**Anlage 4** Mediakonzeption

zum Antrag auf Förderung für das Welcome Center

**Mediakonzeption für FP3**

Bitte beachten Sie bei der Erarbeitung der Mediakonzeption folgende Kommunikationsprinzipien für eine zielgruppenspezifische Kommunikation.

Webseite

Die Welcome Center sollen:

* eine eigene Webseite aufbauen.
* bei der Gestaltung ihrer Webseiten durchgehend das Prinzip der menschenzentrierten Kommunikation umsetzen/berücksichtigen und dabei den inhomogenen Bedarfen der beiden Zielgruppen (Unternehmen, insbesondere KMU, und iFk) Rechnung tragen.
* die Informationen auf der Webseite in einfacher Sprache und in mindestens zwei Sprachfassungen (deutsch/englisch) anzubieten und dabei auf leichte Pflegbarkeit zu achten.
* ein leicht bedienbares Terminvereinbarungs- und Veranstaltungsmanagementtool auf der Webseite integrieren.
* optionale Abfragefunktionen bei den Terminvereinbarungs- und Veranstaltungsmanagementtools einfügen, um die Effizienz bei der Erhebung der Ergebnismonitoringdaten zu steigern.
* die Auffindbarkeit ihrer Webseiten durch systematische Suchmaschinenoptimierung verbessern.
* im Sinne der Qualitätssicherung und der Wiedererkennung der Welcome Center als Mitglieder eines landesweiten Netzwerks auf allen Webseiten gemeinsam abgestimmte Textbausteine insbesondere für zentrale Informationen nutzen.

Social Media

Die Welcome Center sollen:

* die Ansprachewege über Social Media gezielt und systematisch nutzen, z.B auf Social Media Plattformen wie z.B. Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, Xing etc. präsent sein und ihre Zielgruppen ansprechen.
* ihr Knowhow bezüglich der Nutzung von Social Media zur gezielten individuellen Ansprache ihrer Zielgruppen kontinuierlich erweitern und professionalisieren

Bitte erläutern Sie auf **maximal zehn Seiten** folgende Fragen und gehen Sie dabei nach Maßgabe des Aufrufs insbesondere auf die Ziele nach Ziffer 4.5 ein.

(a.) Maßnahmen

* Welche Maßnahmen sollen in Bezug auf die neu zu entwickelnde Webseite umgesetzt werden, um die Zielgruppen iFK und Unternehmen bestmöglich zu erreichen?
* Welche Ziele sollen durch die einzelnen Maßnahmen konkret erreicht werden?
* Wie soll die Social-Media-Nutzung zur Zielgruppenansprache angelegt werden?
* Wie sollen dadurch Effektivität und Effizienz der Zielgruppenansprache erreicht werden?
* Wie stellen Sie sicher, dass bei den WCC-Mitarbeitenden hinreichende Kompetenzen in Bezug auf Webseitenpflege, Erstellung von audiovisuellen Medien und Social-Media-Beiträgen vorhanden sind?

(b.) Sichtbarkeit und Reichweite

* Wie tragen die beschriebenen Maßnahmen zu einer hohen Sichtbarkeit des WCC in seiner Region sowie zur Sichtbarkeit des Landesprogramms WCC insgesamt bei?
* Inwieweit tragen die beschriebenen Maßnahmen dazu bei, einen Basisstandard zu erfüllen und das Dienstleistungsangebot zielgruppengerecht darzustellen, damit die Wiedererkennbarkeit der Dachmarke gegeben ist und die iFk die Wahrnehmung haben, in ganz Baden-Württemberg willkommen zu sein?
* Wie wird das Angebot des WCC besser in die Fläche der Region getragen als ohne die beschriebenen Maßnahmen?
* Anhand welcher Messgrößen soll die Wirksamkeit der Maßnahmen in Bezug auf die Zielgruppen Unternehmen/KMU, iFk und erreichte Öffentlichkeit gemessen werden?
* Welchen quantitativen Beitrag (vgl. Ziffer 6 h des Aufrufs) sollen die Maßnahmen (vgl. Ziffer 7.3 b des Aufrufs) zu einer hinreichenden Erreichung und Bedienung der Zielgruppen des WCC leisten?

(c.) Beitrag zur Weiterentwicklung des Landesprogramms

* Inwieweit tragen die beschriebenen Maßnahmen zu einem einheitlichen Qualitätsstandard innerhalb des Landesprogramms WCC BW bei?
* Inwieweit erleichtern die beschriebenen Maßnahmen die Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerks der WCC?

(d.) Kosten-Nutzen-Verhältnis, Zeitplan

* Wie wird die Nachhaltigkeit der Maßnahmen sowie das Kosten-Nutzen-Verhältnis bewertet?
* Wie wirken sich die Maßnahmen auf die relevanten Kontakte aus?
* Nach welchem Zeitplan sollen die Maßnahmen umgesetzt werden?