Beyond Code - Präsentation und Kommunikation während der Projektphase

Dieser Artikel ist ein Gastbeitrag von Nadine Minagawa. Sie wurde mit dem Projekt Polychat in der 14. Runde Prototype Fund gefördert.

Warum solltest du überhaupt mehr tun als coden?

Es ist zwar verlockend, sich ins Projekt zu stürzen und dann, ganz am Ende, seine Ergebnisse zu präsentieren. Aber die Projekt-Präsentation und -Kommunikation WÄHREND der Förderphase kann extrem hilfreich sein, denn

- ihr übt präsentieren, könnt Argumente und Formulierungen “testen”.
- ihr findet Interessierte und Mitstreiter*innen.
- ihr bekommt "den Blick von außen", der eure Aufmerksamkeit vielleicht auf Probleme oder Anwendungsmöglichkeiten lenkt, an die ihr alleine nicht gedacht hättet.
- ihr seid präsent und ansprechbar, z.B. für Presse oder Veranstaltungs- und Konferenzplaner*innen … um über euer Thema zu sprechen, müsst ihr nicht mit eurem Projekt fertig sein.
- Und: Es hilft enorm, schon während des Entwicklungsprozesses konstruktives Feedback und Ansporn zu bekommen.

Unterschätzt nicht die Aufmerksamkeit, die euer Projekt bekommt, allein dadurch, dass es vom Prototype Fund gefördert wird.

Was kannst du tun?

Überlegt euch, wen ihr erreichen wollt und welcher Kanal sich dafür eignet. Wir z.B. haben gleich am Anfang des Projektes:

- eine Web-Adresse registriert (für die breite Präsentation und Kommunikation)

- ein Github Projekt angelegt (damit Programmierende und mögliche Kooperierende euch finden)
- ein Mastodon Account erstellt (um technisch/politisch Interessierte zu erreichen)
- ein Twitter/X account erstellt (was wir allerdings nie bespielt haben)
- ein LinkedIn Account wäre clever gewesen (um Business-Treibende zu erreichen)
- einen Matrix Chat-Room erstellt (für besonders involvierte “Botschafter*innen”)
- uns überlegt auf welchen Veranstaltungen wir präsent sein bzw. sprechen wollen

Macht euch beim Bespielen der einzelnen Kanäle immer gegenwärtig, mit wem ihr sprecht. Die Ansprache, aber auch Inhalte eurer Mitteilungen können (bzw. müssen eigentlich) auf unterschiedlichen Kanälen variieren.

Die Website

one for all

Auf der Webseite kann praktisch jeder “vorbeikommen”, deshalb solltet ihr hier einfach kommunizieren und Fachtermini immer kurz erklären. Erklärt ganz grundlegend, worum es in eurem Projekt geht und was ihr erreichen wollt. Wir haben dazu als Grundlage zunächst den PTF-Antragstext benutzt und ihn nach und nach spezifiziert. Ihr könnt hier auch Projekt-Updates posten (wir haben z.B. einen Projekt-Log) oder Projektpräsentationen (auch gerne von Zwischenergebnissen) einbinden. Was ihr online stellt, muss weder perfekt noch final sein. Wichtig ist, dass Leute euer Projekt online finden, sich informieren können und eine Möglichkeit finden, mit euch zu kommunizieren (E-Mail / Kontaktformular). Von hier solltet ihr auch auf eure anderen Kommunikationskanäle verweisen.

Umsetzung:

Wir haben - der Einfachheit halber - unsere Webseite mit Wordpress realisiert, aber ihr könnt natürlich andere Lösungen nutzen. Wichtig ist, dass sich die Webseite einfach anpassen und erweitern lässt, denn idealerweise macht ihr das sukzessive im Verlauf der Projektzeit.

Das Github (/Gitlab/Codeberg/...) Projekt

für Code Collaborators

Wir haben zwar Github in erster Linie für unser Projektmanagement benutzt, es war aber auch hilfreich, dass uns wohl gesonnene Spezialisten den Code einsehen konnten und uns Hilfe und Anregungen geben konnten.
Außerdem ist es üblich, dass potenzielle Geldgeber sich auf Github über Projekte informieren. Und: Am Ende der Förderphase werdet ihr Euer Projekt 'eh' auf Github oder einer ähnlichen Plattform veröffentlichen, deshalb warum nicht auch den Prozess transparent machen.
Wir haben ferner den gesamten Projektverlauf mit Meta-Issues und Milestones auf github getrackt.

So konnten wir jederzeit sehen, wo wir stehen und haben auch in unseren biweekly reports auf diese Issues Bezug nehmen können.

Mastodon/Twitter/LinkedIn

Hot off the (and for the) press

Auf diesen Kanälen haben wir zeitgebundene Announcements gemacht, z.B. die Anwesenheit auf einer Konferenz (“Come and meet us at …”), Ort und Zeit eines von uns gehalten Vortrags (“Wir sprechen um … im … über …”) aber auch Meilensteine gefeiert (“Heute lief der Prototyp zum ersten Mal rund!”).
Außerdem haben wir auf themenrelevante Artikel verlinkt, was teilweise zu interessanten Kommentaren oder Diskussionen geführt hat, die wiederum unseren Horizont erweitert haben.
Alle diese Kanäle zu bespielen, frisst Zeit. Übertreibt es nicht, aber versucht in regelmäßigen Abständen etwas zu posten, damit euch eure Follower nicht aus den Augen verlieren.

Die Chat-Gruppe

Beste Info für Eure Botschafter

Ich empfehle auch einen sehr direkten/persönlichen Kanal aufzubauen. In unserem Fall war das eine Matrix-Chatgruppe, aber abhängig von eurer Zielgruppe bietet sich vielleicht ein anderer Kanal an. Zu dieser Matrix-Gruppe haben wir Menschen persönlich eingeladen, die ein besonderes Interesse an unserem Projekt gezeigt haben (unsere “Botschafter*innen”). So konnten wir mit den uns eh schon Wohlgesinnten eine stärkere persönliche Beziehung aufbauen und pflegen. In diesem Kanal kann ungeschliffener kommuniziert, um Hilfe gebeten, schnelle Meinungen abgefragt werden und die Gruppen-Mitglieder bringen oft pro-aktiv Tipps und Anregungen ein. This is your Crew, die, die euch (außerhalb des Teams) am Nächsten sind. Belohnt sie mit Transparenz und aktuellen Nachrichten und Announcements. Sie sollen das “we heard it here first” Gefühl haben.

Veranstaltungen/Konferenzen

Gesicht zeigen und auf Tuchfühlung gehen

Veranstaltungen sind DIE Möglichkeit Leute zu erreichen, die nicht nach euch gesucht haben. Überlegt euch, für welche Leute euer Thema interessant sein könnte und auf welchen Veranstaltungen ihr sie treffen könnt. Bei uns war das:

- Matrix Community Summit
  (-> Leute die mit Ihren Projekten auf die gleiche Technologie aufbauen wie wir (Matrix), oder sogar an ihr entwickeln)

- Chaos Communication Congress
  (-> Leute die die unterschiedlichsten Interessen und kreativsten Herangehensweisen im Bereich Technologie und deren Anwendung haben)
- FOSDEM und/oder FrosCon
  (-> Leute mit viel Wissen und Anregungen wie Open Source Projekte “betrieben” werden können)
- Netzpolitischer Abend
  (-> Leute die sich für die gesellschaftlichen Auswirkungen von Technologien engagieren)

Wenn ihr einen Vortrag haltet, aber auch wenn ihr nur Informationsmaterial oder “Streuware” wie Sticker mitnehmt, gestaltet diese so, dass sie für die Besucher der jeweiligen Veranstaltung relevant ist, dass ihr sie in ihrem jeweiligen Mindset erreicht.

Last but not least: Design

Es hilft sehr schon früh, im Prozess ein Logo und/oder eine CI-Farbgebung zu haben. So kann man Euch auf den diversen Kommunikationskanälen wiedererkennen. So seid ihr umfassend sichtbarer, und mehr offen und erreichbar für Feedback, Kooperationen, Support.

Auch hier: keine Angst, das Logo kann sich im Laufe des Prozesses ändern (und ein Relaunch kann z.B. wieder ein Social Media Post werden). In jedem Fall empfehle ich aber Euch hier Hilfe von einer*einem Designer*in zu holen.

Revision #4
Created 30 April 2024 09:49:21 by Paul Robben
Updated 22 August 2024 12:00:16 by patricia