

# Ska vi tala om vad vi gör?

Spridning av projektresultat

Eva-Lisa Ahnström

Lund, 24 och 25 maj 2007



EUROPEISKA UNIONEN  
Europeiska socialfonden





# Varför spridning?

Syns man inte  
finns man inte

Göra skillnad,  
påverka

Tillföra  
erfarenheter från  
andra, till andra

Nytta för andra,  
på många nivåer

Nya kontakter

Krav i  
EU-finansierade  
projekt

Förankrar  
resultat

- Intern spridning
  - Inom projektet, alla torgför samma budskap vilket kräver kunskap och att alla är informerade
- Extern spridning
  - Målgrupper (de som berörs...)
    - Ämnesintresserade
    - Beslutsfattare
    - Allmänhet
    - Den egna hemmaorganisationen
  - Nivåer
    - Lokalt, nationellt, EU

- Kompetens som behövs för bra spridning
  - Skriva texter (olika typer av texter!)
  - Förmåga att prata och presentera
  - Göra presentationer som är tillgängliga och intresseväckande
  - Kunskap om dokumentation, foto, intervjuer...
  - Webb-kunskap

- Tips för lyckad spridning av projektresultat – och allt påverkar budgeten
  - Plan för spridning redan i ansökan
  - Projektets namn – viktigare än man tror
  - Avsätt budgetmedel i ansökan
  - Det är resultaten som ska spridas – också i "light"-versioner ibland
  - Var flexibel under projektets gång – hugg på möjligheter till synliggörande
  - Se vad andra gjort och gör, hämta inspiration och var nytänkande
  - Fastställ grafisk profil, logotyp tidigt i processen. Igenkänning!
  - Kontrollera om rätt kompetens finns inom projekt, annars underleverantörer, eller utbildning av projektpersonal innan start

- Tips för lyckad spridning av projektresultat – och allt påverkar budgeten (fortsättning)
  - Definiera vad som ska spridas till vem
  - Vem i projektet ska ansvara för vilken typ av spridning?
  - Definiera media för spridning (beroende i första hand på av typ av projekt och målgrupper)
  - Behöver material finnas på flera språk?
  - Tillgänglighet är viktigt – både att material finns att få tag i och att det är i en form som de flesta kan använda
  - Kontinuerlig uppföljning under projektets gång – när vi ut som tänkt?
  - Möjlighet att ta del av resultat efter projektslut – se till att exempelvis webb fortsätter leva
  - och...glöm inte bort EU-logga om du får EU-finansiering!

- Exempel på spridningsaktiviteter och material
  - Webbplats som bas (internt och externt bruk)
    - Tänk på: webbadress, placeras var för hållbar fortsättning, verktyg för uppdatering (i synnerhet om underleverantör)
  - Mediakontakter
    - Pressmeddelanden, artiklar
    - Presskonferenser
    - Personliga kontakter
    - Använd etablerade kontaktvägar
  - Broschyrer
  - Seminarier och konferenser (egna och andras)
  - Utställningar (ordna och delta)




- Exempel på spridningsaktiviteter och material (fortsättning)
  - Nätverk
  - Rapporter
  - Film
  - Material på CD-Rom
  - Nyhetsbrev (via e-post + utskrivet)
  - Delta vid politiska sammankomster
  - Roll-up, banderoller för utställningar
  - "Grejor" (tröjor, pennor, block – allt med tryck på!)



- Det räcker inte med att arrangera sammankomster och göra fint material
- Se till att rätt material når rätt målgrupp
  - Massdistribution eller riktad?
  - Om informativ webb: referera alltid till, sprid adressen, tjata
  - Se till att material är tillgängligt på rätt plats vid rätt tillfälle

- [Baltic Sea Breeze](#)
- [Baltic Master](#)
- [Hi Europe](#)
- [CATCH](#)
- [Kommunikation genom kultur](#)
- [Cruise Baltic](#)
- [www.forumskagerrak.com](http://www.forumskagerrak.com)



Når vi inte ut  
kan vi lika  
gärna låta bli

Det  
g

Inte är det så  
märkvärdigt det vi  
gjort