Strategisches Kommunikationskonzept der GDI-DE

Aktivitätenplanung

Koordinierungsstelle GDI-DE

[20.04.2020]
Version: [1-0]
Dokumentinformation

<table>
<thead>
<tr>
<th>Bezeichnung</th>
<th>Kommunikationskonzept der GDI-DE</th>
<th>Aktivitätenplanung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Autor</td>
<td>Koordinierungsstelle GDI-DE (Jasmin Rack)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Erstellt am</td>
<td>20.04.2020</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bearbeitungszustand</td>
<td>in Bearbeitung</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Vorgelegt</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>x Abgestimmt</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Dokumentablage
### Änderungsverzeichnis

<table>
<thead>
<tr>
<th>Version</th>
<th>Datum</th>
<th>Änderung</th>
<th>Ersteller</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0.9</td>
<td>20.04.2020</td>
<td>Erstellung Erstentwurf Kommunikationskonzept</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Inhalt

1. Vorbemerkungen .................................................................................................................................. 6
2. Interne Kommunikation und Vorgaben ............................................................................................... 7
3. Externe Kommunikation ....................................................................................................................... 9
   3.1 Print- und Schaumedien ................................................................................................................ 9
   3.2 Online-Medien ............................................................................................................................. 12
   3.3 Presse- und Medienarbeit ........................................................................................................... 15
   3.4 Messen ......................................................................................................................................... 16
   3.5 Kongresse, Tagungen, Workshops ............................................................................................... 17
   3.6 Schulungen ................................................................................................................................... 19
   3.7 Persönliche Kommunikation ........................................................................................................ 20
   3.8 Politische Beratung ...................................................................................................................... 21
1 Vorbemerkungen


## 2 Interne Kommunikation und Vorgaben

<table>
<thead>
<tr>
<th>01.</th>
<th>Corporate Design - Vorgaben</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
<td>Imageverbesserung, Wiedererkennungswert steigern</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>alle externen und internen Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
<td>Die definierten Corporate Design-Vorgaben müssen laufend gepflegt und bei Bedarf auf neue Medien, Vorlagen etc. angewendet werden.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
<td>alle internen und externen Aktivitäten</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
<td>laufend</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
<td>Menge an nicht Corporate Design-gerechten Dokumenten, Veröffentlichungen u. ä.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>02.</th>
<th>Wording-Richtlinie</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
<td>Einheitliches Wording in Deutsch und Englisch</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>alle externen und internen Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
<td>Die Kst. GDI-DE hat deutsche und englische Wording-Vorgaben erarbeitet, die stetig weiterentwickelt werden. Sie sollen bei allen schriftlichen Veröffentlichungen und Dokumenten berücksichtigt werden.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
<td>alle Print- und Online-Medien</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
<td>laufend</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>03.</th>
<th>Bilddatenbank</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
<td>Kurzfristige Bereitstellung von Bilddaten für Print- und Onlinemedien sowie für die Pressearbeit</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### 04. Aktualisierung von Schaubildern und Grafiken

**Ziel**
Imageverbesserung, Wiedererkennungswert steigern

**Zielgruppe**
alle externen und internen Zielgruppen

**Akteur**
Kst. GDI-DE

**Inhalt**

**Begleitende Aktivitäten**
Standard-PowerPoint-Präsentationen

**Zeitpunkt/-raum**
bis Ende 2020

**Evaluation**
-

---

### 05. Standard-PowerPoint-Präsentationen

**Ziel**
Imageverbesserung, Wiedererkennungswert steigern

**Zielgruppe**
alle externen und internen Zielgruppen

**Akteur**
Kst. GDI-DE
### Inhalt

### Begleitende Aktivitäten
Aktualisierung von Schaubildern und Grafiken, Wording-Richtlinie

### Zeitpunkt/-raum
bis Ende 2020

### Evaluation
-

### 06. AG Öffentlichkeitsarbeit

#### Ziel
Steigerung Sichtbarkeit, Imageverbesserung, Nutzung von Synergieeffekten

#### Zielgruppe
alle externen Zielgruppen

#### Akteur
Vertreter des LG GDI-DE, von Kst. GDI-DE und Kontaktstellen GDI-DE

#### Inhalt
Eine Arbeitsgruppe aus Vertretern des LG GDI-DE, Kst. GDI-DE und Kontaktstellen GDI-DE soll eingerichtet werden, um die übergreifenden Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam zu planen. Außerdem soll auch die länderrindividuelle Umsetzung des Kommunikationskonzeptes abgestimmt werden, um Synergieeffekte bestmöglich zu nutzen und die Sichtbarkeit der GDI-DE im Gesamtzusammenhang maximal zu verbessern. Die AG Öffentlichkeitsarbeit prüft zudem die Einbindung externer ÖA-Expertise

#### Begleitende Aktivitäten
-

#### Zeitpunkt/-raum
nach Einrichtung laufend

#### Evaluation
Anzahl der Abstimmungstermine, Ergebnisse der Termine

---

### 3 Externe Kommunikation

#### 3.1 Print- und Schaumedien

### 07. Flyer

#### Ziel
Imagepflege, Steigerung Bekanntheitsgrad und Sichtbarkeit, Interesse wecken, Aufklären/Informieren
<table>
<thead>
<tr>
<th>Zielgruppe</th>
<th>alle externen Zielgruppen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Webseite, Messen, Kongresse, Tagungen und Workshops, Hackathon</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>laufende Bereitstellung/Versand, Aktualisierung einzelner Flyer (Architektur) bis zur INTERGEO (Oktober 2020)</td>
</tr>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>Anzahl der ausgegebenen und bestellten Flyer, persönliches Feedback</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 08. Broschüre „Geodatendienste im Internet - ein Leitfaden“

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Steigerung Sichtbarkeit, Imageverbesserung, Nachwuchsförderung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>Fachkräfte/-nachwuchs, Wissenschaft, Geodaten-Bereitsteller/-nutzer</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Webseite, Messen, Kongresse, Tagungen und Workshops, Hackathon, Referendarschulungen, Hospitationen</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>laufende Bereitstellung/Versand</td>
</tr>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>Anzahl der ausgegebenen und bestellten Flyer, persönliches Feedback</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 09. Poster und Plakate

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Interesse wecken, Bekanntheit steigern, Imageverbesserung, Positionierung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>Besucher von Messen, Kongressen, Tagungen und Workshops</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------</td>
<td>------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Inhalt</td>
<td>Gut sichtbare, attraktive Aufbereitung von jeweils veranstaltungsrelevanten Themen der GDI-DE. Plakate und Poster fallen aufgrund ihres Formates ins Auge und hinterlassen einen bleibenden Eindruck beim Betrachter.</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Messen, Kongresse, Tagungen und Workshops</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>bei Bedarf</td>
</tr>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>persönliches Feedback</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| 10. | Tätigkeitsbericht Vorsitz LG GDI-DE |
| Ziel | Positionierung, Imageverbesserung, Darstellung von Transparenz, Seriosität und Glaubwürdigkeit |
| Zielgruppe | Interessenvertretungen von Wirtschaft und Wissenschaft, Politik, Medien |
| Akteur | Vorsitz LG GDI-DE |
| Begleitende Aktivitäten | Webseite, Pressemitteilung, Twitter |
| Zeitpunkt/ -raum | Vorbereitung/Absprachen: ab 3. Quartal 2020  
Redaktion/Satz/Druck: ab Jan. 2021, danach alle 2 Jahre jeweils ab Oktober  
Veröffentlichung: 2. Quartal 2021, danach alle 2 Jahre im 1. Quartal |
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>Nachfrage, persönliches Feedback, Presse-Clippings, Medienresonanzanalyse, Downloads</td>
</tr>
</tbody>
</table>

3.2 Online-Medien

<table>
<thead>
<tr>
<th>11.</th>
<th>Infosen GDI-DE (Webseite)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ziel</td>
<td>Positionierung, Imageverbesserung, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>alle Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>GDI-DE Wiki, Geoportal.de, Pressemeldung, Newsletter, Twitter, persönliche Kommunikation</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>Relaunch 2. Quartal 2020, danach kontinuierliche Pflege und Aktualisierung</td>
</tr>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>Besucherzahlen, Aufenthaltsdauer, Kontaktaufnahmen über die Homepage</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>12.</th>
<th>Geoportal.de</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ziel</td>
<td>Imageverbesserung, Positionierung</td>
</tr>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>alle Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE, Betrieb GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Inhalt</td>
<td>Das neue Geoportal.de soll kommunikativ begleitet werden, um die Sichtbarkeit weiter zu erhöhen und die Inanspruchnahme durch die Zielgruppen zu fördern. Insbesondere die regelmäßigen Updates sollen entsprechend kommuniziert werden.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### 13. **Newsletter**

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>Ziel</strong></th>
<th>Imageverbesserung, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen, Informationsvermittlung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>alle Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
<td>Der bestehende Newsletter soll künftig als E-Mail-Newsletter erscheinen. Im Zuge der Umstellung auf einen digitalen Newsletter wird auch das Redaktionskonzept überarbeitet, um den Nutzen für den Leser zu optimieren und die Attraktivität des Newsletters zu erhöhen.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Begleitende Aktivitäten**
- Infositen GDI-DE, Geoportal.de, Twitter

**Zeitpunkt/-raum**
- voraussichtlich in 2021

**Evaluation**
- Entwicklung der Abonnenten-Zahlen, persönliches Feedback

---

### 14. **Twitter**

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>Ziel</strong></th>
<th>Imageaufbau, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen, Informationsvermittlung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>alle Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

**Begleitende Aktivitäten**
- Infositen GDI-DE, Geoportal.de, Twitter

**Zeitpunkt/-raum**
- voraussichtlich in 2021

**Evaluation**
- Entwicklung der Abonnenten-Zahlen, persönliches Feedback
### 15. GDI-DE Wiki

**Ziel**
Förderung des interaktiven Dialogs mit den Zielgruppen, Wissensmanagement

**Zielgruppe**
GDI-DE Netzwerk, interessierte Fachkräfte

**Akteur**
Kst. GDI-DE

**Inhalt**
Das GDI-DE Wiki fungiert als zentrales internes Arbeits- und Kommunikationsmedium des GDI-DE Netzwerks und soll in dieser Hinsicht durch begleitende kommunikative Maßnahmen unterstützt werden.

**Begleitende Aktivitäten**
Infoseiten GDI-DE, Newsletter, Twitter

**Zeitpunkt/ -raum**
laufend

**Evaluation**
Entwicklung der angemeldeten Nutzer

### 16. YouTube-Kanal

**Ziel**
Positionierung, Imageverbesserung, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen

**Zielgruppe**
alle Zielgruppen

**Akteur**
Kst. GDI-DE

**Inhalt**

**Begleitende Aktivitäten**
Web-Veranstaltungen, Newsletter, Twitter, Webseite

**Zeitpunkt/ -raum**
en wenn ausreichend veröffentlichtungsfähiges Material vorliegt, voraussichtlich 2021
### 3.3 Presse- und Medienarbeit

<table>
<thead>
<tr>
<th>Nr.</th>
<th>Aktivitätenplanung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
<td>Abonnenten-Zahl, Video-Aufrufe, Likes</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### 17. Pressemittteilungen/-berichte

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Erhöhung der Medienpräsenz, Bekanntheit steigern, Positionierung, Information über Termine und Veranstaltungen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>Medien</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE, Kontaktstellen GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Auswertung der Themenpläne der Medien, Presseverteiler, Bereitstellen von Pressemittteilungen/-berichten im Pressebereich der Infoseiten</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>fortlaufend bei geeigneten Anlässen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
<td>Clippings, Feedback durch Journalisten, Medienresonanzanalyse</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### 18. Beiträge in der Fachpresse

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Bekanntheit steigern, informieren, Imageverbesserung, Positionierung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>Unternehmen und Mitglieder der Interessenverbände der Wirtschaft und der Wissenschaft</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE, Kontaktstellen GDI-DE, LG GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Kontaktaufnahme mit Redaktionen, Pressemappe, Webseite, Geoportal.de, Printmedien, Auswertung der Themenpläne der Fachmedien</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Strategisches Kommunikationskonzept der GDI-DE

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zeitpunkt/-raum</th>
<th>ab 3. Quartal 2020, danach kontinuierlich in abhängig von den Redaktionsplänen</th>
</tr>
</thead>
</table>

**Evaluation**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Anzahl der Beiträge</th>
</tr>
</thead>
</table>

### 19. Pressemappe

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Steigerung des Bekanntheitsgrads, Erhöhung der Medienpräsenz</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zielgruppe</th>
<th>Medien</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Akteur</th>
<th>Kst. GDI-DE</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalt</th>
<th>Die Pressemappe soll digital zur Verfügung gestellt werden als zip-Datei im Pressebereich der Webseite und bei Veranstaltungen/Messen ggf. auch als USB-Stick bereitgehalten werden. Factsheet zur GDI-DE, Flyer, geeignete Fotos und Grafiken</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Begleitende Aktivitäten</th>
<th>Webseite, Flyer, Pressemitteilungen</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zeitpunkt/-raum</th>
<th>ab Oktober 2020 (anlässlich INTERGEO 2020)</th>
</tr>
</thead>
</table>

**Evaluation**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Feedback der Journalisten, Clippings, Medienresonanzanalyse</th>
</tr>
</thead>
</table>

### 3.4 Messen

### 20. INTERGEO

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Steigerung der Sichtbarkeit, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zielgruppe</th>
<th>Verwaltung, Wirtschaft(-verbände)</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Akteur</th>
<th>Kst. GDI-DE, Kontaktstellen GDI-DE</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalt</th>
<th>Die Kst. GDI-DE sowie der Betrieb GDI-DE nehmen regelmäßig als Mitaussteller am Stand des Bundesamts für Kartographie und Geodäsie an der INTERGEO teil und präsentieren die aktuellen Entwicklungen der GDI-DE und ggf. ausgewählter Länder-GDI’n sowie insbesondere auch die Nationalen Technischen Komponenten, allen voran das Geoportal.de.</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Begleitende Aktivitäten</th>
<th>Webseite, Newsletter, Twitter, Pressemitteilungen, persönliche Gespräche</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zeitpunkt/-raum</th>
<th>jährlich</th>
</tr>
</thead>
</table>
**Evaluation**  
Kontaktbögen der Messegespräche, Reaktionen auf Tweets, ausgegebenes Infomaterial (Flyer, Broschüren)

---

21. **Counter-Theke und weitere Ausstattung**

**Ziel**  
Steigerung Sichtbarkeit und Wiedererkennungswert, Imageverbesserung

**Zielgruppe**  
Besucher von Tagungen, Kongressen etc.

**Akteur**  
Kst. GDI-DE

**Inhalt**  

**Begleitende Aktivitäten**  
Aktivitäten-Planung in der AG Öffentlichkeitsarbeit

**Zeitpunkt/-raum**  
Anschaffung in 2020  
erste Veranstaltungen in 2021

**Evaluation**  
-

---

3.5 **Kongresse, Tagungen, Workshops**

22. **Fach-Vorträge und Sessions**

**Ziel**  
Positionierung, Imageverbesserung, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen

**Zielgruppe**  
externe Zielgruppen

**Akteur**  
Kst. GDI-DE, Kontaktstellen GDI-DE, LG GDI-DE

**Inhalt**  

**Begleitende Aktivitäten**  
Pressemitteilungen, Twitter, Newsletter, Webseite
### Zeitpunkt/-raum
ab 2020 kontinuierlich

### Evaluation
Anzahl der Vorträge und Sessions, persönliches Feedback

---

<table>
<thead>
<tr>
<th>23. Hackathon</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

<table>
<thead>
<tr>
<th>24. Ansprechpartner-Workshops</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>
3.6 Schulungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>25.</th>
<th>Web-Veranstaltungen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
<td>Positionierung, Imageverbesserung, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>Kontaktstellen GDI-DE, Behörden, Fachkräfte</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
<td>Informationsvermittlung und Diskussion durch die Fachkräfte der Kst. GDI-DE. Planung der Aktivitäten in Abstimmung mit Vertretern der Zielgruppen. (NW)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
<td>GDI-DE Wiki, persönliche Kommunikation, Youtube-Kanal</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
<td>laufend</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Evaluation</strong></td>
<td>Teilnehmerzahlen der Web-Veranstaltungen, Zufriedenheitsbefragung</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>26.</th>
<th>Hospitationen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Ziel</strong></td>
<td>Imageverbesserung, Informationsvermittlung</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zielgruppe</strong></td>
<td>Behörden, Fachkräfte</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Akteur</strong></td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhalt</strong></td>
<td>Unterschiedliche fachbezogene Behörden entsenden gelegentlich Hospitationen ins BKG und zum Teil gezielt in die Kst. GDI-DE. Hospitationen werden angeboten, um</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>a) den Fachkräften Informationen über die GDI-DE und INSPIRE zu vermitteln und so das Wissen über die Tätigkeiten der Kst. GDI-DE weiter in den Behörden zu streuen und</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>b) der Kst. GDI-DE am Wissen der Fachkräfte teilhaben zu lassen und Informationen über die Tätigkeiten der entsendenden Behörden zu erhalten.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Begleitende Aktivitäten</strong></td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zeitpunkt/-raum</strong></td>
<td>laufend</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Evaluation

| Evaluation | persönliches Feedback |

### 27. Referendar-Schulungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Imageverbesserung, Informationsvermittlung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>Behörden, Fachkräfte</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td>Abstimmung mit den entsendenden Behörden und Prüfungsämtern</td>
</tr>
<tr>
<td>Zeitpunkt/-raum</td>
<td>einmal jährlich</td>
</tr>
<tr>
<td>Evaluation</td>
<td>Befragung der Teilnehmer</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 3.7 Persönliche Kommunikation

### 28. Give-Aways

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
<th>Steigerung der Sichtbarkeit, Förderung des Dialogs mit den Zielgruppen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zielgruppe</td>
<td>externe Zielgruppen, insbes. Besucher von Messen, Kongressen und Tagungen</td>
</tr>
<tr>
<td>Akteur</td>
<td>Kst. GDI-DE</td>
</tr>
<tr>
<td>Begleitende Aktivitäten</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Messeauftritte, Teilnahme an Begleitausstellungen von Kongressen und Tagungen, Referendar-Schulungen, Hospitationen</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zeitpunkt/-raum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorhandene Materialien: Bestellung bei Bedarf USB-Sticks: erstmaliger Einsatz bei der INTERGEO 2021 möglich</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Evaluation</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Menge der ausgegebenen Give-Aways</td>
</tr>
</tbody>
</table>

3.8 Politische Beratung

<table>
<thead>
<tr>
<th>29. Interessenvertretung in politischen Gremien und bei politischen Entscheidungsträgern</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ziel</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Steigerung der Sichtbarkeit, Imageverbesserung, Positionierung</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zielgruppe</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Politische Entscheidungsträger</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Akteur</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>LG GDI-DE</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Persönliche Ansprache politischer Entscheidungsträger durch LG-Mitglieder in entsprechenden Gremien forcieren, um die Sichtbarkeit der GDI-DE auch im politischen Umfeld zu erhöhen (IT-Planungsrat, OZG-Prozess, Länder-Gremien)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Begleitende Aktivitäten</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Flyer, Give-Aways, Webseite, Geoportal.de</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Zeitpunkt/-raum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>laufend</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Evaluation</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Feedback der Gesprächspartner</td>
</tr>
</tbody>
</table>