

# Öffentlichkeitsarbeit/ Vernetzung

CC-BY-3.0 AT

- Erstellung von 2 Presseaussendungen zu Decidim.Austria (einmal [primärer Inhalt](#), einmal inhaltlich [eingebettet](#))
- [Präsentationsvideo für Decidim](#) erstellt
- Suche nach Kooperationen/Use-Cases. Erster geplanter Prozess soll im Januar 2022 zur Novellierung des Freiwilligengesetzes starten.
- In vier IGO-Aktuell Newslettern (ca. 1300 Empfänger:innen) kam das Projekt Decidim.Austria vor.
- Die [IGO-Website](#) informierte über das Projekt.
- Bekanntmachen von Decidim in den IGO-Gremien und Bündnis-Gremien, d.h. bei zivilgesellschaftlichen Organisationen.
- Ausführlicher Artikel für [Kommune21](#)
- 12 Blogbeiträge am netidee-Blog
- Social-Media-Einträge der IGO und der Projektverantwortlichen
- Gespräche mit der FFG / Horizon Europe, Donau Uni Krems für evtl. zukünftige Projekte
- Gründung eines sozialen Unternehmens: [mitgestalten Partizipationsbüro GmbH](#) zur Fortführung der Decidim.Austria-Aktivitäten (dafür aufgewendete Zeit wurde nicht im Projekt abgerechnet.)

## Bewertung der Aktivitäten

Da die IGO als Dachverband über ein breites Netzwerk verfügt, war es uns möglich das Projekt und die Plattform in unterschiedlichen Kontexten zu präsentieren und zu verankern.

Die Stakeholder-Prozesse waren wichtig, um die Zielgruppe der Verwaltung noch besser kennen zu lernen und ihr damit als zukünftige Interessent:innen am Produkt Decidim besser begegnen zu können bzw. den Bekanntheitsgrad zu steigern. Trotzdem - das können wir auch an den Social Media-Auftritten von Decidim-Barcelona beobachten - sind die technischen Plattformen oft weniger interessant als die Prozesse, die darauf passieren. D.h. wir haben im vergangenen Jahr eine Basis an Bekanntheit geschaffen, auf der wir aufbauen können. Das gelang über die Website, über konkrete Kontaktaufnahme auf nationaler und internationaler Ebene, allerdings war das Medieninteresse auf die Presseaussendungen und direkte Kontaktaufnahme mit Journalist:innen nicht wirklich hoch. Deswegen haben wir am Ende des Projekts auch keine

Presseausendung mehr gemacht. Bei *Special Interest Medien* (siehe Kommune21) ist allerdings Interesse vorhanden. Besonders wichtig und erfolgreich verlief das Netzwerken auf internationaler Ebene, hier sehen wir auch großes Potenzial. Empfehlung an andere Projekte: Zu Monatsbeginn eine Liste an Kommunikationsmaßnahmen möglichst schon mit Inhalten erstellen, und dann im Laufe des Monats abarbeiten. Konkrete Ziele und Zielgruppen definieren.