

# Kommunikation und Verbreitung in Horizon 2020 Projekten

Dr. Astrid Hoebertz, FFG  
Dr. Pamela Zolda, EIBIR

Webinar FFG Akademie, 21. April 2017

Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) ist die zentrale Förderstelle des Bundes für anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung.

Die FFG beheimatet auch alle **Nationalen Kontaktstellen/“NCPs“** zu **HORIZON 2020**.

Astrid Hoebertz ist seit 2004 NCP für Gesundheit/ Life Sciences in den EU-Programmen und seit vielen Jahren Trainerin in der FFG Akademie, Fokus Antragstellertrainings.



# ZIELE DES WEBINARS



- Überblick und Awareness zu „Kommunikation und Verbreitung in Horizon 2020 Projekten“
  - ⇒ wichtiges Hintergrundwissen
  - ⇒ was wird im Projektantrag verlangt und wie gehen Sie es an?
  - ⇒ was ist während der Projektabwicklung zu beachten?
  - ⇒ welche Unterstützung gibt es in Österreich und von der EU?
  - ⇒ konkrete Beispiele und Best Practice

## NICHT-ZIELE:

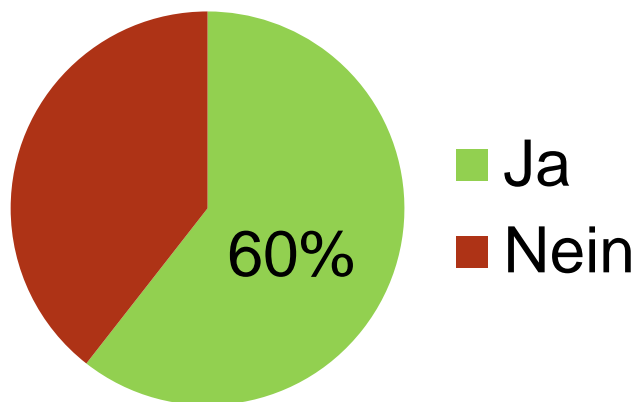
- Verwertung/Exploitation im Projekt und im Antrag
- detaillierte programmspezifische thematische Erfahrungen => kontaktieren Sie Ihre/n zuständige/n NCP!

<https://www.ffg.at/europa/ncp>

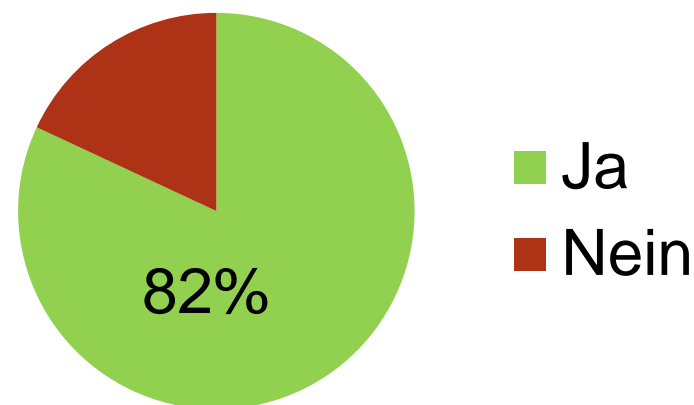
# STATISTIKEN TEILNEHMERINNEN



Sind Sie bereits an einem erfolgreichen Horizon 2020 Projekt beteiligt?



Planen Sie in nächster Zeit eine Horizon 2020 Projekteinreichung?



- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt, und wie gehen Sie es an?
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?

- **Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?**
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt, und wie gehen Sie es an?
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?



## HORIZON 2020 – SICHT DER EC

- Forschungs und Innovationsprogramm aus öffentlichen Geldern => neues Wissen, neue Produkte, neue Services
- Europäische Projekte ermöglichen Nutzen für die Gesellschaft und für Europa
- auch Grundlage für zukünftige Programmentscheidungen
- **Kommunikation und Verbreitung der Projekte und der Ergebnisse essentiell und verpflichtend!**





## SICHT DES KONSORTIUMS

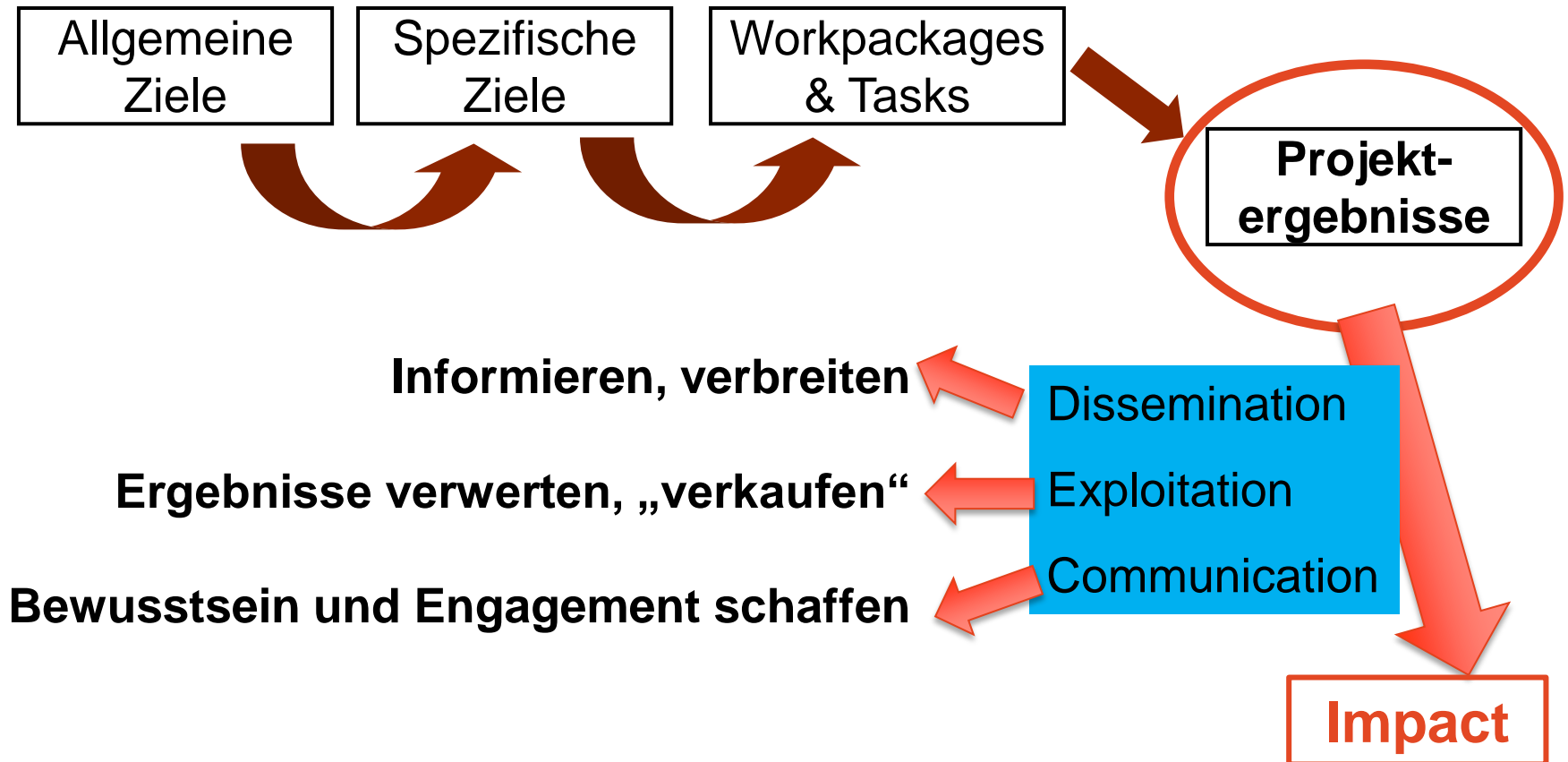
- relevante Stakeholder sollen Interesse zeigen und sich engagieren
- Sichtbarkeit für Ihr Projekt und für Ihr Konsortium auf nationalen und internationalem Level
- Investition in die Zukunft => neue Projekte, neue Kollaborationen, neue Geschäftspartner, Investoren
- Nachfrage/Markt nach Ihren Ergebnissen herstellen



# PROJEKTERGEBNISSE SIND ZENTRAL



FFG



- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- **Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020**
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt, und wie gehen Sie es an?
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?

# DEFINITIONEN LAUT „RULES FOR PARTICIPATION“



## Dissemination

- **„public disclosure** of the results by any appropriate means *(other than resulting from protecting or exploiting the results)*, including by scientific publications in any medium“

## Exploitation

- **use of results in further research activities** other than those covered by the action concerned, or in developing, creating and marketing a product of process, or in creating and providing a service, or in standardization activities

# DEFINITIONEN LAUT „EC GRANT AGREEMENT“



Communication	Dissemination
About the <b>project</b> and <b>results</b>	About <b>results only</b>
<b>Multiple audiences</b> <i>Beyond the project's own community (include the media and the public)</i>	<b>Audiences that may use the results</b> in their own work <i>e.g. peers (scientific or the project's own community), industry and other commercial actors, professional organisations, policymakers</i>
<b>Inform</b> and <b>reach out to society</b> , show the benefits of research	<b>Enable use</b> and <b>uptake</b> of results
Grant Agreement art. <b>38.1</b>	Grant Agreement art. <b>29</b>



# „EIGENE“ DEFINITIONEN

## Dissemination

- auf das Projekt **zugeschnittene, zielgruppen-orientierte Verbreitung der Projektergebnisse** im Einklang mit der IPR-Strategie des Projektes
- Maßnahmen und deren Zweck pro Zielgruppe darstellen
- unterstützt Erreichen der geplanten Projektwirkung (= Impact)

## Communication

- **Öffentlichkeitsarbeit** zur Bewerbung des Projektes und der Projektergebnisse auch in der breiteren Öffentlichkeit

- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- **Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt, und wie gehen Sie es an?**
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?

# ANTRAGSSTRUKTUR – WO SPIELT ES EINE ROLLE?

## Beispiel: Proposal-Template für Research and Innovation Action

1. Excellence

### 2. Impact

2.1 Expected impacts

#### 2.2 Measures to maximise impact

a) Dissemination and exploitation of results

b) Communication activities

### 3. Implementation

#### 3.1. Workplan and Workpackages

=> eigenes WP zu Dissemination & Exploitation & Communication

#### 3.2 Management structure and procedures

=> Managementtätigkeiten einplanen

#### 3.4 Ressources to be committed

=> Kosten für diese Aktivitäten nicht vergessen!

4. Konsortium

5. Ethics

Nahezu identisch in den meisten H2020 Programmen!!

## 2.2 Measures to maximise impact

### a) **Dissemination and Exploitation of Results**

- draft „plan for the dissemination and exploitation of the projects' results“
- Show how the proposed measures will help to achieve the expected impacts of the project
- „Include a business plan where relevant“
- Management of research data
- Strategy for knowledge management and protection

### b) **Communication activities**

- proposed communication measures for promoting the project and its findings during the period of the grant



# VORGEHENSWEISE: DISSEMINATION – DIE WICHTIGSTEN ELEMENTE

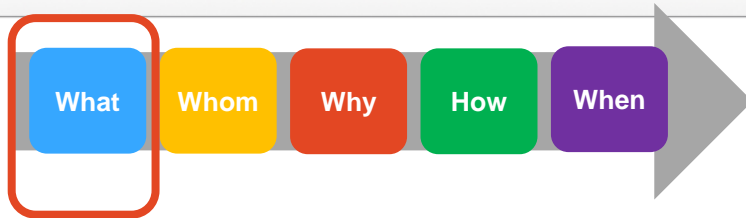


FFG



- **Was** ist das Ergebnis?
- **Wem/Welcher Zielgruppe** nutzt es?
- **Warum** relevant für diese Zielgruppe?
- **Wie** erreichen Sie die Zielgruppe?
- **Wann, und welche konkreten Schritte** setzt das Projekt, um diese Zielgruppen zu adressieren?

# DISSEMINATION – WICHTIGSTE ELEMENTE

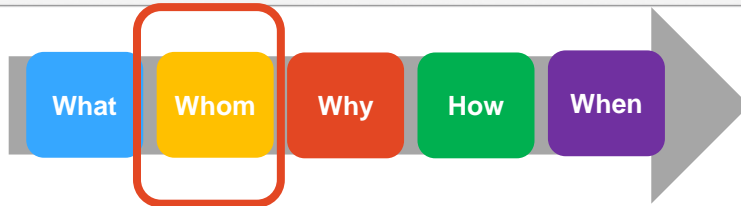


## Was ist das Ergebnis?

### Wichtige Fragen:

- Welche Ergebnisse sollen verbreitet werden?
- Zwischen- und Endergebnisse beachten
- Abgrenzung zu Ergebnissen, die zuerst geschützt werden müssen
- Was will das Konsortium damit erreichen?

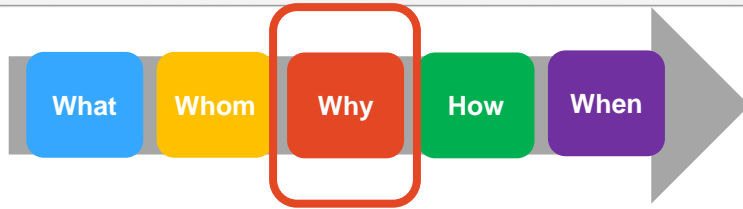
# DISSEMINATION – WICHTIGSTE ELEMENTE



## Wem/Welcher Zielgruppe nutzt es?

- Auswahl der richtigen Stakeholder essentiell für den Erfolg des Projektes => jede/r, für den/die das Projektergebnis potentiell relevant sein könnte!!
- **Beispiele:**
  - ForscherInnen / Scientific community
  - Kunden oder andere Firmen
  - End-user
  - Politik / Ministerien /Entscheidungsträger...
  - Investoren
  - Patienten oder Patientenverbände
  - Schüler/Studenten
  - weitere MultiplikatorInnen
  - ....

# DISSEMINATION – WICHTIGSTE ELEMENTE

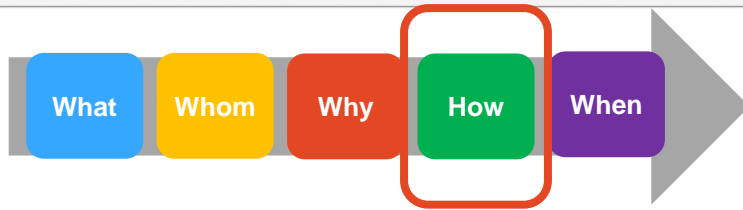


**Warum relevant für diese Zielgruppe? Wirkung**

## **Wichtige Frage**

- Welchen Nutzen/Zweck hat jede der Zielgruppen von den Ergebnissen?

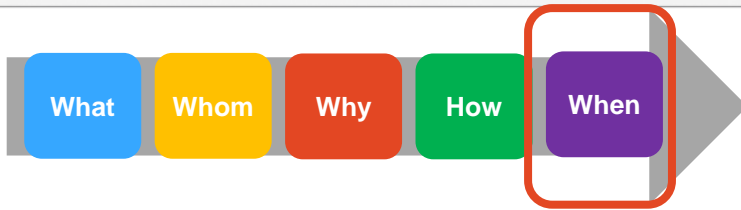
# DISSEMINATION – WICHTIGSTE ELEMENTE



## Wie erreichen Sie diese Zielgruppen?

- Maßnahmen individuell auf bestimmte Zielgruppen maßschneidern
- **Beispiele:**
  - Scientific peer-reviewed publications, Poster, Vorträge
  - Berichte, Webseite, Artikel, Newsletter, Pressemitteilungen
  - Konferenzen, Round Tables, Workshops
  - User-Days, Open Days, Demonstrationen von Prototypen
  - Policy Briefs
  - ....
- Zielgruppen auch evtl. als ExpertInnen ins Projekt einbinden, z.B. in Advisory Board, Interest Groups,.....

# DISSEMINATION – WICHTIGSTE ELEMENTE



## Wann, und welche konkreten Schritte setzt das Projekt, um diese Zielgruppen zu adressieren?

- von Beginn an, **und** während des gesamten Projektes!
- „*Draft-Plan for Dissemination & Exploitation*“ bereits im Antrag, wird kontinuierlich angepasst im Projektverlauf und auch „reported“
- Deliverables dafür einplanen!!

# BEISPIEL IM ANTRAG: TABELLE DER ERGEBNISSE

<b>Results</b>	<b>Lead users</b>	<b>Importance for user</b>	<b>Dissemination Activity</b>	<b>Exploitation Activity</b>

- Tabelle kann flexibel angepasst werden....:
  - z.B. getrennte Tabellen für Dissemination und Exploitation
  - oder inkl. Zeitpunkte
  - oder inkl. quantifizierbaren Indikatoren
  - oder....



- Promotion des **Projektes**, des Konsortiums, der Aktivitäten (*≠ Dissemination => Fokus auf Ergebnisse!*)
- **ähnliche Vorgehensweise** wie bei Dissemination mit Fokus auf **Projekt als Ganzes!**
- „targeted to **multiple** audiences“ => inkl. Öffentlichkeit und Nicht-Spezialisten, Impact für die Gesellschaft
- **Zielgruppenspezifisch** und „Größe“ des Projektes entsprechend
- kann auch als Tabelle gestaltet werden wie bei Dissemination!



## Beispiele (1)

- Webseite – für verschiedene Zielgruppen gestaltet
- PR-Material (Flyer, Präsentationen, Videos)
- Pressemitteilungen
- Veranstaltungen (Konferenzbeiträge, Messestände)
- Social Media Strategie
- Kommunikationskanäle der EC selbst nutzen (Cordis, Zeitschriften etc.)
- .....

## Beispiele (2)

- es gibt eigene EU-Projekte/CSAs zur Kommunikation von Projektergebnissen (Bsp: ERC Comics)
  - => Webcomics for ERC-funded science communication
- ERC: Blogs
- Marie Skłodowska-Curie Maßnahmen:
  - Public Engagement sehr wichtig => Post Doc Fellows „Marie Curie Ambassadors“ => Schulen, Kinderuni, Open Days, Teilnahme an Researchers Night, etc.



## Vorschläge der EC aus dem Annotated Model Grant Agreement

- *a press release for the general public at the start of the action*
- *an interview in the local radio station after a major achievement of the action*
- *an event in a shopping mall that shows how the outcomes of the action are relevant to our everyday lives*
- *organising local workshops about the action, targeted at audiences for which the action is of interest*
- *producing a brochure to explain the action's work to school or university students to show how interesting this specific research topic can be*

# WORAUF ACHTEN EVALUATORINNEN? BEISPIEL POSITIVE ZITATE



- ✓ *“The top level dissemination strategy is well structured, using communication channels specially selected for every identified target audience.”*
- ✓ *“The dissemination plan is appropriate. The communication of the project and research data management has been adequately covered. Beside standard techniques (brochures, flyer, press releases, film, and newsletters social media) they will include creation and management of a main stakeholders list, initiatives from EC programs and standardization bodies, national policy making organizations.....”*

# WORAUF ACHTEN EVALUATORINNEN? BEISPIEL **NEGATIVE** ZITATE



- *„The proposed approach for dissemination is not presented in sufficient detail: the proposal does not adequately identify target communities, journals and events. “*
- *“The dissemination and exploitation plans of the project results are rather abstract and not sufficiently described. They foresee insufficient resources and have no clear targets to support the intended impact. “*
- *“Dissemination plans fail to identify concrete scientific conferences, journals or business events where publications and public dissemination activities will take place.”*
- *„the dissemination strategy does not adequately foster industrial participation.“*

- Dissemination und Exploitation **auf „Standardmaßnahmen“ beschränkt** (Poster, Paper, Conference, Website, Leaflet)
- **zu allgemein, nicht zielgruppenspezifisch, nicht länderspezifisch**
- **nicht auf Ihr Projekt zugeschnitten** – sondern nur copy/paste aus alten Anträgen, oder Standardtexte
- **gleiche Texte** bei Communication und Dissemination
- Tätigkeiten im Impactkapitel finden sich nicht im Workpackage wieder und vice versa
- **keine Ressourcen** (Personal und Kosten) eingeplant
- **„focus on media before message“**

- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt, und wie gehen Sie es an?
- **Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag**
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?

## Obligation to disseminate results

- each beneficiary **MUST** - as soon as possible - ‘disseminate’ its results by disclosing them to the public by appropriate means (other than those resulting from protecting or exploiting the results), including in scientific publications (in any medium).
- A beneficiary that intends to disseminate its results must give **advance notice** to the other beneficiaries of (unless agreed otherwise) **at least 45 days**
- Any other beneficiary may **object** within (unless agreed otherwise) **30 days** of receiving notification
- any dissemination of results must:
  - (a) display the EU emblem and (b) include the following text:  
“This project has received funding from the [European Union’s Horizon 2020 research and innovation programme][Euratom research and training programme 2014-2018] under grant agreement No [Number]”.



## Obligation to promote the action and its results

- The beneficiaries **must promote the action and its results**, by providing **targeted** information to **multiple audiences** (including the media and the public) **in a strategic and effective manner**.
- Before engaging in a communication activity expected to have a **major media impact**, the beneficiaries **must inform** the [Commission][Agency]
- any communication activity related to the action (including in electronic form, via social media, etc.) and any infrastructure, equipment and major results funded by the grant must:
  - (a) display the EU emblem and (b) include the following text:  
“This project has received funding from the [European Union’s Horizon 2020 research and innovation programme][Euratom research and training programme 2014-2018] under grant agreement No [Number]”.

- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt?
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- **Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten**
- Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?

# Erfahrungen aus der Praxis

**Pamela Zolda**

European Institute for Biomedical Imaging Research (EIBIR)

[www.eibir.org](http://www.eibir.org)

## Zur Person...

- Studium der Ökologie in Wien
- 8 Jahre als Assistentin an der Universität Wien (Forschung und Lehre)
- seit 2009 Senior Research Manager in der internationalen Forschungsorganisation EIBIR
  
- Unterstützung europäischer Konsortien bei der Umsetzung von FP7 und H2020 Projekten.
- Antragserstellung
- Projektmanagement
- Kommunikation mit Stakeholdern und Verbreitung der Projektergebnisse
- Lead der entsprechenden Arbeitspakete in drei H2020 Projekten aus den Bereichen HEALTH und ICT



- Vorstellung EIBIR
- Erfahrungen aus der Praxis
  - Dissemination und Communication im Antrag
  - Dissemination und Communication im Projekt
- Wrap up

## **European Institute for Biomedical Imaging Research (EIBIR)**

- Non Profit GmbH mit Sitz in Wien
- Gegründet von der Europäischen Gesellschaft für Radiologie (2006)

## **Mission**

Coordinate research in, and innovation of, biomedical imaging technologies within Europe and support the dissemination of knowledge with the ultimate goal of improving prevention, detection, diagnosis and treatment of disease.

## General Meeting

**Chair: Prof. Paul Parizel**

ESR, CIRSE, COCIR, EANM,  
EFOMP, EFRS, EORTC, ESMI,  
ESMRMB, ESPR, ESTRO,  
EuSoMII

## Industry Panel

**Chair: Prof. Gabriel Krestin**

Bayer Healthcare, Bracco  
GE Healthcare, Philips  
Siemens, Barco, 6 SMEs



**EIBIR  
Office**

## Scientific Advisory Board





**Chair: Prof. Gabriel Krestin**

Shareholder representatives  
Initiative Directors  
Regular Members

## Members Network

139 Members in 24 countries

# EIBIR's H2020 track record

HYPMED	CoSTREAM	LUCA	GLINT
<b>Digital Hybrid Breast PET/MRI for Enhanced Diagnosis of Breast Cancer</b>	<b>Common mechanisms in stroke &amp; Alzheimer's Disease</b>	<b>Laser and Ultrasound Co-Analyzer for thyroid nodules</b>	<b>GlucoCEST imaging of neoplastic tumours</b>
Funding: €5.8m	Funding: €5.1m	Funding: €3.6m	Funding: €6.4m
10 partners, 4 countries.	11 partners, 7 countries.	8 partners, 5 countries.	8 partners, 7 countries.
 <b>HYPMED</b> <small>FINDING BREAST CANCER. SAVING LIVES.</small>	 <b>CoSTREAM</b> <small>UNDERSTANDING STROKE AND ALZHEIMER</small>		
EURO-CAS	SOLUS	MEDIRAD	
<b>EU eHealth Interoperability Conformity Assessment Scheme</b>	<b>Smart Optical and UltraSound diagnostics of breast cancer</b>	<b>Implications of Medical Low Dose Radiation Exposure</b>	
Funding: €900k	Funding: €3.8m	Funding: € 10m	
16 partners, 12 countries.	9 partners, 5 countries.	34, partners, 14 countries	



- Eigenes WP für Dissemination

*NB: Genug Budget dafür einplanen -> Person in charge ist wichtig*

- Dissemination Plan

*NB: End users kennen und deren Zahlen realistisch einschätzen*

*NB: nicht alle Aktivitäten sind für alle end user geeignet*

*NB: Multiplikatoren finden (Gesellschaften, Verbände, Patientenorganisationen, Charities,...)*

- Dissemination WP mit Section 2.2 abgleichen (oft unterschiedliche Autoren)

## WP Dissemination

- läuft vom Start bis zum Ende des Projekts

*NB: Ideen, wie man Ergebnisse auch nach Projektende verbreiten kann*

- Deliverables

**D7.1:** Communication and dissemination plan (EIBIR, M3)

*NB: Living document mit regelmäßigen updates*

**D7.2:** Visual identity and online presence (EIBIR, M4)

**D7.3:** Interim report on Dissemination activities (EIBIR, M27)

**D7.4:** Final report on Dissemination activities (EIBIR, M54)

**D7.5:** End user Workshop (EIBIR, M52)

Target group/size	How they will be reached....
<b>Research community/ 50.000</b>	Dissemination material of project-related information Booth at e.g. European Congress of Radiology Scientific publications in peer-reviewed journals Organisations to be approached: European Society of Radiology (ESR), Radiological Society of North America (RSNA), Newsletters/fact sheets and promotional material Website and Social Media: ResearchGate & LinkedIn
<b>Clinical community/ 15.000</b>	Scientific publications in peer-reviewed journals Project-related scientific presentations (oral, posters) at medical conferences
<b>Industry 60 companies</b>	Inclusion in the External Advisory Board Meetings with industry representatives at large medical or technical conferences (e.g. European Congress of Radiology, EANM congress) Dedicated section on the HYPMED website
<b>Healthcare authorities, insurance providers/ 20 organisation</b>	Personal invitations to presentations at meetings and conferences
<b>Patients/ 20.000</b>	Tailored newsletters and promotional material Website Participation in International Day of Radiology campaign. Social media: FaceBook & Twitter
<b>Patient organisations/ 15 organisations</b>	Inclusion in the Advisory Board Tailored promotional material Invitations to presentations at meetings and conferences and a patient

## 2.2.2 Communication activities

This section focuses on communication activities aimed at the wider scientific target audience, the general public, patient groups, and other stakeholders with a potential interest in the project results with the aim to raise awareness of the project, the consortium partners involved and the project progress and results.

### **Project CI, website and online presence**

...

### **Contact database**

...

### **Press Relations**

...

### **Awareness Campaigns**

...

### **Social Media**

...

**First steps:** Logo, Website, Corporate Identity, start stakeholder database



## LATEST NEWS

### Watch Online - HYPMED Project



Watch EIBIR Scientific Coordinator, Christiane Kuhl, present the HYPMED project during the European Congress of Radiology 2017 in Vienna.

### Breast cancer detection in 2020



Scientific coordinator of the HYPMED Project, Christiane Kuhl, was recently interviewed by the German Radiological Society about the future of breast cancer screening, the role of MRI and her current research work, including the HYPMED project.

### ECR 2017



Scientific coordinator of the HYPMED project, Christiane Kuhl, will be presenting as part of a special EIBIR Session on EU-funded cancer imaging research at ECR 2017 next March.

## Dissemination Material

- Factsheet
- Newsletters (1/Jahr)
- Roll ups
- USB Stick mit Projektinformation

## Broschüren

*NB: Eigene Broschüren für Patienten (mehrsprachig; nur Info darüber, was tatsächlich für den Patienten erreicht werden kann; einfache Sprache)*



## Repräsentanz auf Kongressen



## End User Workshop

### WORKSHOP

INNOVATIONS FOR DIAGNOSTIC IMAGING  
AND MINIMALLY INVASIVE TREATMENT:  
*READY FOR THE MARKET*

FRIDAY MAY 26<sup>TH</sup> 10:00 – 12:00

- 10:00 New frontiers in the diagnosis and treatment concepts for GIST – the MITIGATE project  
*S. Schönberg*
- 10:20 A robotic system for image guided needle placement  
*A. Rothfuss*
- 10:35 NeoBOMB1: an example of theragnostic approach within MITIGATE  
*M. Mauriani*
- 11:00 A <sup>23</sup>Na <sup>1</sup>H abdomen coil array for 3T MRI  
*F. Resmer*
- 11:15 Discussion

The MITIGATE project developed new protocols and guidelines to effectively diagnose and treat patients with metastatic GIST resistant to current treatment.

MITIGATE receives funding from the European Community's Seventh Framework Programme (FP7/2007-2013) under Grant Agreement no 602306.





- **Social Media**

*NB: Nutzung von "großen Brüdern" zB. Twitter Account der Universität, etc.*



- Dissemination & Communication ist arbeitsintensiv
- Kreativität gefragt—*sei merkwürdig*
- Anpassung an Wissensstand der Empfänger—*walk in their shoes*
- Einbindung aller Projektpartner wichtig (*reminders, reminders, reminders*)
- Aufbau eines Projektnetzwerks aber auch Nutzung von vorhandenen Netzwerken wichtig



EUROPEAN INSTITUTE  
FOR BIOMEDICAL  
IMAGING RESEARCH



EUROPEAN INSTITUTE  
FOR BIOMEDICAL  
IMAGING RESEARCH

[HOME](#)

[ABOUT](#)

[SERVICES](#)

[NEWS](#)

[MEMBERS](#)

[ACTIVITIES](#)

[FUNDING](#)

[PROJECTS](#)



Your no. 1 partner  
in managing your biomedical  
research projects



Search

[www.eibir.org](http://www.eibir.org)

- Warum ist „Kommunikation und Verbreitung“ wichtig?
- Definition von „Kommunikation und Verbreitung“ im Rahmen von Horizon 2020
- Antragsphase: Was wird im Antrag verlangt?
- Projektphase: Vorgaben der Europäischen Kommission (EC) laut Vertrag
- Praxis: Beispiele und „Best practice“ aus erfolgreichen Projekten
- **Welchen nationalen und europäischen Support gibt es für Sie?**

## Anleitung zur Ausarbeitung des Impact-Kapitels in Horizon 2020-Projektanträgen

[https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/service/impact\\_beratungsunterlage\\_final.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/service/impact_beratungsunterlage_final.pdf)

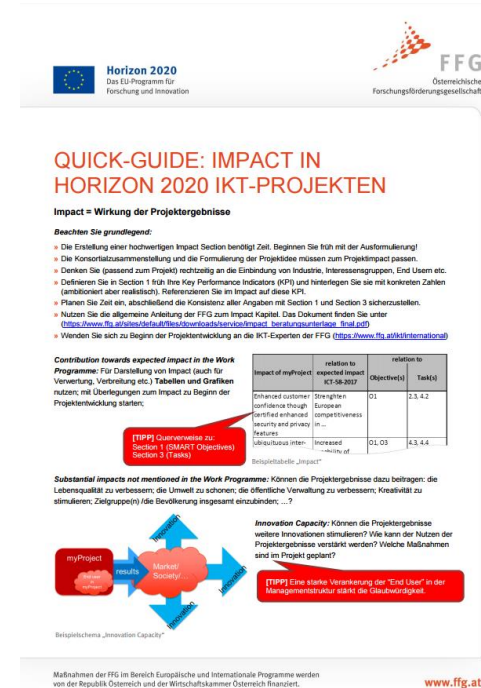


### Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	3
2	Schritt für Schritt – welche Kapitel müssen im Impact beschrieben werden? .....	5
2.1	Bezug zum Ausschreibungsthema – der „Expected Impact“ .....	5
2.2	Innovation - Innovation Capacity – Innovation Potential .....	6
2.3	Gesellschaftlicher und umweltrelevanter Impact - Societal & Environmental Impact .....	7
2.4	Barriers and Obstacles – mögliche Hindernisse und Schwierigkeiten .....	9
2.5	Dissemination .....	9
2.6	Verwertung und Nutzung - Exploitation .....	11
2.7	Business Pläne und Beschreibung von Unternehmen .....	12
2.8	Communication .....	14
2.9	Knowledge management & Protection: Intellectual Property (IP) & Regulatory Issues .....	16
2.10	Open Access to Publications (OA) .....	18
2.11	Open Access to Research Data (ORD) .....	19

## Quick Guide: Impact in Horizon 2020 IKT-Projekten

[https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/call/quick-guide\\_impact\\_ict.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/call/quick-guide_impact_ict.pdf)



**Horizon 2020**  
Das EU-Programm für  
Forschung und Innovation

**FFG**  
Österreichische  
Forschungsförderungsgesellschaft

### QUICK-GUIDE: IMPACT IN HORIZON 2020 IKT-PROJEKTEN

**Impact = Wirkung der Projektergebnisse**

**Beachten Sie grundlegend:**

- Die Erstellung einer hochwertigen Impact Section benötigt Zeit. Beginnen Sie früh mit der Ausformulierung!
- Die Konsortialzusammensetzung und die Formulierung der Projektziele müssen zum Projektimpact passen.
- Denken Sie passend zum Projekt rechtzeitig an die Einbindung von Industrie, Interessensgruppen, End User etc.
- Definieren Sie in Section 1 fünf Ihre Key Performance Indicators (KPI) und hinterlegen Sie sie mit konkreten Zahlen (ambitioniert aber realistisch). Referenzieren Sie im Impact auf diese KPI.
- Planen Sie Zeit ein, abschließend die Konsistenz aller Angaben mit Section 1 und Section 3 sicherzustellen.
- Nutzen Sie die allgemeine Anleitung der FFG zum Impact Kapitel. Das Dokument finden Sie unter [https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/service/impact\\_beratungsunterlage\\_final.pdf](https://www.ffg.at/sites/default/files/downloads/service/impact_beratungsunterlage_final.pdf)
- Wenden Sie sich zu Beginn der Projektentwicklung an die IKT-Experten der FFG (<https://www.ffg.at/ikt/international>)

**Contribution towards expected impact in the Work Programme:** Für Darstellung von Impact (such for Verwendung, Verteilung etc.) Tabellen und Grafiken nutzen; mit Überlegungen zum Impact zu Beginn der Projektentwicklung starten;

Impact of my project	relation to expected impact ICT 5th 2017	relation to Objective(s)	Task(s)
Enhanced customer confidence through certified enhanced security and privacy features	Strengthen European competitiveness in ...	01	2.3.4.2
Advanced research in ...	Increase ...	01.03	4.3.4.4

**[TIPP] Querverweise zu:**  
Section 1 (SMART Objectives)  
Section 3 (Tasks)  
Beispielcode: „impact“

**Substantial impacts not mentioned in the Work Programme:** Können die Projektergebnisse dazu beitragen: die Lebensqualität zu verbessern; die Umwelt zu schonen; die öffentliche Verwaltung zu verbessern; Kreativität zu stimulieren; Zielgruppe(n) (die Bevölkerung insgesamt einzubinden; ...?

**Innovation Capacity:** Können die Projektergebnisse weitere Innovationen stimulieren? Wie kann der Nutzen der Projektergebnisse verstärkt werden? Welche Maßnahmen sind im Projekt geplant?

**[TIPP] Eine starke Verankerung der „End User“ in der Managementstruktur stärkt die Geschäftsträgbarkeit**

Beispielcode: „Innovation Capacity“

Maßnahmen der FFG im Bereich Europäische und Internationale Programme werden von der Republik Österreich und der Wirtschaftskammer Österreich finanziert.

[www.ffg.at](http://www.ffg.at)

- **Horizon 2020 Online Manual**
  - **Communicating your project**  
[http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/communication\\_en.htm](http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/communication_en.htm)
  - **Acknowledging EU funding**  
[http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/acknowledge-funding\\_en.htm](http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/acknowledge-funding_en.htm)
- **Annotated Grant Agreement**  
[http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants\\_manual/amga/h2020-amga\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/amga/h2020-amga_en.pdf)
- **Brochure "Communicating EU Research & Innovation"**  
[http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/communication\\_en.htm](http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/grants/grant-management/communication_en.htm)
- **The EU Guide to Science Communication – videos**  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLvpwljZTs-Lhe0wu6uy8gr7JFfmv8EZuH>
- **ERC Tipps for Communication**  
<https://erc.europa.eu/managing-your-project/communicating-your-research>



# FFG KONTAKT



Dr. Astrid Hoebertz

Nationale Kontaktstelle Gesundheit und Trainerin FFG Akademie

[astrid.hoebertz@ffg.at](mailto:astrid.hoebertz@ffg.at)

Telefon 05 7755 4104

**FFG – NATIONALE KONTAKTSTELLEN**

<https://www.ffg.at/europa/ncp>

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT



FFG





## **Urheberrechtshinweis / Haftungsausschluss**

Sämtliche Texte, Grafiken und Bilder unterliegen dem Urheberrecht. Eine auch nur auszugsweise Verwendung ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Österr. Forschungsförderungsgesellschaft mbH zulässig. Es wird keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Angaben übernommen. Jede Haftung für Schäden, die durch Nutzung oder Nichtnutzung der dargestellten Informationen oder durch fehlerhafte oder unvollständige Informationen verursacht wurden, ist ausgeschlossen.