Fördernummer 883417). Es bietet einen Überblick über die im Rahmen des Projekts geplanten Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten sowie einen Leitfaden für die Konsortialpartner.

Im Rahmen von champI4.0ns wird die intelligente Nutzung von produktionsrelevanten Daten in einem föderativen Ökosystem anhand von Beispielen aus der Holzindustrie vorangetrieben.

Die Aktivitäten und Instrumente zur Verbreitung der Vision von champI4.0ns sind hier ebenso festgehalten, wie der Weg zur Identifikation der verschiedenen Zielgruppen, die genutzt werden, um einerseits die Projektergebnisse zu verbreiten und andererseits Input einzuholen, um gemeinsame Lösungsstrategien zu entwickeln.

Darüber hinaus werden die Rollen der Partner erläutert, die genutzt werden, um die Sichtbarkeit des Projekts zu maximieren.

2 Allgemeines zum Projekt

Der Begriff Industrie 4.0 (I4.0) prägt seit rund zehn Jahren die Diskussion um die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung in industriellen und dienstleistungsbezogenen Wertschöpfungsketten. Die Holzindustrie ist sowohl in Österreich als auch in Deutschland ein wichtiger Wirtschaftssektor. Einerseits ist Holz ein nachhaltiger und zukunftsorientierter Werkstoff, andererseits ist die Verarbeitung des Rohstoffs sehr maschinen- und energieintensiv.

Im Rahmen von champI4.0ns wird die intelligente Nutzung von produktionsrelevanten Daten in einem föderativen Ökosystem anhand von Beispielen aus der Holzindustrie vorangetrieben. Überdies werden Methoden und Dienste für die Adressierung zentraler Herausforderungen entwickelt und bereitgestellt. champI4.0ns demonstriert den Mehrwert der kollaborativen Nutzung von produktionsrelevanten Daten in den Anwendungsfeldern Traceability, Planung und Steuerung und Qualitätssicherung. In jedem der drei Felder werden positive Beiträge zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen geleistet, von der Schaffung eines Bewusstseins für nachhaltige Entwicklung, über höhere Produktivität durch Innovation bis hin zur effizienteren Nutzung von Energie und natürlichen Ressourcen. So fördert das Projekt die Wettbewerbsfähigkeit der Produktionsstandorte Österreich und Deutschland nachhaltig.

2.1 Vision, Mission, Strategie und Wirkung

Die inhaltlichen Ausrichtungen und Zieldefinitionen eines Projekts sind zentral und essenziell für gelingende Kommunikation, weshalb diese hier kurz angeführt werden.

2.1.1 Vision

Durch interdisziplinäre und länderübergreifende Zusammenarbeit zwischen Akteur:innen aus Wissenschaft und Wirtschaft wird eine effiziente und smarte Nutzung von Daten ermöglicht. Digitalisierung und Industrie 4.0 sorgen für Ressourcenschonung, Automatisierung in der Produktion, Steigerung der Effizienz und Qualität, Möglichkeit zur anforderungsspezifischeren hochvariablen Produktion, Erweiterung von Anwendungsfällen und stärken langfristig den Wirtschaftssektor Holz.

2.1.2 Mission

Im Rahmen von champl4.0ns wird durch intelligenten und souveränen Datenaustausch in einem föderativen Ökosystem ein multilateraler Datenaustausch unter Einhaltung europäischer Standards ermöglicht. Die Holzwirtschaft als Ganzes ist im Hinblick auf Industrie 4.0 sehr heterogen und inkludiert Unternehmen mit unterschiedlichen Reifegraden hinsichtlich datenbasierter Produktion. Daher ist die Holzindustrie sehr gut geeignet, um branchenübergreifende Best-Practices zu definieren. Aufgrund ihres hohen Bedarfs bietet sie enorme Potenziale für Digitalisierung und Umsetzung industrieller datengetriebener und KI-basierter Lösungen.

2.1.3 Strategie

Die Kommunikations- und Disseminationsstrategie von champl4.0ns setzt einerseits die unmittelbaren Erfolge und Ergebnisse und andererseits die langfristigen Wirkungen, die aus dem Projekt resultieren werden, in den Mittelpunkt aller Maßnahmen. Dabei zielt die Dissemination auf die öffentliche Bekanntgabe der Ergebnisse an ein Publikum, wie wissenschaftlichen Gemeinschaften, Interessenvertreter:innen der Industrie, politischen Entscheidungsträger:innen, und Unternehmen aus verschiedenen Industriesparten ab, während die allgemeine Kommunikation die Bekanntheit des Projekts und seiner Ergebnisse in der breiten Öffentlichkeit fördert, einschließlich Zivilgesellschaft und Massenmedien. champl4.0ns fördert mit seinen Disseminationsaktivitäten Akzeptanz, Wirkung und Reichweite der Projektergebnisse. Zusätzlich werden diese langfristig für potenziell Interessierte verfügbar gemacht, auch nach Projektende. Weiters wird der Aufbau einer Community aus den Zielgruppen der Holz- sowie Datenindustrie initiiert. Die Kommunikationsaktivitäten zielen darauf ab, ein öffentliches Bewusstsein zu schaffen und damit geleisteten Forschung und resultierenden Innovation positiven Einfluss auf zukünftige Entwicklungen in diversen Industriesparten zu verleihen. Die allgemeinen Kanäle, die champl4.0ns nutzt, können sowohl für Kommunikations- als auch Disseminationszwecke genutzt werden, daher werden sie in den folgenden Kapiteln aus beiden Blickwinkeln betrachtet. Für die Dissemination von

Forschungsarbeiten werden entsprechende Open-Access-Tools verwendet werden. champl4.0ns richtet sich primär an Marktteilnehmer:innen aus Holzindustrie und Datenwirtschaft sowie an die wissenschaftliche Gemeinschaft, zusätzlich werden aber auch die breite Öffentlichkeit und Medien adressiert.

Die Anwendungsfelder Traceability, Planung und Steuerung, und Qualitätssicherung werden konstant über die nächsten vier Jahre als Überthemen positioniert. In diesen Feldern wurden vier Anwendungsfälle definiert (Holzwerkstoffe, Möbel, Pellets, Stiegen). Durch implementierungsfokussierte Lösungsansätze soll ein niederschwelliger Zugang zur datengetriebenen Zusammenarbeit ermöglicht werden. Das wird sich auch in der Kommunikation widerspiegeln: die Ergebnisse sollen für diverse Zielgruppen einfach rezipierbar und im eigenen Feld anwendbar sein. Durch das Aufzeigen von Potenzialen und Nutzen des Datenaustauschs werden bewusste Anreize geschaffen. Die hier entwickelten Verfahren und Anwendungen werden nicht nur präsentiert, sondern Hintergründe dazu (unter Wahrung von etwaigen IPR-Richtlinien) beispielsweise durch Interviews mit den Projektpartnern beleuchtet, um das Wissen rund um die Anwendungsfälle einer breiten Zielgruppe zur Verfügung zu stellen. Auch und vor allem die Herausforderungen und Möglichkeiten, wie beispielsweise das enorme Optimierungspotenzial im Bereich der Planung und Steuerung oder der Qualitätssicherung in der Holzindustrie, werden durch die Arbeit von AP10 aufbereitet und kommuniziert. Es wird auf einen Medienmix mit Multi-Kanal-Ansatz gesetzt, um breit, aber zielgruppengerecht zu kommunizieren.

2.1.4 Wirkung und erwartete Ergebnisse

Im Rahmen von champl4.0ns wird die Nutzung von produktionsrelevanten Daten vorangetrieben. Kommunikativ soll über die Projektlaufzeit einerseits Aufmerksamkeit für die Thematik geschaffen werden, andererseits eine Community aufgebaut werden, welche die Ziele des Projekts unterstützt. Die Wirkung des Projekts erstreckt sich in einem ersten Schritt primär auf die Holzindustrie, die Kommunikation erstreckt sich aber aufgrund zukünftiger Skalierungspotenziale von Beginn auf die Zielgruppe „Produktion“, „Holzindustrie“ und „Daten“. Führende relevante Initiativen in koordinierender Funktion im Bereich der souveränen Datennutzung, wie die Gaia-X Association, International Data Space Association (IDSA), Big Data Value Association (BDVA), und Projekte, wie der Green Data Hub, EuProGigant etc., werden von Beginn an mit Informationen versorgt und im Community Building des Projekts berücksichtigt. Zusätzlich werden nationale Initiativen, wie die Plattform Industrie 4.0, für Multiplikatoreneffekte proaktiv angesprochen. So soll garantiert werden, dass auch Feedback aus anderen Bereichen in das Projekt integriert wird, ein ständiger Austausch mit der Community stattfindet und die Projektergebnisse nachhaltig gesichert werden. Durch die möglichst breite Ansprache dieser Zielgruppen soll auch über das Projektende eine Einbettung der Projektergebnisse und -partner in das nationale und europäische Daten-Service-Ökosystem gewährleistet werden.

3 Stakeholder:innen

3.1 Interne Stakeholder:innen

Das Projektkonsortium setzt sich aus unterschiedlichsten Organisationen aus Wirtschaft, Forschung und dem technologischen Umfeld zusammen. Zu den Forschungsinstitutionen gehören neben Fraunhofer Austria (FHA), das Kompetenzzentrum Holz (WK+), Joanneum Research (JRD), die Donau-Universität Krems (DUK), das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) sowie die RWTH Aachen (RWTH). Aus dem technologischen Umfeld unterstützen die Semantic Web Company (SWC), Nexyo (NEXYO), IoT40 Systems (IOT40) und NET-Automation (NETA). Aus der Industrie zählen ADH Mölltal Möbel (MM), Weitzer Wood Solutions (WEI), HASSLACHER PREDING Holzindustrie (HPH), Pfeleiderer Deutschland (PFL) sowie Siempelkamp Logistics & Service (SLS) zu den Projektteilnehmenden. Mit Schwerpunkt auf die kommunikative Expertise verfolgen die Data Intelligence Offensive (DIO), als Kooperationsplattform zur Förderung der Datenwirtschaft, und Business Upper Austria (BIZUP), als oberösterreichische Wirtschaftsagentur, eine sowohl zielgerichtete als auch breite Rezeption des Projekts. Gerade zu Beginn wird die proaktive Kommunikation gegenüber allen Partnern verstärkt erfolgen, bis sich entsprechende Strukturen etabliert haben. Hier kann auf Erfahrungen und bewährte Best-Practices aus anderen Projekten zurückgegriffen werden. Im AP10 wird ein monatliches Jour Fixe stattfinden, um den Informationsfluss von Forschungs- und Praxispartnern stetig in Bewegung zu halten, schnell auf Neuigkeiten reagieren zu können und eine Abstimmung und Transparenz aller Tätigkeiten sicherzustellen.

3.2 Externe Stakeholder:innen

Die externen Stakeholder:innen sind aufgrund der Bi-Nationalität des Projekts vorwiegend in Österreich und Deutschland und dem restlichen DACH-Gebiet zu verorten. Durch Verbindungen der Konsortialpartner zu Initiativen wie der Gaia-X Association, IDSA, BDVA, Green Data Hub etc., werden auch europäische Netzwerke aktiv miteinbezogen. Dadurch soll das Konsortium mit Informationen aus dem europäischen Kontext versorgt, gleichzeitig aber auch eine breite Rezeption von Ergebnissen in nicht-deutschsprachigen Staaten gesichert werden.

Für die Kommunikation im Rahmen von champl4.0ns wurde ein Evidenz-basierter Ansatz gewählt. Dafür wurde eine kurze Umfrage in den zwei primär ersichtlichen Stakeholder:innengruppen durchgeführt: der Holz- sowie Daten-Community. Die Umfrage zeigte bei 80 Prozent der Teilnehmenden ein Interesse an sowohl nationalen als auch internationalen Forschungsprojekten (5 Prozent präferieren internationale Projekte). Die Bedeutung der Website als zentraler Informationskanal zeigt sich durch die Tatsache, dass 45 Prozent der Befragten angab, sich über diesen Weg über das Projekt informieren zu wollen, 40 Prozent über andere Kanäle (wie Events, etc.) und nur 10 Prozent über Presseausendungen

und 5 Prozent über soziale Medien. Nichtsdestotrotz werden soziale Medien aktiv bespielt, da diese einen interaktiven Charakter haben und nicht ausschließlich als Informationsmedium dienen. Bezüglich der Frage, welche Art von Informationen bereitgestellt werden sollten, wurden die Antwortmöglichkeiten nach der folgenden Wichtigkeit gereiht (Mehrfachantworten waren möglich):

- A, 75 Prozent: Spezifisch aufbereitete Learnings (z.B. "How-To-Guides")
- B, 75 Prozent: Informationen zu Events, Workshops, und Ähnlichem
- C, 70 Prozent: Spezifisch aufbereitete Failings (was hat nicht funktioniert, z.B. "Don'ts in der Data Economy")
- D, 60 Prozent: Einladung zum Austausch mit Personen, die im Projekt zu spezifisch relevanten Themen arbeiten.
- E, 55 Prozent: Mit Zahlen belegte Ergebnisse (z.B. die Produktion des Praxispartners wurde um X% kostensparender durch das Projekt).
- F, 30 Prozent: Routinemäßige Updates zu Ergebnissen (weniger konkret).

Die Kommunikationsaktivitäten im Rahmen von champ14.0ns werden diese Priorisierung berücksichtigen. Bis konkrete Projektlearnings aufbereitet werden können, wird AP10 generelle Learnings aus den üblichen Tätigkeiten der einzelnen Partner:innen einholen und diese an die Zielgruppen entsprechend kommunizieren (als Download auf der Website, verfügbar für zukünftige Events und Snippets auf sozialen Medien).

Um die Stakeholder:innen-Bedürfnisse vor allem auch im Community Building abdecken zu können, wurde auch nach gewünschter Interaktion mit dem Konsortium gefragt. Hier zeigen sich folgende Präferenzen:

- 70 Prozent: Bilateraler Austausch zu ähnlichen Aktivitäten
- 65 Prozent: Adoption von technischen Lösungen, die aus dem Projekt resultieren (wenn relevant und sinnvoll auch als kostenpflichtiges Produkt)
- Je 60 Prozent: Teilnahme an Events und Findung neuer relevanter Projektmöglichkeiten
- 30 Prozent: Weitere Formen der Interaktion
- 20 Prozent: Teilnahme an diversen Gremien (z.B. Advisory Board).
- Niemand hat angegeben, nicht mit dem Konsortium interagieren zu wollen.

Daraus resultiert für die Kommunikation, dass Ergebnisse primär durch persönliche Interaktion (wie bilateraler Austausch oder Events) und in Form konkreter Produkte oder Services bestmöglich rezipiert werden können. Eine erste Maßnahme, um diesen Austausch zu fördern, ist eine Social-Media-Kampagne, welche die Aufgaben, Rollen und Kompetenzen der jeweiligen Partner:innen öffentlich thematisiert und eine Kontaktperson prominent platziert. AP10 wird diese erste Maßnahme anschließend evaluieren und fortführen oder adaptieren.

Neben den genannten Gruppen sind auch eine breitere Öffentlichkeit sowie Massenmedien Stakeholder:innen von champ14.0ns. Mit dem Fokus auf die relevanten sozialen Kanäle LinkedIn

und Twitter sowie über Massenmedien wird eine kosteneffiziente Ansprache der breiten Öffentlichkeit erreicht. Internationale „Awareness Days“, wie beispielsweise Welttag des Holzes, International Data Week oder der globale Open Data Day, werden genutzt, um champI4.0ns zu positionieren und Bewusstsein zu schaffen.

3.3 Stakeholder:innen und ihre Bedürfnisse

Basierend auf den identifizierten Stakeholder:innen und den Ergebnissen der Umfrage betreffend deren Bedürfnissen, werden im Vorfeld des Projekts spezifische Stakeholder:innen-Gruppen mit ähnlichen Interessens-Schwerpunkten identifiziert. Für eine effiziente Ansprache der breiten Kommunikations- und Disseminations-Zielgruppe werden Interessenscluster in Form von relevanten Initiativen angesprochen. Hier ist das champI4.0ns-Konsortium bereits im aktiven Austausch: es wird beispielsweise eine aktive Zusammenarbeit mit anderen Projekten aus der Holzwirtschaft und dem Produktionsumfeld angestrebt, wie dem Leitprojekt EuProGigant (digital vernetztes Produktionsökosystem), der Gaia-X Association sowie ihren nationalen Vertretungsorganisationen Gaia-X Hub Austria und Gaia-X Hub Germany, der IDSA, der BDVA, und den Plattformen Industrie 4.0 in Österreich und Deutschland. Diese Vernetzung wird die Data Intelligence Offensive als etablierte Community-Plattform intensiv vorantreiben.

3.3.1 Involvierung von Stakeholder:innen-Gruppen

In Übereinstimmung mit den Ergebnissen aus der Stakeholder:innen-Analyse, der Stakeholder:innen-Bedürfnisanalyse und den daraus identifizierten Stakeholder:innen-Gruppen werden diesen Gruppen konkrete Möglichkeiten für eine Involvierung zugeordnet. Somit ist eine klar verständliche, zielgerichtete und anwendungsorientierte Ansprache der Gruppen möglich. Diese gezielte Ansprache trägt zur Verwertung der Ergebnisse in Übereinstimmung mit der Verwertungsstrategie bei. Der Involvierungsplan sieht neben der Ansprache vor, die Stakeholder:innen konkret miteinzubeziehen, ihr Feedback regelmäßig einzuholen und in das Projekt zu integrieren. So soll sichergestellt werden, dass Learnings aus anderen Projekten, aus anderen Wertschöpfungsketten, etc. miteingebunden werden. Dadurch werden Lösungen gesamtheitlich entwickelt und Silolösungen vermieden (unter Berücksichtigung der angesprochenen Learnings). Spezifisch bedeutet das, dass beispielsweise technische Stakeholder:innen dazu angehalten sind, neue Tools und Möglichkeiten vorzustellen oder zu integrieren. Wissenschaftliche Stakeholder:innen sollen iterativ neue Erkenntnisse, auch aus anderen relevanten Forschungsgebieten, in das Projekt einbringen.

3.3.2 Interne Kommunikation

Projektinterne Kommunikation lebt von einem proaktiven, persönlichen Austausch. Durch regelmäßige Jour-Fixe-Termine (für AP10 monatlich, nach Bedarf adaptiert), Konsortialtreffen, Lenkungsausschüsse, bilaterale Abstimmungen, etc. wird ein stetiger Austausch zwischen den Konsortialpartnern gesichert. So wird ein Feedbackprozess etabliert, der alle Meinungen abholt

und zeitgleich garantiert, dass alle wichtigen Aspekte der Arbeitspakete regelmäßig besprochen werden. Dadurch wird negativen Projektentwicklungen vorgebeugt. Eine Einbindung aller Partner:innen ist besonders in AP10 wichtig: ein regelmäßiger, qualitativ guter interner Kommunikationsfluss ermöglicht es, die Projektergebnisse und -fortschritte frühzeitig zu identifizieren und geeignete Kommunikationsmaßnahmen (nach außen) zu setzen. Als Ablage und Information für alle dient die gemeinsame Ablage auf Microsoft Teams, eine gemeinsame Mailing-List für alle AP10 Verantwortlichen sorgt ebenfalls für einen regelmäßigen Informationsfluss.

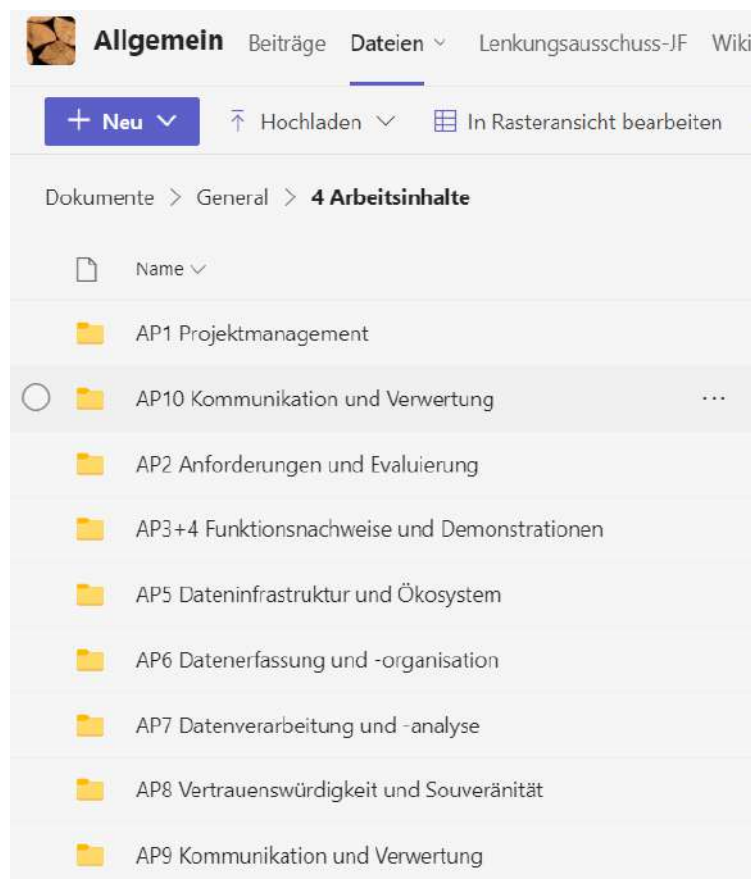


Abbildung 1 - champ14.0ns Ablage (Screenshot)

3.3.3 Massenmedien

Die Themen und Ergebnisse von champ14.0ns sind auch für die Medien als Zielgruppe von Interesse und gehören daher ebenfalls zum Disseminationsplan des Projekts. Dies erfordert die Nutzung verschiedener Kanäle sowie verschiedene Medien- und Kommunikationsaktivitäten. Die aktive Beteiligung aller Partner innerhalb des Konsortiums spielt eine entscheidende Rolle bei der Erfüllung dieser Aufgabe.

Dank der Verteilung der champ14.0ns Partner über Deutschland und Österreich und deren Kontakte generell in die DACH-Region wird das Konsortium seine regionalen und nationalen

Netzwerke zu nutzen, um die champ14.0ns-Ergebnisse mit Hilfe von digitalen wie nicht-digitalen Berichten und Artikeln zu verbreiten.

4 Externe Kommunikation und Dissemination

Bei der externen Kommunikation wird ein Multi-Kanal-Ansatz verfolgt. Somit wird ein holistisches äußeres Auftreten des Projekts garantiert und ein klares einheitliches Bild geschaffen. Die Erkenntnisse des Fragebogens werden in der Arbeit von AP10 berücksichtigt und kontinuierlich optimiert. Dafür holt AP10 laufend Feedback von der Community ein.

4.1 Visuelle Sprache

Die visuelle Sprache soll das Projekt bestmöglich widerspiegeln und einen Wiedererkennungswert schaffen. Um die Fokuspunkte Daten und Holzwirtschaft zu verbinden, wird in der Bildsprache darauf geachtet, stets beide Assoziationen zu wecken und zu verbinden. Auch die Farbgebung blau-grün stellt verbindende Elemente dar: das grün spiegelt die Domäne Holz(wirtschaft), das blau steht für die Anlehnung (aber nicht direkte Anbindung) an das Datenökosystem Gaia-X.

4.2 Bildsprache & Logo

Das Standard-Logo beinhaltet den Kurznamen des Projekts, zusätzlich wurde ein Icon entwickelt. Mit beiden Varianten – verfügbar in CMYK und RGB sowie in allen gängigen Formaten – kann das Logo einfach auf verschiedensten Produkten (Online wie Print) verwendet werden. Es wird für alle kommunikativen Maßnahmen verwendet.



Abbildung 2 - Projektlogo und Icon

4.2.1 Öffentliche Projekt-Präsentation

In M4 wurde ein erster interimistischer Flyer entworfen und in geringer Stückzahl, mit Blick auf die Schonung von Ressourcen, gedruckt. Die Promo-Materialien werden im Laufe des Projekts weiterentwickelt und – immer mit Blick auf den Nachhaltigkeitsgedanken – bei Bedarf gedruckt. Die PDF-Versionen der Materialien werden allen Konsortialpartnern zur Verfügung gestellt, damit Kleinstmengen auch z. B. in House produziert werden können. Roll-Ups wurden bereits

erstellt und werden je nach Bedarf in Zukunft optimiert. AP10 arbeitet an der kontinuierlichen Erweiterung der Materialien und passt diese bei Bedarf an den jeweiligen Projektfortschritt an.

Zur Verwendung über die gesamte Projektlaufzeit wurden Sticker produziert, die einfach gehalten sind (Logo und Webadresse). So wird Aufmerksamkeit für Projekt und Website als erste und wichtigste Informationsquelle zentral geweckt.

Neben Print- und Onlinematerialien wurden auch ein Power-Point-Präsentationsentwurf erstellt, um einen einheitlichen Außenauftritt bei beispielsweise Konferenzen, Messen u. ä. zu ermöglichen. Der Entwurf entspricht einer Standardpräsentation und kann je nach Bedarf auf den jeweiligen Kontext angepasst werden. Weitere geplante Materialien sind Flyer und Poster, die den Projektfortschritt / -ergebnisse anschaulich darstellen. Bei allen Materialien wird darauf geachtet, dass nur so viel produziert wird, wie auch während der Projektlaufzeit verbraucht werden kann.

4.2.2 Website und Kanäle

Website

Die Projektwebsite (www.champi40ns.eu) ist das Haupt-Kommunikationstool des Projekts und wird entsprechend stetig erweitert und optimiert. Begonnen wurde bereits in M1 und der Online-Gang einer rudimentären Startseite hat bereits in M2 stattgefunden. Von M2-M4 wurde die Website konstant weiter ausgebaut (weitere Projektinformationen, Informationen zu Anwendungsfällen, on, Zweisprachigkeit, Newsletter-Anmeldung) und wird im Laufe des Projekts iterativ erweitert. AP10 baut hier auf Vorwissen aus anderen Projekten auf, um eine informative Plattform für die Community aus Holz- und Datenwirtschaft zu schaffen.

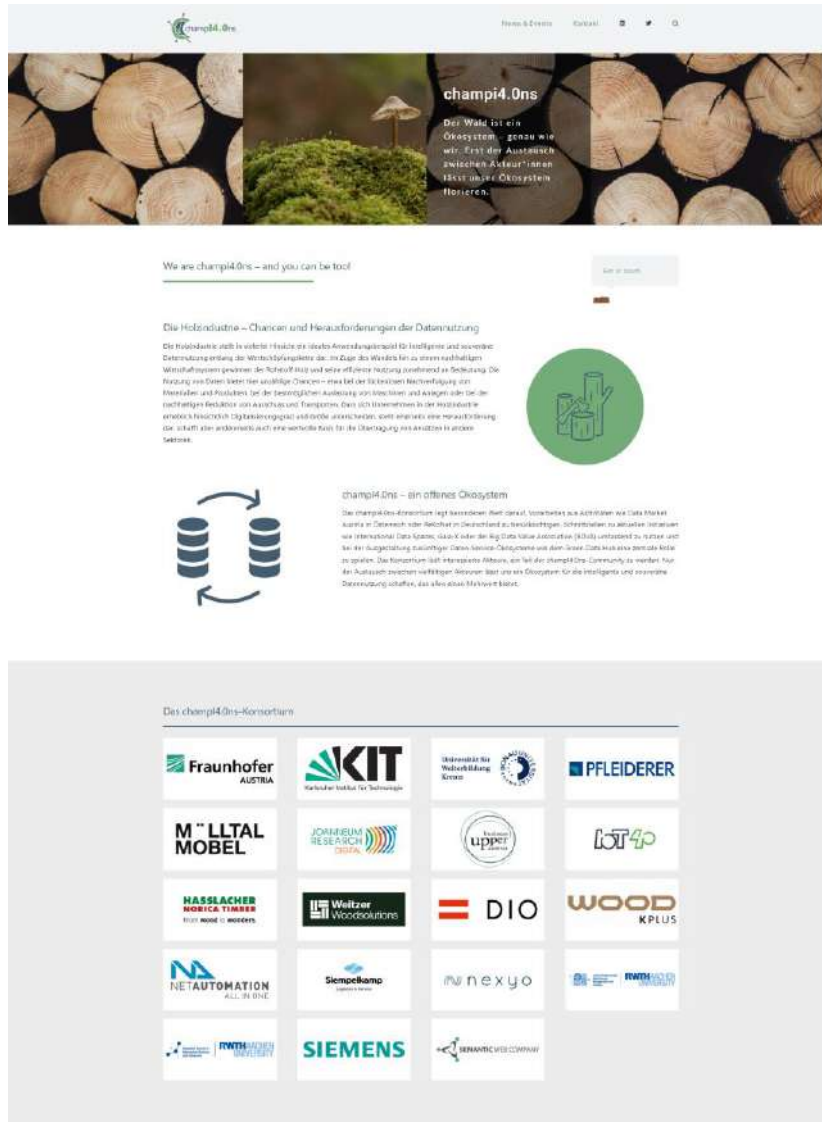


Abbildung 3 - champi4.0ns Website, Erstentwurf Landing Page.

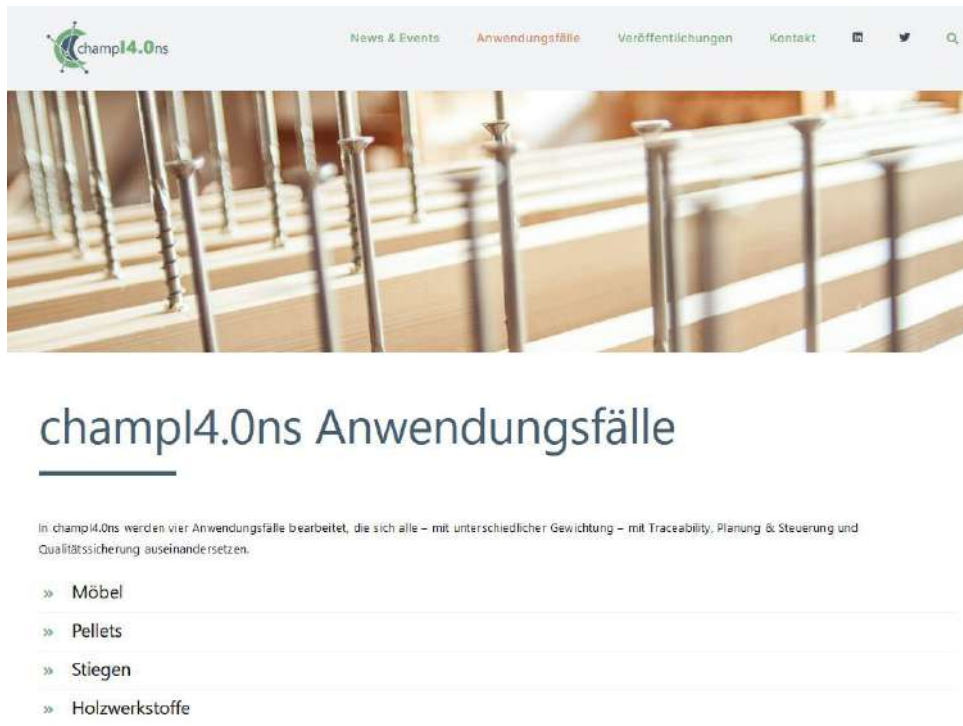


Abbildung 4 - champ14.0ns Website, Unterseite "Anwendungsfälle"

Social Media

Weitere Kommunikationskanäle sind mit M4 die Social-Media-Kanäle [LinkedIn](#) und Twitter ([@champi40ns](#)). Um den Wiedererkennungswert zu erhöhen, wird champ14.0ns die Hashtags #champ140ns #data #dataecosystems #valuechain #industry40 #wood regelmäßig nutzen. Über die gesamte Projektlaufzeit werden regelmäßige Updates in Form von Postings / Tweets / Re-Tweets erfolgen. ResearchGate, eine Networking-Plattform für Forschende, wird nach Bedarf von den im Projekt beteiligten Forschungspartnern aufgesetzt. Zum jetzigen Zeitpunkt ist dieser Kanal für das Projekt noch nicht relevant. Auch ein YouTube-Kanal wird erst zukünftig eingerichtet, sobald erste Videos verfügbar sind.

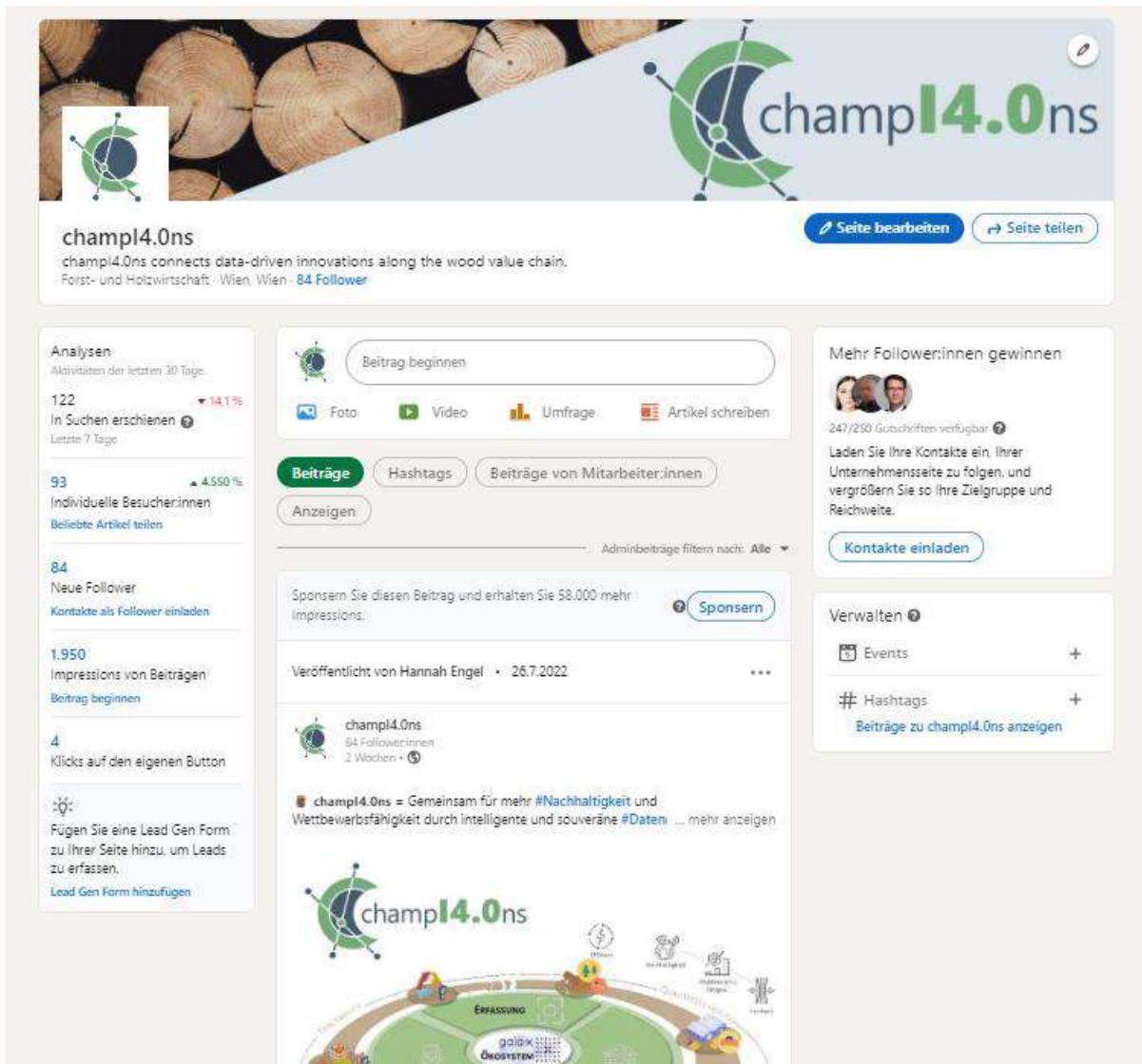


Abbildung 5 - champ14.0ns LinkedIn Kanal

Newsletter

Ein champ14.0ns Newsletter wird ab M7 versendet werden, da erste größere Dynamiken im Projekt in diesem Monat absehbar sind. Die Anmeldung – und damit Interessensbekundung zu Projektfortschritten – ist (wie oben beschrieben) allerdings schon ab M4 möglich. Der Newsletter wird vierteljährlichen für die Interessengruppen eingerichtet werden. Entsprechende E-Mail-Adressen werden von allen Partnern des Konsortiums in einer DSGVO-konformen Weise gesammelt oder über das vorgesehene Formular auf der Website eingeholt. Der Newsletter bietet einen kompakten Überblick über neue Entwicklungen und Fortschritte im Projekt und ergänzt die anderen Verbreitungskanäle.

Das verwendete Programm *SendInBlue* ist DSGVO-konform und hat seine Praktikabilität in diversen anderen Projekten bewiesen. Die personenbezogenen Daten werden in Deutschland

gehostet. Das Datenschutzmanagement des Unternehmens ist vom TÜV Rheinland zertifiziert und wird regelmäßig auditiert. Die geplante Reichweite des Newsletters liegt bei mehr als 500 Personen bis zum Ende des Projekts.

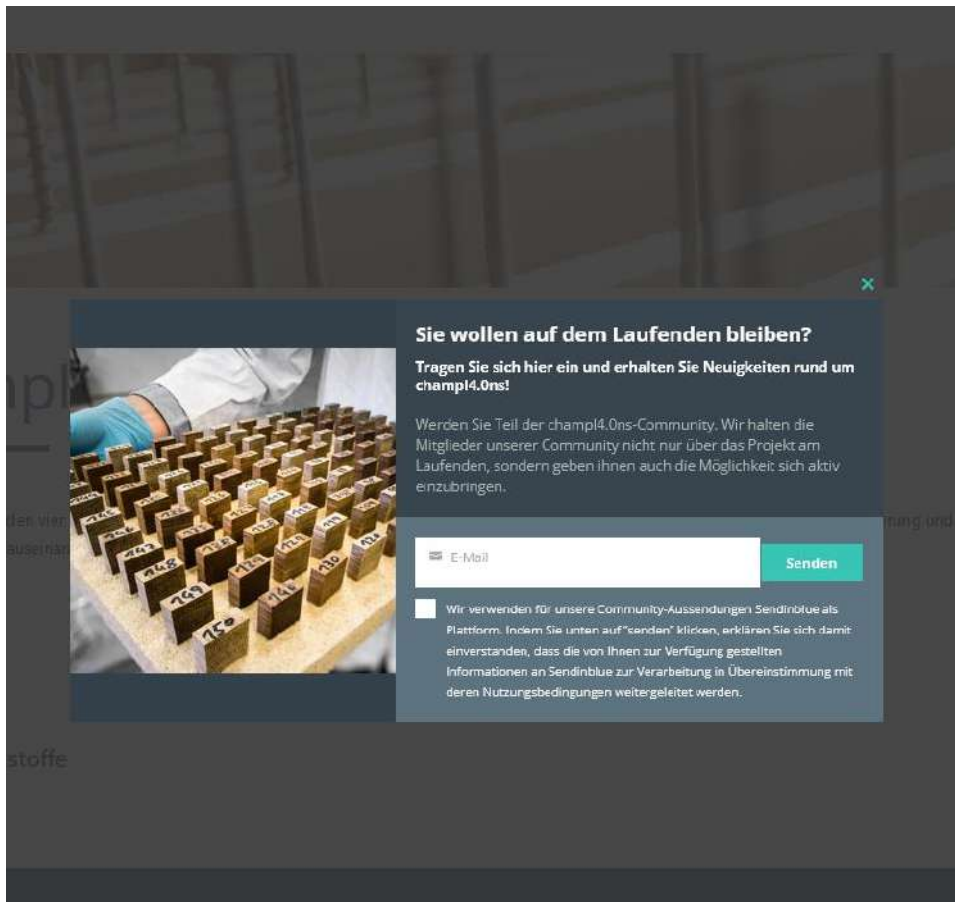


Abbildung 6 - Pop-Up Banner auf der Website zum Eintragen in die Newsletter-Liste

Presseaussendungen

Während der gesamten Laufzeit des Projekts sind sechs Pressemitteilungen geplant. Der Zeitpunkt und Inhalt werden im Rahmen der AP10 Jour-Fixe-Termine koordiniert. Regionale Medienkontakte der champ14.0ns Partner werden genutzt, um die Nachrichten über das Projekt so weit wie möglich zu verbreiten.

4.3 Events

Das Konsortium bekennt sich dazu, für effizientes Community Building und zur Dissemination der Projektergebnisse eigene Events abzuhalten, sowie an relevanten Events im europäischen Kontext teilzunehmen. Dabei liegt der Fokus auf Ergebnissen und Impacts der Projektarbeit.

4.3.1 Internes Kick-Off

Zur initialen Abstimmung und zum gegenseitigen Kennenlernen aller Konsortialmitgliedern fand in M1 das interne Kick-Off als Live-Treffen in Tulln (AT) statt. Alle Partner:innen stellten die eigene Organisation im Rahmen von Kurzpitches vor, insbesondere bezüglich zentraler Aufgaben und Erwartungen im Hinblick auf das Projekt. Außerdem wurden die Anwendungsfälle direkt von den Anwendungspartnern (MM, HPH, WEI, PFL) beschrieben. Um dem Konsortium einen Überblick über die gesamte Umsetzung des Projekts zu geben, wurde zudem jedes AP von den jeweiligen AP-Leads (RWTH, JRD, DUK, DIO, WK+, KIT, FHA) umrissen. Durch Q&A-Sessions konnten alle letzten offenen Fragen zum Projektstart beantwortet werden.

4.3.2 Teilnahme an relevanten Industrie-Events

Um champl4.0ns selbst sowie den Projektfortschritt und die -ergebnisse nach außen zu tragen, sind Teilnahmen an relevanten Industrie-Events geplant. Hier beteiligen sich alle Partner, informieren über das Projekt, holen Feedback der Community ein und tragen die Projektfortschritte weiter. Überdies soll durch die Teilnahme auch die Vernetzung mit anderen Projekten und der Community insgesamt gefördert werden.

Tabelle 1 – mögliche relevante Events für champl.0ns (Auszug)

Name	Ort	Datum / Zeitraum
Internationale Holzmesse/HOLZ&BAU	AT, Klagenfurt	31.08.-03.09.2022
45th German Conference on Artificial Intelligence (KI 2022)	DE, Trier	19.09.-23.09.2022
Forestrise 2022	JP, Tokio	24.09.-26.09.2022
INFORMATIK 2022	DE, Hamburg	26.09.-30.09.2022
12. Europäisches Holzwerkstoff-Symposium	DE, Hamburg	12.20.-14.10.2022
European Big Data Value Forum	CZ, Prag	21.-23.11.2022
NeurIPS 2022	US, New Orleans	28.11.-09.12.2022
LIGNA	DE, Hannover	15-19.05.2023
International Data Week 2023	AT, Salzburg	23.10.-26.10.2023
International Conference on Learning Representations (ICLR)	AT, Wien	07.05.-11.05.2024
International Conference on Machine Learning (ICML) 2024	AT, Wien	19.07.-27.07.2024
IFAC Symposium on Information Control Problems in Manufacturing (INCOM) 2024	AT, Wien	2024

4.3.3 Public Kick-Off

Das Public Kick-Off des Projekts ist als offene Veranstaltung mit Teilnehmenden aus Industrie, Forschung und öffentlicher Verwaltung geplant. Das Event wird Mitte November als Hybrid-Event stattfinden, als Austragungsort ist Wien vorgesehen. Ziel des ersten öffentlichen Events ist es, durch einen regen Austausch mit den Teilnehmenden Anregungen ein- und Learnings für das Projekt abzuholen. Das Public Kick-Off ist daher als interaktives Event geplant, um möglichst viele Teilnehmende einzubinden. Neben einer reinen Networking-Session sind beispielsweise Fishbowl-Diskussionen u. ä. geplant, um über Herausforderungen und Chancen ausgiebig diskutieren und möglichst viele Standpunkte in die Diskussion integrieren zu können.

4.4 Awareness- und Sensibilisierungsangebote

Aus Sicht der Forschung adressiert AP10 die sogenannte „dritte Mission“, also die Vermittlung von Erkenntnissen aus Wissenschaft und Forschung in andere Sektoren, im Speziellen der Zivilgesellschaft. Hierfür ist geplant, die Ergebnisse aus dem Projekt einem möglichst breiten Zielpublikum zugänglich zu machen.

Es geht sehr stark um das Thema Bewusstseinsbildung, zum einen für die Thematik der Datenräume, aber auch hinsichtlich der Nachhaltigkeit in der Holzindustrie, unterstützt durch intelligente Datennutzung. Hierfür ist geplant, entsprechende „Knowledge-Nuggets“ zu erstellen, zum Beispiel im Rahmen von Webinaren oder auch kleinen MOOCs. Der Task startet in M7.

4.5 Wissenschaftliche Publikationen

Die wissenschaftliche Zielgruppe von champl4.0ns sind Forschungseinrichtungen, die innovative Verfahren im Bereich des industriellen KI-Einsatzes in der Produktion erforschen und umsetzen, sowie Unternehmen, die solche Methoden und Lösungen zur Verbesserung der Qualität ihrer Produkte, Prozesse und Dienstleistungen einsetzen wollen. Die wissenschaftliche Verwertung erfolgt in erster Linie durch die Forschungspartner im Rahmen von wissenschaftlichen Publikationen. Technologie- und Anwendungspartner werden in die wissenschaftliche Verwertung eingebunden. Dazu werden zunächst relevante Veröffentlichungskanäle von populärwissenschaftlichen Zeitschriften über Konferenzen bis hin zu internationalen Zeitschriften mit hohem wissenschaftlichen Ansehen identifiziert. Zusammen mit den Partnern der AP 2-9 werden relevante Themengebiete für Veröffentlichungen festgehalten und passende Autor:innengruppen definiert. Schließlich werden in einer Veröffentlichungsroadmap die notwendigen Schritte bis zu den Veröffentlichungen geplant. Diese Roadmap wird fortlaufend hinsichtlich der Vollständigkeit der publizierten Ergebnisse und ihrer Aktualität überprüft und aktualisiert.

5 Maßnahmen zur Wirkungserhebung

5.1 Wirkungserhebung

Für die Wirkungserhebung evaluiert DIO im AP10 von champl4.0ns die Auswirkungen der Projektaktivitäten auf 3 Ebenen: (i) Was hat sich geändert, (ii) Warum hat es sich geändert und (iii) in welchem Ausmaß hat es sich geändert. Dafür wurden einerseits für die Erhebung der Kommunikations- und Disseminationsfortschritte Key Performance Indicators (KPI) definiert (siehe 4.2). Andererseits wird der durch champl4.0ns hervorgerufene Impact damit messbar gemacht, indem sowohl die direkte Attribution sowie die Kontribution zu anderen sozioökologischen Änderungen auf internationale Klimaziele, wie die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (UN SDGs) oder den Europäischen Grünen Deal evaluiert werden.

Für die Wirkungserhebung, also die Evaluierung des Betrages zu den UN SDGs oder dem Europäischen Grünen Deal, werden vor allem Expert:innen-Interviews eingesetzt. Hierzu werden Expert:innen im Projektteam, sowie Expert:innen im Ökosystem Holzwirtschaft befragt. Mithilfe der Informationen aus den Expert:innen-Interviews werden SMART (specific, measurable, attainable, relevant and timebound) Goals definiert, die mit dem Projekt angestrebt werden. Im champl4.0ns Projekt werden zur Erreichung der SMART Goals (i) humane und finanzielle Ressourcen, sowie Know-How investiert (Input), (ii) Reports und öffentliche Informationsmaterialien generiert (Output), Awareness und Interesse angeregt (Outcomes) wodurch dann der größere (wissenschaftliche, gesellschaftliche und ökonomische) Impact erreicht wird (Verhaltensänderung, Ressourceneffizienz).

Dieser Impact wird im Rahmen des Projektes mitverfolgt durch Befragungen der Projektbeteiligten. Es wird erhoben bzw. abgeschätzt wie groß die Ressourceneinsparung oder die Verhaltensänderung durch champl4.0ns ist. Es ist zu erwarten, dass sich der Impact auch nach Projektende weiterentwickeln wird.

5.2 Key Performance Indicators (KPIs)

Um den Fortschritt der Kommunikations- und Disseminationsaktivitäten zu evaluieren, hat das Konsortium Key Performance Indicators (KPIs) definiert, die den gesamten Projektzyklus hindurch als Indikator für den Erfolg der Maßnahmen gelten.

Tabelle 2 - Kommunikationsmaßnahmen, Leistungsindikatoren und Zielgrößen

Maßnahme	Leistungsindikatoren	Zielgröße
Veranstaltungen (Teilnahme von champl4.0ns)	Anzahl der Veranstaltungen	30-35
Veranstaltungen (organisiert von champl4.0ns)	Anzahl der Veranstaltungen	10-15
	Anzahl der Teilnehmer:innen pro Veranstaltung	>20

Website	Anzahl der Besucher:innen (Monatsdurchschnitt)	150
Artikel, Blogbeiträge	Anzahl pro Jahr	8-12
Druckmaterialien	Anzahl gedruckt oder verteilt	1.500
Soziale Medien	Größe der Community am Ende des Projekts	<1000 (Twitter, LinkedIn), <250 (YouTube)
	Anzahl von Aufrufen (Monatsdurchschnitt)	<300
Newsletter	Anzahl von Newsletter-Ausgaben	≥12
	Anzahl von Newsletter-Abonent:innen am Projektende	≥500
Pressemitteilungen	Anzahl der Aussendungen zu Projektende	≥6

Das Monitoring erfolgt monatlich, eine Berichterstattung erfolgt jährlich in Form eines Kommunikations-, Disseminations- und Verwertungsberichts (M12, M24, M36, M48). Ergänzend zu den integrierten Reporting-Tools von Website und Sozialen Medien, wird eine kontinuierliche Berichterstattung in Form von Excel-Tabellen geführt, um laufende Aktivitäten und deren quantitative Wirkung einordnen zu können. Erfasst werden alle kommunikativen Maßnahmen sowie die veröffentlichten wissenschaftlichen Publikationen.

5.3 Berichtswesen

champl4.0ns verfolgt sowohl intern als auch gegenüber den Fördergebern und der Community eine proaktive Berichterstattung. So werden die öffentlichen Deliverables auf der Website publiziert und in Form von diversen Kommunikationsaktivitäten weiterverarbeitet. Die jährlichen Berichte aus AP10 sammeln, analysieren und bewerten die Kommunikations- und Disseminationsaktivitäten, die seitens des Konsortiums unternommen wurden. Der finale Bericht in M48 deckt alle Kommunikations- und Disseminationsaktivitäten über die gesamte Projektlaufzeit hinweg ab.

Projektübergreifend werden jährliche Berichte zum Kalenderjahr für den deutschen Fördergeber erstellt, für den österreichischen Fördergeber jährliche Berichte zum Projektjahr. Überdies erfolgt eine fortlaufende Berichterstattung im Zuge des schon erwähnten Lenkungsausschusses.