

Marketingkonzept und Umsetzung

(R 7.3.3)

Version	12.09.2013
Arbeitspaket	7.3
Verantwortlicher Partner	SUB Göttingen

TextGrid

Institutionalisierung einer Virtuellen Forschungsumgebung
in den Geisteswissenschaften



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Projekt	TextGrid – Institutionalisierung einer Virtuellen Forschungsumgebung in den Geisteswissenschaften
BMBF Förderkennzeichen	01UG0901A
Laufzeit	Juni 2012 bis Mai 2015
Dokumentstatus	Living Document
Verfügbarkeit	Öffentlich
Autor(en)	Mathias Göbel, Nadja Grupe, Maren Köhlmann, Sibylle Söring (SUB Göttingen)

Inhaltsverzeichnis

1 Marketing: Definition und Nutzen	4
1.1 „Open Source“ und „Open Access“	4
1.2 Markt für Forschungsinfrastrukturen	4
1.3 Zielgruppen von TextGrid	5
1.4 Förderung, Finanzierung, Erfolg von TextGrid	6
2 Öffentlichkeitsarbeit	7
2.1 Vereinsgründung	8
2.2 Community-Bildung	8
2.2.1 Nutzerspektrum - Befragungen zur Akzeptanz und Kenntnis von TextGrid	8
2.2.2 Nutzerforum und Wiki	9
2.2.3 Veranstaltungen	9
2.3 Kooperationen mit Fachgesellschaften	10
2.4 Kommunikation nach außen	10
2.4.1 Webseite und Blog	10
2.4.2 Informations- und Werbematerialien	11
2.4.3 Imagefilm	12
2.4.4 Social Media	12

1 Marketing: Definition und Nutzen

Unter dem Begriff „Marketing“ kann jedwede zielgerichtete Handlung einer Institution zusammengefasst werden, welche auf den Absatz eines Produktes ausgerichtet ist.¹ Der Grundgedanke des Marketings ist die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes; dabei stehen auf einem wettbewerbsintensiven Markt die Bedürfnisse der Nachfrager im Zentrum. Der Aufbau einer Virtuellen Forschungsumgebung für die Geistes- und Kulturwissenschaften reagierte auf eine zunehmende Nachfrage seitens der Humanwissenschaften nach digitalen Werkzeugen vor allem des philologischen Edierens und kollaborativen Arbeitens. Seit Sommer 2012 kann die TextGrid-Software in der verbesserten Version 2.0 kostenlos heruntergeladen und genutzt werden. Schwerpunkt der gegenwärtigen dritten Förderphase (2012-2015) ist die Etablierung eines nachhaltigen Dauerbetriebs: Software, Archiv und damit das gesamte Angebot sollen in Zusammenarbeit mit AnwenderInnen, FachwissenschaftlerInnen und Fachgesellschaften auf eine langfristige Nutzerbasis gestellt werden. Das Thema Marketing spielt also auch für wissenschaftliche Institutionen, universitäre Einrichtungen sowie Träger und Förderer akademischer Projekte eine wichtige Rolle.

1.1 „Open Source“ und „Open Access“

Schlagworte wie „Open Source“ und „Open Access“ werden in der Community nach wie vor kontrovers diskutiert. Die Möglichkeit, Forschungsdaten schon vorab zu veröffentlichen oder auch einer ausgewählten Gruppe zur Verfügung zu stellen, steht dabei vielfach Vorbehalten gegenüber, die u.a. potentiellen Kontroll- und Qualitätsverlust zum Gegenstand haben.² Umso bedeutender ist die Rolle von MultiplikatorInnen, die mit positiven Berichten sowohl die Fachcommunity als auch die Nutzer-Community von TextGrid erreichen.

1.2 Markt für Forschungsinfrastrukturen

Durch die steigende Nachfrage von GeisteswissenschaftlerInnen mit veränderten Arbeitsweisen auf Grund wachsender digitaler Möglichkeiten ist ein Markt für digital unterstützte Arbeitsweisen und Forschungsprozesse entstanden. In diesem Rahmen sind bislang lediglich lokal nutzbare Tools heute global verfügbar. ExpertInnen unterschiedlicher Fachgebiete nutzen zunehmend system- und ortsunabhängig digitale Forschungsumgebungen ebenso wie -infrastrukturen; eine ste-

¹ Vgl. Meffert, 2000, S. 8: „Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten“.

² Das in TextGrid implementierte Nutzermanagement (Rechte- und Rollenzuweisung) greift diesen Vorbehalt auf und ermöglicht kollaboratives Arbeiten in einer geschützten Umgebung.

tig wachsende Community, die gleichsam den Markt für Aufbau, Ausbau und (Dauer-)Betrieb Virtueller Forschungsumgebungen für die Geisteswissenschaften bildet.

TextGrid ist eines der wenigen, auf die Geistes- bzw. Humanwissenschaften ausgerichtete Projekte, die eine komplette Forschungsinfrastruktur für textbasierte Daten anbieten. Als Open Source-Software unterliegt TextGrid keiner Nutzungsbeschränkung; Source Code und Versionierung sind öffentlich zugänglich, Tools und Services dokumentiert und als solche veränder- bzw. erweiterbar. Ziel des Projektes ist weniger, sich von anderen Angeboten am Markt durch Alleinstellungsmerkmale abzusetzen, sondern vielmehr, Kooperationsmöglichkeiten und Forschungszusammenschlüsse zu bilden, um ein den Bedürfnissen und Anforderungen der Nutzer möglichst genau entsprechendes Produkt anbieten zu können. Dabei sind die Anforderungen seitens der verschiedenen geisteswissenschaftlichen Disziplinen und Vorhaben je nach Forschungsfrage, Projektdauer und -förderung sehr heterogen. So sind etwa Vorgehensweise, aber auch die Visualisierung der Forschungsergebnisse bei einer digitalen Edition anders gestaltet als bei einer Printedition (oder auch bei einer lediglich *digitalisierten* Edition). Die Heterogenität der Anforderungen an TextGrid ist unter Pkt. 2.4 – „Nutzerspektrum“ genauer beschrieben.

1.3 Zielgruppen von TextGrid

TextGrid ist eine Virtuelle Forschungsumgebung für die text- und quellenbasierten Geistes- und Kulturwissenschaften, die u.a. die Erstellung digitaler Editionen mithilfe kostenfreier und projektspezifisch erweiterbarer Tools und Dienste unterstützt. Das kollaborative Arbeiten an einem gemeinsamen digitalen Projekt wird durch ein differenziertes Rechtemanagement wesentlich erleichtert. Werkzeuge, Daten und Methoden können – unabhängig von Betriebssystem, Softwareausstattung oder Standort – gemeinsam genutzt werden. Zielgruppe von TextGrid sind demnach *FachwissenschaftlerInnen* und Verbundprojekte wie die „Hybrid-Edition von Theodor Fontanes Notizbüchern“ und das Sammlungs- und Editionsprojekt „Johann Friedrich Blumenbach – online“. Diese und zahlreiche weitere Forschungsprojekte und Institutionen nutzen die Virtuelle Forschungsumgebung TextGrid bereits für ihre Arbeit. Die gezielte Community-Bildung dient dabei dem Ausbau, aber auch der perspektivischen „Emanzipation der Nutzer“: so bietet TextGrid Projekten Foren zum wechselseitigen Austausch und zur nutzerbezogenen Information, darunter u.a. das zweimal jährlich stattfindende Nutzertreffen mit dem „TextGrid Cafe“ (Poster- und Projektpräsentationen) sowie ein Online-Forum für die Diskussion nutzerspezifischer Anwendungsfragen. Zur Zielgruppe zählen außerdem *EntwicklerInnen*, die TextGrid-Tools und Services für eigene Vorhaben anpassen oder externe Services und Tools in TextGrid integrieren sowie *Forschungsprojekte und -institutionen*, die Daten in TextGrid archivieren und zugänglich machen (Repository). Die dahinterstehende Vision eines „digitalen Ökosystems“ basiert auf der Fortent-

wicklung des Open Source-Gedankens und soll einen freien Austausch von einzelnen Komponenten und spezifische Anpassungen je nach den Bedürfnissen der Fachcommunities ermöglichen. Heute nutzen neben WissenschaftlerInnen aus der Editionsphilologie und den Literatur- und Kulturwissenschaften auch die klassische Philologie und die Musikwissenschaft TextGrid als Virtuelle Forschungsumgebung. Eine ausführliche Darstellung der Nutzer-Community liefert die Ausarbeitung des Milestones M 2.1.1 - die "Kartierung der heterogenen Nutzercommunity" (siehe AP 2.1 „Umgang mit großen Nutzerzahlen und heterogenen Nutzergruppen sowie Nutzerverwaltung“).

1.4 Förderung, Finanzierung, Erfolg von TextGrid

Mit Ende der Förderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) muss ein auf die weitere Finanzierung von TextGrid angelegtes Marketing vor allem auf die Förderlandschaft abzielen. Entscheidend ist in diesem Zusammenhang der bisherige Erfolg des Projektes. Im wirtschaftlichen Bereich ist die Erfolgskontrolle durch Geldwerte klar quantifizierbar; quantitative Erfolgskontrolle in der geisteswissenschaftlichen Forschung ist jedoch kaum machbar. Ansätze können die Anzahl der AnwenderInnen und/oder die Anzahl erfolgreich abgeschlossener Projekte unter Nutzung der TextGrid-Infrastruktur bieten. Schon allein aus datenschutzrechtlichen Gründen kann und wird die aktive Nutzung innerhalb von im TextGridLab angelegter Projekte jedoch nicht erfasst; hier ist von einer Dunkelziffer auszugehen. Lediglich die Accountvergabe ist an die Zugehörigkeit zu einer wissenschaftlichen Institution gebunden, um so den wissenschaftlichen Qualitätsstandards zu entsprechen und eine zweckentfremdete, nicht-wissenschaftliche Nutzung auszuschließen. Auch die jeweilige Nutzungshäufigkeit ist nicht bekannt.

Marketing-Zielgruppen im Hinblick auf eine weitere Finanzierung des Projektes sind demnach neben den potentiellen Förderern auch potentielle neue NutzerInnen, die mit Hilfe von TextGrid Forschungsvorhaben umsetzen bzw. bereits bestehende Forschungsdaten nachnutzen. Einen entscheidenden Bestandteil des Erfolges bilden bei dem drittmittelgeförderten Projekt außerdem die Empfehlungen seitens des aktuellen Förderers (BMBF), der 2011 und 2013 in seinen eHumanities-Förderlinien³ folgende Anforderungen formuliert hat: „Bei der Entwicklung der innovativen Forschungsansätze wird von den Verbundvorhaben erwartet, dass sie die bereits bestehenden Infrastrukturen z.B. von TextGrid [...] nutzen.“ Daran anknüpfend wird durch intensiven Austausch mit den geförderten Projekten eine Einbeziehung in laufende TextGrid-Entwicklungen möglich; informationswissenschaftliche Expertise über die Virtuelle Forschungsumgebung (VFU) fließt umgekehrt an die Entwicklercommunity aus den Projekten zurück.

³ <http://www.bmbf.de/foerderungen/21126.php>

Gleichzeitig vergrößert sich die vielschichtige Nutzercommunity, die ihrerseits in *Content Provider* und *Content User* unterteilt werden kann. Bei beiden Gruppen stellt die Anzahl der Mitglieder ein weiteres Kriterium zur Erfolgskontrolle dar. Im März 2013 wurden 1241 Registrierungen gezählt; mehr als 50 Account-InhaberInnen arbeiten zu diesem Zeitpunkt an insgesamt 13 dem TextGrid-Konsortium bekannten Projekten. Mitte Juni 2013 waren bereits 1318 eingerichtete NutzerInnen-Accounts zu verzeichnen. Eine umfangreichere Erhebung - unter Berücksichtigung des jeweiligen Aktivitätsprofils - steht noch aus.

Um TextGrid auch nach Ende der Projektlaufzeit verfügbar halten zu können, wird derzeit ein Konzept erarbeitet, das unterschiedliche Organisations- und Finanzierungskonzepte evaluiert. Der TextGrid-Verein⁴ erhebt zwar einen Mitgliedsbeitrag, die Nutzung der Infrastruktur soll jedoch weiterhin grundsätzlich kostenfrei bleiben. Angestrebt wird daher eine Mischfinanzierung aus verschiedenen Quellen; ein Modell, das u.a. das BMBF-Arbeitstreffen „Virtuelle Forschungsumgebungen und ihre Verstetigung – Herausforderungen, Möglichkeiten und Perspektiven für Digital Humanities“ am 10.07.2013 in Berlin zum Gegenstand hatte. Ziel ist die Herausarbeitung eines „Modell[s] [...], das von unterschiedlichen Finanzierungsstufen, -modalitäten und -dynamiken ausgeht und in dem institutionelle Grundsicherung, projektbezogene Kostenerstattung, Erhebung von Gebühren, Nutzung von Overheads und weitere Finanzierungsquellen so flexibel zusammenspielen, dass unterschiedlichsten geisteswissenschaftlichen Nutzerinteressen soweit als möglich entsprochen werden kann.“⁵

2 Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit ist zentrales Instrument zur Akquise einer breiten Nutzerschaft; sie dient dazu, Betrieb und Nutzung von TextGrid nachhaltig zu unterstützen und zu gewährleisten. Dazu gehört auch die enge Vernetzung mit anderen digitalen Forschungsinfrastrukturinitiativen und -projekten in nationalen (z.B. eAqua, D-Spin) und internationalen Kontexten (DARIAH, CLARIN, Bamboo). Ziel ist dabei die Unterstützung des Aufbaus bzw. die Weiterentwicklung einer übergreifenden eHumanities-Infrastruktur. Dabei spielen Projekte, die bereits erfolgreich mit TextGrid arbeiten, eine tragende Rolle als Multiplikatoren. Im Folgenden werden die verschiedenen PR- und Marketing-Aktivitäten der laufenden TextGrid-Förderphase überblicksartig aufgeführt; für detaillierte Informationen zu den einzelnen Aktivitäten siehe Report R 7.3.1. „Öffentlichkeitsarbeit“ (Herbst 2013).

⁴ www.textgrid-verein.de

⁵ Vgl. Finanzierungskonzept, S. 2.

2.1 Vereinsgründung

Der am 15.07.2013 gegründete TextGrid-Verein dient dazu, auf der rechtlichen Grundlage einer gemeinnützigen Organisation die Tools und Services von TextGrid langfristig und nachhaltig zur Verfügung stellen zu können. Der Verein unterstützt die inhaltliche Arbeit des Projekts durch Kommunikation von Mehrwert und Nutzen von TextGrid in der Wissenschaft. Mitglieder sind heute neben Privatpersonen verschiedene Akademien, Universitäten, Hochschulen sowie weitere akademische Institutionen.⁶ Für weitere Informationen zum Verein siehe <http://www.textgrid-verein.de/>.

2.2 Community-Bildung

2.2.1 Nutzerspektrum - Befragungen zur Akzeptanz und Kenntnis von TextGrid

Zur Nutzerakzeptanz sind in der Vergangenheit verschiedene Umfragen durchgeführt worden: a) in der *Akademieunion* zum Einsatz von TextGrid in digitalen Editionen (AP 6.2, 2013); b) zur Nutzung der einzelnen TextGrid-Komponenten und zur generellen Zufriedenheit seitens dem Projekt bekannter Forschungsvorhaben, die TextGrid einsetzen (09/2011, SUB Göttingen); c) zur Bereitschaft, einzelne von TextGrid angebotene Dienste zukünftig ggf. kostenpflichtig zu nutzen (12/2012, SUB Göttingen); und d) zur generellen Zufriedenheit, zur Nutzung einzelner Komponenten sowie zu Verbesserungswünschen im Rahmen von Nutzertreffen bzw. TextGrid Summits (TU Darmstadt, 02/2012 und 05/2012).

Bei den laufenden, zum Großteil sehr langfristig ausgelegten Editionsprojekten der Akademien der Wissenschaften ist TextGrid noch weitgehend unbekannt und nur in wenigen Fällen erprobt bzw. eingesetzt worden. R 6.2.1 „Ergebnisse der Nutzerbefragung“ wird eine detaillierte Auswertung und Analyse der Resultate liefern (12/2013).

Auch die von der SUB Göttingen und der TU Darmstadt durchgeführten Nutzerbefragungen haben verdeutlicht, dass umfassender Service und Support wesentliche Faktoren für die Nutzung der Virtuellen Forschungsumgebung darstellen. Was TextGrid leisten kann, aber auch, welcher entwicklerische Eigenanteil seitens der jeweiligen Projekte u.U. erforderlich ist, muss daher verständlich kommuniziert werden. Der von Nutzerseite nachgefragte, kontinuierliche Support kann durch ein effizientes Bug-Reporting- bzw. Support-System wesentlich vereinfacht und verbessert werden. Dieses wird zum Herbst 2013 umgesetzt.⁷ Neben dem englischsprachigen Manual (print, online) sollen zukünftig a) eine deutschsprachige Ausgabe, b) im öffentlichen Wiki sowie auf der TextGrid-Webseite verfügbare Video-Tutorials zu den zentralen TextGrid-Tools und

⁶ <http://www.textgrid-verein.de/Mitglieder.html>

⁷ www.textgrid.de/support

Workflows und c) eine TextGrid-Musteredition die Außendarstellung von TextGrid verbessern und die Einstiegshürde zusätzlich verringern. Schulungen für Multiplikatoren wie z.B. IT-Beauftragte und DH-Verantwortliche geisteswissenschaftlicher Fachbereiche und Institutionen ("TextGrid für Profis") sollen das Angebot abrunden. Sie dienen dazu, konkrete Anforderungen und Nutzungsszenarien seitens der Community kontinuierlich in die Entwicklung und deren Optimierung einbeziehen zu können und vorliegende Parameter regelmäßig zu überprüfen.

2.2.2 Nutzerforum und Wiki

Ab Herbst 2013 wird TextGrid-Nutzern ein *Online-Nutzerforum* zur Verfügung stehen, das Support hinsichtlich spezifischer Anwendungen und Fragestellungen rund um TextGrid bietet; zugleich soll das Forum im Sinne eines kontinuierlichen Community-Aufbaus Austausch und Information der NutzerInnen untereinander befördern.⁸

Ein öffentliches Wiki stellt unter <https://dev2.dariah.eu/wiki/display/TextGrid/Main+Page> Informationen zur Arbeit mit TextGrid (Laboratory, Repository, Architektur, technische Infrastruktur) zur Verfügung.

2.2.3 Veranstaltungen

Durch die Organisation und Durchführung von Workshops und Konferenzen kann die Aufmerksamkeit seitens relevanter Forschungsprojekte gesteigert und diese für eine Nutzung der Virtuellen Forschungsumgebung gewonnen werden. Die Veranstaltungen sind auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet:

Ca. halbjährlich stattfindende *Nutzertreffen* informieren über den gegenwärtigen Stand von Software und Repository; Workshops und Schulungen zu einzelnen Tools bzw. zu spezifischen Themen sprechen u.a. auch solche Fach-Communities an, die TextGrid bislang noch nicht verwenden bzw. die eine Nutzung für ihr Forschungsvorhaben planen. Projekte haben zudem die Möglichkeit, eigene Vorhaben und ihre Umsetzung mit TextGrid mit Präsentationen und Postern vorzustellen und zu diskutieren. Das erste Nutzertreffen der gegenwärtigen Förderphase hatte die Themen "Projektarbeit mit TextGrid", "Einführung in das Edieren mit XML" und "Digitale Musikedition - Einführung in MEI, den MEI Score Editor und die Edirom Tools" zum Gegenstand (Mainz, Akademie der Wissenschaften und der Literatur, 22.06.2013). Am 7./8.11.2013 wird am Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte Berlin das nächste Nutzertreffen („Bilder in TextGrid“) stattfinden.

Zur Unterstützung der anderen Arbeitspakete und zur Ansprache der einzelnen Zielgruppen finden zudem regelmäßig Experten- und Strategiegelgespräche statt.

Darüber hinaus wird TextGrid auf relevanten nationalen und internationalen *Konferenzen und*

⁸ www.textgrid.de/forum

Fachmessen präsentiert, um gezielt eine breite Aufmerksamkeit und Vernetzung zu generieren; so u.a. auf der Digital Humanities – DH2012 (Hamburg, 16.-22.07.2012)⁹, dem KickOff Workshop der 24 eHumanities-Verbundprojekte (Leipzig, 08.04.2013) und der Digital Humanities Oxford Summer School 2013¹⁰.

2.3 Kooperationen mit Fachgesellschaften

Die kontinuierliche Re-Evaluation der Projektziele und ihrer Umsetzung, aber auch die potentielle Erschließung neuer Zielgruppen erfolgt in enger Abstimmung mit den für das Projekt und dessen Nutzer-Community relevanten *Fachgesellschaften*. Ziel der engen Vernetzung mit Fachgesellschaften wie etwa der Akademie der Wissenschaft und der Literatur in Mainz sowie Kooperationen mit e-Humanities-Zentren und Forschungsinfrastrukturinitiativen und -projekten im nationalen (z.B. eAqua, D-Spin) und internationalen Kontext (DARIAH, CLARIN, Bamboo) ist es, den Aufbau und die Weiterentwicklung einer übergreifenden eHumanities-Forschungsinfrastruktur zu unterstützen. Halbjährlich werden in diesem Rahmen ein thematisches und ein strategisches Expertengespräch durchgeführt (siehe R 7.2.1. „Konzept/Organisation Experten-/Strategiegespräche“ sowie R 7.2.2 "Kooperation mit Fachgesellschaften", beide Herbst 2013).

Über bestehende Kooperationen hinaus ist TextGrid außerdem stetig im Gespräch mit anderen *Forschungsprojekten und -verbänden*, um an bestehende Entwicklungen anzuknüpfen und diese fortzuführen. Kooperationspartner sind u. a. CLARIN, DARIAH-DE, SADE, TEXTvire, das King's College London und die Stanford University (USA).

2.4 Kommunikation nach außen

2.4.1 Webseite und Blog

Die Präsenz von TextGrid im World Wide Web ist bei der Akquise neuer Nutzergruppen für Auf- und Ausbau der Community von zentraler Bedeutung. Der Relaunch des TextGrid-Web-Auftritts (Dez. 2012) bietet eine neu entwickelte Corporate Identity (CI) inklusive grundlegend überarbeitetem TextGrid-Eulen-Logo und zeichnet sich neben einer frischeren, zeitgemäßerer Anmutung durch eine klare Struktur und aufeinander abgestimmte graphische und inhaltliche Elemente aus. Die CI findet auf dem gesamten TextGrid-Informationsmaterial Verwendung. Die Webseite bietet regelmäßig aktualisierte Informationen zum Projekt, dem Forschungsverbund, den Tools bzw.

⁹<http://www.dh2012.uni-hamburg.de/conference/programme/abstracts/textgrid-repository-supporting-the-data-curation-needs-of-humanities-researchers/>

¹⁰ <http://digital.humanities.ox.ac.uk/dhoxss/2013/posters.html#Soring>

Services sowie zu aktuellen Veranstaltungen (deutsch/englisch). Forschungsvorhaben, die TextGrid nutzen, haben zudem die Möglichkeit, ihr Projekt auf der TextGrid-Webseite vorzustellen. Der Download der Software und der Zugang zum Repository sowie zum begleitenden Informationsmaterial erfolgt ebenfalls über die Webseite. Mit dem *TextGrid Marketplace* existiert ein weiterer Distributionskanal innerhalb der Infrastruktur, der extern entwickelte und für TextGrid optimierte Tools, Dienste und PlugIns zur Verfügung stellt.

Der von TextGrid, DARIAH-DE und dem Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte Berlin initiierte Blog "Digital Humanities im deutschsprachigen Raum" (DHD-Blog)¹¹ ist ein weiterer Kommunikationskanal, der über aktuelle Themen, Entwicklungen und Veranstaltungen sowie über Förder- und Stellenausschreibungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz informiert und zur Diskussion einlädt. Im Herbst 2013 werden ein Re-Design des Blogs sowie ein Logo erarbeitet, um neben einem frischen und zeitgemäßen Design auch einen hohen Wiedererkennungswert (Etablierung einer „Marke“) zu gewährleisten. Für weitere interne und externe Kommunikationskanäle vgl. R 7.3.2 „Social Media Konzept, Umsetzung und Betreuung“.¹²

2.4.2 Informations- und Werbematerialien

Zur Information über die einzelnen TextGrid-Komponenten und zur Außendarstellung des Projektes u.a. auf fachwissenschaftlich relevanten Veranstaltungen (Tagungen, Workshops, Kongresse) dienen vor allem die beiden im Juli 2013 gedruckten TextGrid-Flyer „*Digital edieren – forschen – archivieren*“¹³ und „*TextGrid: Werkzeuge und Dienste im Überblick*“¹⁴. Bei ersterem handelt es sich um einen aufklappbaren Flyer in Form der TextGrid-Eule, der eine kurze Projektbeschreibung sowie einen Überblick zu TextGridLab und TextGridRep liefert (Format ca. A5). Der zweite Flyer (A4) folgt dem gleichen schlichten, klaren Design und enthält eine Auflistung der wichtigsten Tools, Dienste und Services sowie ihrer Funktionen mit einem jeweiligen Use Case bzw. Anwendungsbereich. Die Übersicht stellt in kompakter Form dar, was Textgrid für ein spezifisches Forschungsvorhaben leisten und wie die Forschungsumgebung genutzt und ggf. erweitert werden kann. Werbematerialien wie *Tagungsmappen*, *USB-Sticks*, *Kugelschreiber* und *Notizblöcke* mit dem TextGrid-Logo folgen ebenfalls dem neuen Design und sorgen für den erwünschten Wiedererkennungseffekt. Für eine ausführlichere Beschreibung der Informations- und Werbematerialien vgl. Report 7.3.1. „Öffentlichkeitsarbeit“, Pkt. 2.3.

¹¹ URL des Blogs: <http://dhd-blog.org/>

¹² https://www.textgrid.de/fileadmin/user_upload/TextGrid_R732_Social_Media.pdf

¹³ https://www.textgrid.de/fileadmin/materialien/TextGrid_Digital_edieren_%E2%80%93_forschen_%E2%80%93_archivieren.pdf

¹⁴ https://www.textgrid.de/fileadmin/materialien/TextGrid_Werkzeuge_und_Dienste_im_%C3%9Cberblick.pdf

2.4.3 Imagefilm

Der 2012 von TextGrid produzierte Imagefilm „Virtuelle Forschungsumgebungen: Neue Technologien für die Geisteswissenschaften“¹⁵ thematisiert Anwendungsbereiche und potentiellen Mehrwert Virtueller Forschungsumgebungen.

Für die aktuelle Förderphase ist die Produktion eines weiteren Films geplant, der - gemeinsam mit DARIAH-DE – den Fokus auf die Nachhaltigkeit der Virtuellen Forschungsumgebung, also auf Auf- und Ausbau der Community richten wird (2014).

2.4.4 Social Media

Die verschiedenen Kommunikations- und Dokumentationswege des Projektes lassen sich generell in interne (*Wiki, Chat Rooms, Etherpads*) und externe (*Wiki, Twitter, Nutzer-Forum, Blog*) Projektkommunikation unterteilen. Für weitere Details siehe R 7.3.2 „Social Media-Konzept, Umsetzung und Betreuung“¹⁶.

¹⁵ https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=JRBYR90A45Q

¹⁶ https://www.textgrid.de/fileadmin/user_upload/TextGrid_R732_Social_Media.pdf