

Kommunikationsbericht 2020



Zusammenfassung

Wirksame Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil der Vision des EPA, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu befähigen und zu motivieren, weltweit Maßstäbe im Bereich des geistigen Eigentums zu setzen, effektiv und transparent zu arbeiten und auf die Bedürfnisse unserer Nutzer einzugehen. Durch die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen verschob sich der Schwerpunkt der Kommunikation im Jahr 2020 auf Online-Veranstaltungen, virtuelle Inhalte und soziale Medien, um sicherzustellen, dass das EPA mit seinen Nutzern und Stakeholdern weiter in enger Verbindung blieb und ihren Bedürfnissen und Anliegen gerecht werden konnte.

Als eine große Herausforderung erwies sich die Gefahr von Falschinformationen über Patente und COVID-19, die durch die Pandemie ausgelöst wurde. Als Reaktion darauf richtete das EPA einen eigenen Bereich für Fachleute auf der Website des EPA ein, der fast 500 000 Mal aufgerufen wurde, und erstellte die Plattform "Kampf gegen Corona", die fast 30 000 Besuche zählte. Außerdem antworteten wir direkt auf zahlreiche Medienanfragen zu Patenten und dem Coronavirus und veröffentlichten im Mai Fragen und Antworten für Journalisten.

Pandemiebedingt mussten Konferenzen und Neuvorstellungen auf digitale Formate umgestellt werden, die die Entwicklung innovativer Techniken und Tools erforderlich machten. Die Ergebnisse stießen auf sehr positive Resonanz: Die populärste Veranstaltung des Jahres war die Konferenz über künstliche Intelligenz im Dezember, die rund 7 500 Interaktionen in sozialen Medien erzielte. Insgesamt wurden die Online-Veranstaltungen des EPA im Berichtsjahr von fast 20 000 Personen angesehen.

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt waren die sozialen Medien. Die Anzahl der Beiträge in den EPA-Kanälen stieg gegenüber 2019 um 30 % auf über 3 300. Das EPA startete auch einen neuen Podcast-Kanal. "Talk innovation" informiert verständlich und unterhaltsam über das EPA und das Patentsystem und unterstützt so die Umsetzung des SP2023. Der Podcast wurde gut angenommen: 2020 wurden 19 Folgen veröffentlicht, die rund 5 700 Mal angehört wurden. Die Reihe wird 2021 mit Interviews rund um den Europäischen Erfinderpreis fortgesetzt.

Für eine bessere Zugänglichkeit und Transparenz unterteilte das EPA 2020 den bisherigen Jahresbericht in zwei Teile: den Jahresrückblick, der Informationen über die operative Leistung enthält, und den Patent Index mit Statistiken über Patentanmeldungen und Patenterteilungen. Der neue Bereich "Patent Index" auf der Website des EPA umfasst Daten, Diagramme und Infografiken sowie Videos und animierte Inhalte. Die Medienkampagne anlässlich der Einführung des Patent Index brachte 1 400 Medienberichte hervor und erreichte über 2,5 Mio. Nutzer in den sozialen Medien.

Die Hauptdirektion Kommunikation übernahm auch eine wichtige Aufgabe bei der Unterstützung der pandemiebedingten betrieblichen Veränderungen, wie die Umstellung auf Telearbeit und neue digitale Arbeitsabläufe, indem sie Inhalte erstellte, die das Verständnis und den Zusammenhalt unter der Belegschaft des EPA förderte. Beispielsweise wurde im Intranet eine eigene "Corona Corner" eingerichtet, die schnell zur meistbesuchten Intranetseite wurde. Als sich die Lage änderte, kamen laufend neue Inhalte hinzu, und die Seite wurde in "Strong Together" umbenannt.

Die Herausforderungen des Jahres 2020 erforderten eine kreative, innovative und zeitnahe Kommunikation. Sie war unverzichtbar, um den Sorgen und Anliegen der Stakeholder und Bediensteten zu begegnen, Informationen über neue Initiativen weiterzugeben und allgemein auf die Vorteile des Patentsystems aufmerksam zu machen. Die im Berichtsjahr durchgeführten Kommunikationsinitiativen trugen wesentlich dazu bei, die digitale Transformation des EPA voranzutreiben und seine Rolle bei der Förderung von Innovationen zu unterstreichen.

Inhaltsverzeichnis

Zusamı	menfassung	2
1.	Einführung	6
2.	Wichtige Kommunikationskampagnen 2020	6
2.1	COVID-19-Kommunikationskampagnen	6
2.1.1	Strong Together	6
2.1.2	Plattform "Kampf gegen Corona"	7
2.1.3	Stärker auf Mitarbeiterumfragen aufmerksam machen	7
2.1.4	Gestaltung der neuen Normalität	8
2.2	Zuverlässige Partner und internationale Zusammenarbeit	8
2.3	Studien des EPA, Patent Index und Jahresrückblick	9
2.3.1	Studien zur Patentlandschaft	9
2.3.2	Patent Index	10
2.3.3	Jahresrückblick	10
2.4	Digitale Transformation	12
2.5	Patenterteilung und Qualität	13
2.5.1	Pilotversuch mit der Chinesischen Nationalbehörde für geisti Eigentum (CNIPA)	ges 13
2.5.2	Mündliche Verhandlungen vor Einspruchsabteilungen als Videokonferenz	13
2.5.3	Talk Quality	13
2.5.4	Vorträge der Beschwerdekammern	13
2.6	Unternehmenskultur	14
2.6.1	Programm zur Diversität und Inklusion (D&I)	14
2.6.2	iLearn	14
2.7	Nachhaltigkeit	14
2.7.1	Finanzstudie	14
2.7.2	Ökologische Nachhaltigkeit	15
2.8	Sozialer Dialog	16
2.8.1	Wahlen für den Personalausschuss	17
2.9	Kampagne für Veranstaltungen	17
2.9.1	Europäischer Erfinderpreis 2020/Wiedersehen mit Erfinderin Erfindern	nen und 17
2.9.2	Konferenz zu 3D-Druckverfahren "Shaping tomorrow"	18
2.9.3	Kampagne für Studie zur Patentlandschaft	18
2.9.4	Tech Day 2020 des EPA zu künstlicher Intelligenz (KI)	18
2.9.5	Die Rolle von Patenten in einer KI-getriebenen Welt (Konfere künstlicher Intelligenz)	enz zu 18

3.	Kommunikation zur Unterstützung des SP2023	19
3.1	SP2023-Programme und -Projekte unter der Federführung der Hauptdirektion Kommunikation	19
3.1.1	Öffentlichkeitsarbeit und Aufklärung	19
3.1.2	Stärkung der Unternehmenskultur	19
4.	Jahresleistung und Auswirkungen	20
4.1	Online-Kommunikation	20
4.1.1	EPA-Website	20
4.1.2	EPA-Intranet	21
4.1.3	Podcasts	22
4.2	Soziale Medien	22
4.2.1	Neue Social-Media-Aktivitäten 2020	23
4.3	Veranstaltungen	23
4.3.1	Externe und interne strategische Veranstaltungen	24
4.3.2	Unterstützung anderer strategischer Veranstaltungen des EPA	24
4.3.2.1	Auftaktzeremonie zum Programm "Pan-European Seal"	24
4.3.2.2	Virtuelle Townhall-Veranstaltungen	24
4.3.2.3	East meets West 2020	24
4.3.2.4	EPA-CodeChallenge	25
4.4	Presse	25
4.5	Visuelle Kommunikation	25
4.5.1	Grafikdesign	26
4.5.2	Audiovisuelle Kommunikation	26
4.6	Lokale Partnerschaften	27

1. Einführung

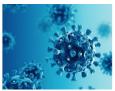
Die Hauptdirektion Kommunikation ging Ende des Jahres 2019 aus dem Zusammenschluss der ehemaligen Abteilungsebenen externe Kommunikation, interne Kommunikation und Grafikdesign hervor. Im März 2020 verschlankte die Hauptdirektion ihre Struktur, indem sie alle Kolleginnen und Kollegen der neuen Direktion Kommunikationsinhalte oder der Direktion Kommunikationskanäle zuordnete. Diese Konsolidierung hat dazu beigetragen, dass die Hauptdirektion Synergien nutzen kann – sowohl bei der Erstellung und Verteilung von Inhalten als auch bei der Ansprache mehrerer Zielgruppen. Gleichzeitig fördert die neue Struktur eine engere Zusammenarbeit unter den Bediensteten.

Im Jahr 2020 wurde auch mit der Einrichtung des Communication Intelligence Network (CIN) begonnen, dem 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der gesamten Organisation angehören. Sie sind für die zweiseitige Kommunikation zuständig und stellen sicher, dass die Unternehmenskommunikation richtig in alle Bereiche der Organisation vermittelt wird und die abteilungsinterne Kommunikation im Einklang mit den Botschaften und Prioritäten auf Gesamtebene steht. Mit einer neuen Strategie und den Synergien aus der verschlankten Struktur konnte die Hauptdirektion 2020 ihre Leistung und die Wirkung ihrer Kommunikation gegenüber internen und externen Stakeholdern deutlich verbessern.

2. Wichtige Kommunikationskampagnen 2020

2.1 COVID-19-Kommunikationskampagnen









2.1.1 Strong Together

Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie im Februar 2020 änderte die Arbeitsweise der Bediensteten des EPA grundlegend. Innerhalb weniger Wochen wurde die gesamte Belegschaft mit der nötigen Hardware und Software ausgestattet, um von zu Hause aus arbeiten zu können. Telearbeit wurde zur neuen Normalität.

Die Kommunikation spielte zweifellos eine zentrale Rolle für den wirksamen Umgang des EPA mit der Pandemie. Im März wurde im Intranet eine sogenannte "Corona Corner" eingerichtet, um online einen zentralen Ort für alle Informationen zu der Krise zu schaffen und Mitarbeiter in Telearbeit dazu zu ermutigen, ihre Erfahrungen zu teilen. Im Jahresverlauf wurde die Intranetseite um neue Funktionalitäten wie unterstützende Videobotschaften hochrangiger Beamter und einen zunehmend kreativen Informationsaustausch zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ergänzt.

Die Seite "Strong Together" wurde fast **464 000** Mal aufgerufen Im April erhielt der Intranetbereich den neuen Namen "Strong Together", um das dadurch gestärkte Zusammengehörigkeitsgefühl zum Ausdruck zu bringen. Einen Monat später gaben in einer amtsweiten Umfrage zum Umgang mit der Krise 78 % der Bediensteten an, dass das EPA bei der fortlaufenden Information seiner Belegschaft gute Arbeit leiste. Und Ende 2020 war "Strong Together" mit insgesamt 200.000 Zugriffen die am häufigsten besuchte Intranetseite des EPA.

Als im Herbst 2020 die zweite Pandemiewelle einsetzte, wurde das Intranet mit weiteren neuen Funktionen ausgestattet. Hierzu zählte auch ein Microsoft-Teams-Kanal, über den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in immer kreativeren Formen, beispielsweise per Video oder durch die Einrichtung von Interessengruppen für den Informationsaustausch, miteinander in Kontakt treten können.

2.1.2 Plattform "Kampf gegen Corona"

Im Laufe des Jahres 2020 bearbeitete das Presseteam der Hauptdirektion eine Vielzahl von Medienanfragen zu COVID-19. Gemeinsam mit den Social-Media-Experten setzte sich das Presseteam aktiv dafür ein, Falschinformationen über Patente und COVID-19 zu bekämpfen. Sie arbeiteten dabei mit faktenprüfenden Journalisten, dem Kommunikationsteam der Weltgesundheitsorganisation und den Pressebeauftragten in den nationalen Patentämtern der Mitgliedstaaten des EPA zusammen. Im Mai veröffentlichte das EPA auch Fragen und Antworten für Journalisten zu den Themen Patente und Coronavirus.

Der Online-Bereich zu COVID-19 (epo.org) hatte **490 000** Seitenaufrufe

Das EPA verfügt über umfangreiche Informationsbestände, die von Wissenschaft und Forschung im Kampf gegen die Verbreitung des Coronavirus genutzt werden können. Diese Experten benötigen jedoch häufig Hilfe und Anleitung, um in den Patentdatenbanken des EPA zielführende Recherchen durchzuführen und die richtigen Informationen zur Unterstützung ihrer Arbeit zu finden.

Im Frühjahr 2020 haben Expertenteams des EPA eine Reihe gebrauchsfertiger Strategien für die Patentrecherche entwickelt. Diese Suchbefehle, die auch von Laien ausgeführt werden können, sind für die Recherche in Espacenet bestimmt. Sie wurden im Sommer in vier Teilen auf der Online-Plattform "Kampf gegen Corona" veröffentlicht. Die Plattform behandelt elf Themenbereiche von Impfstoffen und Arzneimitteln bis zur Diagnostik mit 276 verschiedenen Datensätzen und wurde seit ihrer Einführung im Juni über 29 000 Mal aufgerufen.

Über 29 000 Besuche auf der Plattform "Kampf gegen Corona"

2.1.3 Stärker auf Mitarbeiterumfragen aufmerksam machen

Im letzten Jahr wurden zwei ausführliche Mitarbeiterumfragen durchgeführt: "Strong Together: Working during COVID-19" ("Gemeinsam stark – Arbeiten in der COVID-19-Pandemie") im Mai und "Shaping the New Normal" ("Gestaltung der neuen Normalität") im September. Das Feedback der Bediensteten gibt wertvollen Aufschluss über die Herausforderungen und Chancen, denen einzelne Personen und die gesamte Organisation gegenüberstehen.

Um die beiden Umfragen bekannter zu machen, das Bewusstsein der Mitarbeiter zu schärfen und die Teilnahmequote unter der Belegschaft zu erhöhen, wurden unterstützende Kommunikationskampagnen auf den Weg gebracht. Diese umfassten die Einrichtung eigener Bereiche für die Umfragen im Intranet,

regelmäßige Neuigkeiten und Aktualisierungen sowie direkte Mailings an die Bediensteten. Bei beiden Umfragen wurde eine Zusammenfassung der Ergebnisse zusammen mit einem Video veröffentlicht, in dem unabhängige Berater die Umfrageergebnisse erläuterten.

Auf Grundlage der Feststellungen aus der Mai-Umfrage wurde auch eine Folgekampagne – "From Survey to Action" – durchgeführt, in der die daraufhin getroffenen Maßnahmen vorgestellt wurden. Hierzu zählten die Einführung neuer IT-Ausstattung sowie leistungsbezogene Maßnahmen wie die Anpassung der Einzel- und Teamvorgaben.

2.1.4 Gestaltung der neuen Normalität

Das EPA hat mit seinem Handeln als Reaktion auf die COVID-19-Pandemie den Prozess der digitalen Transformation, der bereits 2019 mit dem Strategieplan 2023 eingeleitet worden war, massiv beschleunigt. Die Pandemie hat aber auch weitreichende Veränderungen in der Einstellung zum Arbeitsplatz ausgelöst. Um diese Veränderungen zu berücksichtigen und seine Zukunft aktiv zu gestalten, nahm das EPA im Jahr 2020 die Arbeit an einem Strategiepapier zur neuen Normalität auf. Die Hauptdirektion Kommunikation beteiligte sich aktiv an der Zusammenstellung der Taskforce, die mit der Aufgabe betraut wurde, die Strategie des EPA zur neuen Normalität zu entwickeln und die Unternehmensbotschaften zu diesem Thema zu definieren.

2.2 Zuverlässige Partner und internationale Zusammenarbeit

Als neuer Schwerpunkt wurden die Bediensteten und externen Stakeholder 2020 über die umfangreichen Tätigkeiten des EPA auf dem Gebiet der internationalen Zusammenarbeit auf dem Laufenden gehalten. Über 45 aktuelle Meldungen (über 42 700 Seitenaufrufe) und 28 Nachrichtenbeiträge wurden auf der Website des EPA (über 432 500 Seitenaufrufe) veröffentlicht. Besonders erwähnenswert sind:

- Ein Bericht über ein Treffen der Amtsleiter des EPA und der Chinesischen Nationalbehörde für geistiges Eigentum (CNIPA) sowie den Beginn eines zweijährigen Pilotversuchs im Rahmen des Zusammenarbeitsvertrags, bei dem das EPA als Internationale Recherchenbehörde ausgewählt werden kann (Dezember)
- Fortschritte bei der Einigung auf ein Validierungsabkommen mit der Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) (Dezember)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Licensing Executives Society International (LESI) (November)
- Unterzeichnung einer verstärkten Partnerschaft mit Kolumbien (November)
- Kooperation mit der Internationalen Energieagentur (Oktober)
- Gemeinsame Erklärungen zu den COVID-19-Maßnahmen der IP5-Ämter (Frühjahr/Sommer)
- Jahrestagung der IP5-Amtsleiter (Juli) und erste Sitzung der IP5-Taskforce über künstliche Intelligenz (Januar)

2.3 Studien des EPA, Patent Index und Jahresrückblick





2.3.1 Studien zur Patentlandschaft

Alle vier Studien zur Patentlandschaft, die die Einheit des Chefökonomen des EPA 2020 veröffentlichte, wurden von gezielten Medienkampagnen begleitet, die die Studienergebnisse einem breiteren Kreis von Journalisten und Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft näher bringen sollten. Die vier Studien lauteten:

- Patente und additive Fertigung Trends bei 3D-Druck-Technologien (13. Juli), vorgestellt auf der digitalen Konferenz "Shaping tomorrow: 3D printing and its impact on IP". Die Medienkampagne führte zu 670 Medienberichten.
- EPA-IEA-Studie: Innovationen bei Batterien und Stromspeichern (September): Diese Studie stieß auf überdurchschnittlich hohe Resonanz in den sozialen Medien. Ein Video mit den wichtigsten Ergebnissen wurde auf allen Kanälen insgesamt 8 400 Mal aufgerufen und erreichte 33 000 Nutzer auf Twitter.
- Valorisierung wissenschaftlicher Ergebnisse Scoreboard zur Patentvermarktung: Europäische Hochschulen und öffentliche Forschungseinrichtungen (24. November): Die Outreach-Maßnahme, die sich gezielt an wissenschaftliche Einrichtungen und Bildungsmedien richtete, erreichte rund 20 000 Nutzer in den sozialen Medien und erzielte 300 Interaktionen. Am 22. Dezember wurde auch ein Podcast über die Ergebnisse der Studie veröffentlicht.
- Patente und die Vierte Industrielle Revolution: Globale Technologietrends Treiber datengesteuerter Wirtschaft (Dezember): Diese Studie wurde in zehn Märkten in Europa und den IP5-Regionen mit einem Video und Audio-Podcast publik gemacht. Diese Aktivitäten bewirkten gut 990 Medienberichte (25 % Tier-1-Medien) mit einem Anzeigenäquivalenzwert von mehr als 3 Mio. EUR. Allein das Video wurde über 1 300 Mal angesehen.

Abbildung 1 – 2020 veröffentlichte Studien zur Patentlandschaft









Quelle: EPA

Im Januar wurden die Berichte von sechs Empfängern von Beihilfen aus dem akademischen Forschungsprogramm des EPA ebenfalls online veröffentlicht. In ergänzenden Kurzvideos erläuterten die Forscherinnen und Forscher ihre Arbeit und die Vorteile einer Förderung durch das EPA.

2.3.2 Patent Index

Der frühere, bisher immer im März veröffentlichte Jahresbericht wurde 2020 in zwei Publikationen aufgeteilt. Die Inhalte, die sich auf die operative Leistung des EPA im Jahr 2019 (Pünktlichkeit, Qualität, wichtige Meilensteine, Erfolge bei der internationalen Zusammenarbeit und ähnliche Themen) beziehen, wurden im Juni im Jahresrückblick dargelegt (siehe unten). Die übrigen Inhalte mit Bezug zum Vorjahr – vom EPA veröffentlichte Statistiken über europäische Patentanmeldungen und erteilte Patente – wurden im März online als Patent Index 2019 zur Verfügung gestellt.

Ein neuer Bereich auf der Website des EPA zum Patent Index enthielt Statistiken zu Patentanmeldungen, Analysen und attraktive Schaubilder. Außerdem waren dort eine Videobotschaft des Chief Business Analyst und des Chefökonomen des EPA zu sehen; die wichtigsten Zahlen wurden in einem Video mit animierten Infografiken aufbereitet. Der Patent Index erzielte insgesamt 120 000 Seitenaufrufe auf der Website des EPA.

Die Einführung des Patent Index ging mit einer großen Medienkampagne in 20 Ländern einher, die beachtliches Interesse bei Journalisten, Politikern und der allgemeinen Öffentlichkeit hervorrief. Binnen eines Monats nach der Einführung des Patent Index hatte die Kampagne zu über 1 400 Medienberichten (sowohl in Print- als auch Online-Medien), 40 Meldungen von Nachrichtenagenturen und sechs Beiträgen in Rundfunk und Fernsehen geführt. Der errechnete Anzeigenäquivalenzwert belief sich auf über 4,6 Mio. EUR.

Die Kampagne erzielte auch große Wirkung in den sozialen Medien. Über 2,5 Mio. Nutzer kamen mit den Botschaften des EPA in Kontakt, eine Steigerung um 211 % gegenüber dem Vorjahr. Die Inhalte über den Patent Index 2019, die das EPA auf Twitter, Facebook und LinkedIn veröffentlichte, wurden über 20 000 Mal angeklickt (+86 % gegenüber dem Vorjahr). Die Zahl der Video-aufrufe für den Patent Index in den verschiedenen Online-Kanälen verdreifachte sich fast auf knapp 1 Million.

2.3.3 Jahresrückblick

Auf der virtuellen Sitzung des Verwaltungsrats am 30. Juni stellte der Präsident des EPA den Jahresrückblick vor. Er wurde durch einen attraktiven Website-Bereich ergänzt, der in die fünf Ziele des Strategieplans und fünf Online-Berichte zu den Themen Qualität, Human Resources, Engagement, Umweltauswirkungen der Organisation und IT als Anlagen zum Jahresbericht unterteilt war. Die Medienkampagne und das Video zur erstmaligen Veröffentlichung des Jahresrückblicks erzielten 45 000 Seitenaufrufe auf der Website des EPA.

Tabelle 1 – Vergleich der Medienwirksamkeit: Jahresrückblick, Patent Index und Studien zur Patentlandschaft

Kampagne	Jahres- bericht 2018	Patent Index 2019	Studie: Patente und additive Fertigung	Studie: Innovationen bei Batterien und Strom- speichern	Studie: Valorisierung wissen- schaftlicher Ergebnisse	Studie: Patente und die Vierte Industrielle Revolution:
Jahr der Veröffent- lichung	2019	2020	2020	2020	2020	2020
Beobach- tungszeit- raum	4 Wochen	4 Wochen	2 Wochen	2 Wochen	4 Wochen	4 Wochen
Organisator	EPA	EPA	EPA	EPA-IEA	EPA	EPA
Abgedeckte Märkte	20 (16 euro- päische/ 4 nicht- europäische Länder)	20 (16 euro- päische/ 4 nicht- europäische Länder)	7 (6 euro- päische Länder/ 1 nicht- europäisches Land)	13 (9 euro- päische/ 4 nicht- europäische Länder)	Nicht definiert	10 (6 euro- päische/ 4 nicht- europäische Länder)
Gesamtzahl der Medien- berichte in den Kampagnen- märkten	1 700	1 486	674	1 116	12	992
Tier-1- Medien- berichte in den Kampagnen- märkten	515	_	136	243	2	230
Gesamtzahl der Medien- berichte über geistiges Eigentum	13	_	6	7	4	
Anzeigen- äquivalenz- wert der Kampagnen- märkte	5 755 850 EUR	4 619 550 EUR	2783500EUR	4719525 EUR	14 300 EUR	3 024 325 EUR

Quelle: EPA

Tabelle 2 - Vergleich EPA in den sozialen Medien: Jahresrückblick, Patent Index und Studien zur Patentlandschaft

Kampagne	Jahres- bericht 2018	Patent Index 2019	Studie: Patente und additive Fertigung	Studie: Innovationen bei Batterien und Strom- speichern	Studie: Valorisierung wissen- schaftlicher Ergebnisse	Studie: Patente und die Vierte Industrielle Revolution:
Jahr der Veröffent- lichung	2019	2020	2020	2020	2020	2020
Beobachtungs- zeitraum	4 Wochen	4 Wochen	2 Wochen	2 Wochen	4 Wochen	4 Wochen
Organisator	EPA	EPA	EPA	EPA-IEA	EPA	EPA
Reichweite	814 919	2 541 120	48 862	50 047	20 000	70 230
Interaktionen (Engagement)	3 621	5 531	1 350	1 018	300	1 771
Videoaufrufe	260 616	981 568	7 197	8 472	-	13 472
Nennungen	4 500	3 000	_	300	_	340

Quelle: EPA

2.4 Digitale Transformation



Die Hauptdirektion Kommunikation und die Hauptdirektion Business Information Technology (BIT) haben eine monatliche Talkshow ins Leben gerufen, die den Digitalisierungsprozess im EPA begleiten soll. Die erste Ausgabe von "Talk Digital" wurde im Januar ausgestrahlt. Programmmanager und Bedienstete aus der gesamten Organisation diskutierten gemeinsam über Themen, die sich mit der Digitalisierung und ihren Auswirkungen auf die jeweiligen Arbeitsbereiche befassten.

Im Oktober wurde auch der Digital Transformation Hub als zentrale Informationsstelle für alle digitalen Themen gestartet. Der Hub informiert umfassend über alle Aspekte der Digitalisierung, darunter auch über neue Tools und Arbeitsabläufe im EPA. Ein zentrales Element des Hub ist die integrierte "Pipeline", die einen Zeitplan für alle Aktivitäten des Digitalisierungsprozesses enthält.

"Talk Digital":

> 3 100 Liveaufrufe

> 2 200 Aufrufe der Aufzeichnung

Digital Transformation Hub:

> 7 300 Seitenaufrufe

2.5 Patenterteilung und Qualität









2.5.1 Pilotversuch mit der Chinesischen Nationalbehörde für geistiges Eigentum (CNIPA)

Am 12. November 2019 unterzeichneten EPA-Präsident António Campinos und Commissioner Shen Changyu eine Vereinbarung, die es chinesischen Patentanmeldern ermöglicht, das EPA als Internationale Recherchenbehörde (ISA) und mit der internationalen vorläufigen Prüfung beauftragte Behörde (IPEA) auszuwählen. Die CNIPA machte die Vereinbarung innerhalb Chinas bekannt, während sich die Öffentlichkeitsarbeit des EPA an europäische und US-amerikanische Anwälte, insbesondere mit chinesischen Mandanten, richtete.

2.5.2 Mündliche Verhandlungen vor Einspruchsabteilungen als Videokonferenz

Nach dem Beginn des Videokonferenz-Pilotprojekts im April 2020 wurde als Reaktion auf die intensive Diskussion über die Änderungen in den sozialen Medien ein Kommunikationsplan für Patentfachleute entwickelt. Der Plan wurde bei jedem Meilenstein des Pilotprojekts aktualisiert. Es wurden vier Nachrichtenbeiträge (im Mai, Juli, September und November) sowie ein Fortschrittsbericht über die ersten sechs Monate des Pilotprojekts veröffentlicht.

2.5.3 Talk Quality

Im Rahmen des EPA-Programms "Commitment to Quality" wurde unter dem Titel "Talk Quality" eine neue monatliche Webinar-Reihe für alle Bediensteten (und insbesondere Prüfer und Formalsachbearbeiter) aufgelegt. Sie informiert die Belegschaft laufend über die Fortschritte im Hinblick auf ein gemeinsames Verständnis, was Qualität für unsere Stakeholder bedeutet und wie diese Qualität in einer kollaborativen Organisation am besten erreicht werden kann. Die Initiative soll zum Ausdruck bringen, dass der Strategieplan 2023 und Qualität an sich die gesamte EPA-Belegschaft und nicht nur die für die Durchführung des Programms zuständigen Projektteams angehen.

2.5.4 Vorträge der Beschwerdekammern

Ein regelmäßiger Dialog zwischen Prüfern und den Kammern trägt maßgeblich zu mehr Transparenz und Qualität im EPA bei. Hierzu wurden gemeinsam mit den Beschwerdekammern (Beschwerdekammereinheit) verschiedene Vorträge und Webinare zur Rechtsprechung im Rahmen des SP2023-Projekts organisiert, um aus den Entscheidungen der Beschwerdekammern zu lernen. Zielgruppe waren alle Bediensteten und insbesondere Prüfer. Die Vorträge wurden von über 1 100 Teilnehmern besucht.

2.6 Unternehmenskultur





2.6.1 Programm zur Diversität und Inklusion (D&I)

Für die verschiedenen D&I-Initiativen des EPA (zum Beispiel Internationaler Frauentag, neue Richtlinie für Menschen mit Behinderung und virtueller "Shadowing"-Tag für Kolleginnen und Kollegen mit Behinderung) wurden Kommunikationskampagnen durchgeführt und auf einer eigenen Intranetseite zentral gebündelt. Diese Seite wurde 2020 fast 18 000 Mal aufgerufen.

Die Anfang des Jahres organisierte Woche der Inklusion umfasste verschiedene Veranstaltungen an allen Standorten, darunter Workshops, Fortbildungen im informellen "Lunch & Learn"-Format und Reflexionsgruppen mit Vorgesetzten, Bediensteten und Personalvertretern. Der Christopher Street Day in München und der LGBT+ Pride in Amsterdam wurden vom EPA durch interne und externe Kommunikation unterstützt, darunter Videos von hochrangigen Führungskräften, die vor Gebäuden des EPA die Regenbogenfahne schwenkten.

D&I-Seiten im Intranet: fast 18 000 Treffer

8 Nachrichtenbeiträge im Intranet veröffentlicht:

> 20 000 Aufrufe

2 Videos in den sozialen Medien:

> 13 800 Aufrufe

2.6.2 iLearn

Die "iLearn"-Plattform wurde im März 2020 zusammen mit LinkedIn Learning, Udemy und Coursera als Online-Lernportal gestartet. Die Hauptdirektion Kommunikation unterstützte die Initiative durch die Einrichtung und Einführung von iLearn im Intranet und Aufklärung aller Bediensteten über die neue Plattform.

2.7 Nachhaltigkeit









2.7.1 Finanzstudie

Das Amt führte im ersten Halbjahr 2019 eine gründliche Überprüfung seiner Finanzen durch. Die Kommunikationskampagne zur Finanzstudie dauerte von ihrer Veröffentlichung im Mai 2019 bis zur Finalisierung des Pakets von Finanzmaßnahmen im April 2020. Ergänzend dazu wurde 2020 über die ab Januar 2021 vorgesehenen Finanzmaßnahmen berichtet. Die Hauptdirektion Kommunikation half der oberen Führungsebene dabei, mit allen Stakeholdern (den Bediensteten, den Personalvertretern, der Vereinigung der Pensionäre des EPA und den Delegationen des Rates) einen regelmäßigen, transparenten und möglichst umfassenden Dialog zu pflegen.

Die Studie und die vorgeschlagenen Maßnahmen wurden transparent und ausführlich vorgestellt und erörtert. Es wurden acht aktuelle Meldungen im Intranet veröffentlicht (> 35 000 Aufrufe) und vier Liveübertragungen durchgeführt, die sich an Führungskräfte und Bedienstete richteten. Der Präsident und die Vizepräsidentin Nellie Simon nahmen ebenfalls in einem auf EPOtv übertragenen Liveinterview zur Finanzstudie und den geplanten Maßnahmen Stellung. Rund 2 000 Kolleginnen und Kollegen sahen sich dieses Interview an.

In drei erläuternden Videos wurden die vorgeschlagenen Maßnahmen, die neue Gehaltsanpassungsmethode und Pensionsregelungen näher gebracht. Insgesamt produzierte und veröffentlichte die Hauptdirektion Kommunikation auf EPOtv neun Videos zur Finanzstudie (einschließlich der Aufzeichnungen der Übertragungen und des Liveinterviews).

Außerdem wurde für die Finanzstudie eine eigene Seite im Intranet eingerichtet, die auch ein Postfach für das Feedback der Bediensteten enthielt. Es wurde eine Liste mit rund 120 Fragen und Antworten zusammengestellt, um möglichst alle Anliegen aufzugreifen. Die Fragen der Belegschaft wurden auch als FAQs ins Intranet gestellt. Führungskräfte erhielten Informationsmappen, mit denen sie verbleibende Fragen direkt auf der operativen Ebene klären konnten. Die Finanzstudie, die Liste der 17 potenziellen Maßnahmen und die Anmerkungen des Amts wurden auch der breiten Öffentlichkeit auf der Website des EPA direkt zugänglich gemacht.

- 8 aktuelle Meldungen im Intranet: > 35 000 Aufrufe
- 4 Liveübertragungen an Führungskräfte und Bedienstete
- 1 Liveinterview, rund 2 000 Liveaufrufe
- 3 erläuternde Videos

2.7.2 Ökologische Nachhaltigkeit

Kommunikation – sowohl mit internen als auch externen Stakeholdern – ist ein wesentliches Element des ökologischen Nachhaltigkeitsprogramms des EPA, um für diese Thematik zu sensibilisieren und breite Unterstützung für seine Initiativen zu gewinnen. 2020 wurden mehrere Umweltkommunikationskampagnen zu verschiedenen externen Aktionstagen durchgeführt, unter anderem anlässlich der Earth Hour (28. März), des Welttags des geistigen Eigentums, der unter dem Motto "Innovationen für eine grüne Zukunft" stand (26. April in Zusammenarbeit mit den Ämtern der Mitgliedstaaten für geistiges Eigentum und dem EUIPO), und des Weltumwelttags (5. Juni).

Zum Digital Cleanup Day (19. September) wurden die Bediensteten in einem Intranet-Nachrichtenbeitrag aufgerufen, überflüssige E-Mails und Dateien zu löschen. 2 000 Mal wurde diese Seite aufgerufen. Dank dieser Initiative wurden rund 1,9 Mio. E-Mails mit durchschnittlich 50 KB Daten gelöscht – ein beachtlicher Beitrag zu einer grünen IT im EPA.

Das EPA unterstützte auch ein Gespräch der TedxYouth-Community mit Felix Finkbeiner von "Plant for the Planet" als einem der Referenten am 15. Mai und feierte am 28. September das 25-jährige Bestehen des Gemeinschaftssystems für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung EMAS. Das EPA ist seit elf Jahren nach EMAS zertifiziert. In der Kommunikationskampagne wurden die Gesamteinsparungen in diesem Zeitraum hervorgehoben, um so das Engagement und den Einsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die vom EPA angestrebte Klimaneutralität bis 2030 zu fördern.

Digitaler "Putztag": 1,9 Mio. E-Mails gelöscht

EPA-Belegschaft auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2030 mitnehmen Die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Umweltgruppen des EPA wurde 2020 ebenfalls intensiviert. Am 6. Mai wurde eine virtuelle Präsentation zum Thema "Green Finance" (nachhaltige Kapitalanlagen) durchgeführt, die sich an alle Bediensteten richtete und amtsweit beworben wurde. An der Präsentation, an die sich eine lebhafte Frage-und-Antwort-Runde anschloss, nahmen über 60 Personen teil. Interaktive Workshops zum "Null-Abfall"-Konzept in Zusammenarbeit mit dem Verein Green City in München wurden ebenfalls im November und Dezember durch Öffentlichkeitsarbeit gefördert. Um das Engagement im gesamten Amt weiter zu verbessern, wurde die Belegschaft eingeladen, Videos auf den Facebook- und Instagram-Accounts des EPA zu veröffentlichen, in denen sie erklären, warum ihnen Umweltthemen wichtig sind.

2.8 Sozialer Dialog







Der soziale Dialog umfasst den konstruktiven Austausch mit Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und ihren Vertretern über wichtige Themen und fördert die Konsensbildung. Der Strategieplan 2023 enthält ein klares Bekenntnis des EPA zur Stärkung des sozialen Dialogs und bringt seine feste Überzeugung zum Ausdruck, dass interne Gespräche ein wirksameres Mittel zur Lösung von Problemen sind als rechtliche Auseinandersetzungen.

Um Vertrauen aufzubauen und alle Beschäftigten wirksam zu erreichen, muss der soziale Dialog von einer proaktiven Kommunikationsstrategie unterstützt werden. Zu dieser Strategie gehört es, komplexe Sachverhalte verständlich und zeitnah zu vermitteln, Rückmeldungen von der Belegschaft (beispielsweise über eigene Postfächer, Fokusgruppen u. ä.) einzuholen und in laufende Gespräche einzubeziehen.

Intranet-Bereich für den sozialen Dialog: > 32 000 Aufrufe

Im Berichtsjahr wurden 17 Nachrichtenbeiträge im Intranet veröffentlicht, in denen über alle Besprechungen mit dem Zentralen Personalausschuss, der IGEPA und der FFPE sowie über die Ergebnisse der Sitzungen des Allgemeinen Konsultativen Ausschusses (AKA) berichtet wurde. Diese aktuellen Meldungen erzielten insgesamt über 57 000 Seitenaufrufe.

Neben dieser regelmäßigen Berichterstattung leistete die Hauptdirektion Kommunikation auch umfangreiche kommunikative Unterstützung zu Themen rund um den sozialen Dialog und begleitete unter anderem die Finanzstudie, das Gehaltsanpassungsverfahren, die Reform der Kinderbetreuungs- und Erziehungszulage und die Anerkennung der Promotion als Berufserfahrung.

Diese Unterstützung erstreckte sich über ein breites Spektrum von Kommunikationskanälen: von regelmäßigen Berichten über Arbeitsgruppensitzungen und Listen häufig gestellter Fragen (FAQs) im Intranet bis zu speziellen Website-Bereichen, erläuternden Videos, Webinaren und eigenen Postfächern für Feedback der Beschäftigten.

2.8.1 Wahlen für den Personalausschuss

Angesichts der Pandemie bot das EPA allen Bediensteten, die sich 2020 um einen Sitz im Personalausschuss bewarben, eine neue Online-Kommunikationsplattform für ihre siebenwöchigen Kampagnen an. Dies umfasste einen Intranet-Bereich mit Seiten für jeden der vier Standorte des EPA und einen eigenen Bereich auf der Intranet-Startseite, in dem für die Wahlen geworben wurde. Außerdem wurden rund 20 Bekanntmachungen zusammen mit Videos der Kandidatinnen und Kandidaten veröffentlicht. Um die Wahlbeteiligung zu fördern, wurden an alle Bediensteten an ihren jeweiligen Standorten in München und Den Haag wöchentliche Massen-E-Mails zur Kandidatenvorstellung (mit Fotos, Hintergrundinformationen u. ä.) versendet.

Wahlen für den
Personalausschuss:
22 200 Besuche des
Intranet-Bereichs und
> 15 000 Aufrufe der
Nachrichtenbeiträge

2.9 Kampagne für Veranstaltungen









Die Top-Veranstaltungen des EPA wurden 2020 weltweit von fast 20 000 Zusehern verfolgt.

Im Februar 2020 wurde ein eigener Bereich für Veranstaltungen eingerichtet, der dem Channel Director unterstellt ist. Das fünfköpfige interne Expertenteam ist für die Umsetzung hochkarätiger strategischer Veranstaltungen verantwortlich, an denen der Präsident oder die Vizepräsidenten des EPA direkt beteiligt sind und die eine amtsweite Wirkung haben. Außerdem unterstützt es andere Direktionen bei amtsweiten Veranstaltungen und hilft bei der Konzepterstellung, der Programmentwicklung und anderen Kommunikationsaktivitäten. Das Event-Team organisierte 2020 mehrere wichtige Veranstaltungen, darunter den Europäischen Erfinderpreis 2020, die Konferenz zu 3D-Druckverfahren, den Tech Day und die Konferenz über künstliche Intelligenz (siehe unten sowie Abschnitt 4.4 für alle anderen Veranstaltungen).

2.9.1 Europäischer Erfinderpreis 2020/Wiedersehen mit Erfinderinnen und Erfindern

Der Europäische Erfinderpreis wurde pandemiebedingt auf 2021 verschoben, aber die Hauptdirektion Kommunikation organisierte zwei neue Kampagnen, um die Zeit bis dahin zu überbrücken: "Wiedersehen mit Erfinderinnen und Erfindern" und "Erfinderinnen und Erfinder gegen das Coronavirus". Als Teil der Kampagnen wurden ehemalige Finalisten und Gewinner des Preises eingeladen, über ihre jüngsten Erfolge zu sprechen. Einige ehemalige Finalisten sind intensiv in der Impfstoffentwicklung oder Virusdiagnostik tätig und aufgrund ihres Forschungsgebiets daher führende Experten für das Coronavirus. Insgesamt wurden für die Kampagnen 19 journalistische Videos, zwölf Kurzfilme für soziale Medien und drei Facebook Liveinterviews produziert.

2.9.2 Konferenz zu 3D-Druckverfahren "Shaping tomorrow"

Die gemeinsam vom EPA und EUIPO veranstaltete Konferenz "Shaping tomorrow: 3D printing and its impact on IP", die vom 13. bis 16. Juli stattfand, war das erste rein digitale Großevent des EPA. Fast 2 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer registrierten sich für die Konferenz, über 9 000 sahen sich die Livestreams und Videos an. Insgesamt wurden fast 218 000 Nutzer in den sozialen Medien erreicht.

2.9.3 Kampagne für Studie zur Patentlandschaft

Auf der digitalen Konferenz wurde auch die Studie "Patente und additive Fertigung – Trends bei 3D-Druck-Technologien", begleitet von einer großflächigen Kampagne in der Presse und den sozialen Medien, vorgestellt. Vorher hatte sich das Presseteam des EPA an Medien in sechs Ländern gewandt, um sie für eine Berichterstattung über die Studie zu interessieren und mehr Teilnehmer für die Konferenz zu gewinnen.

Binnen zwei Wochen gingen aus der Kampagne insgesamt 703 Berichte hervor, darunter 157 Beiträge in Printmedien, 526 Online-Artikel, 18 Agenturmeldungen und 2 Beiträge in Rundfunk/Fernsehen mit einer potenziellen Reichweite von über 26 Mio. Menschen. Der errechnete Anzeigenäquivalenzwert belief sich auf über 2,8 Mio. EUR. Einflussreiche Tier-1-Medien veröffentlichten 143 Artikel, und die Studie wurde in den Online-Ausgaben von IP- und anderen Fachzeitschriften in 83 Beiträgen ausführlich behandelt.

2.9.4 Tech Day 2020 des EPA zu künstlicher Intelligenz (KI)

Die erste digitale interne Konferenz des EPA für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Bereichen des Amts fand vom 30. September bis 1. Oktober statt und wurde live auf EPOtv übertragen. Bei dieser internen Veranstaltung wurden die Herausforderungen und Chancen beleuchtet, die KI für die Patenterteilung, insbesondere bei computerimplementierten Erfindungen (CII), mit sich bringt. Die in enger Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen organisierte Veranstaltung wurde von der Belegschaft des EPA sehr gut aufgenommen. Insgesamt verfolgten 1 300 Bedienstete die zweitägige Veranstaltung auf EPOtv, die fachlichen Workshops zu künstlicher Intelligenz verzeichneten 353 Teilnehmer.

2.9.5 Die Rolle von Patenten in einer KI-getriebenen Welt (Konferenz zu künstlicher Intelligenz)

Die zweitägige digitale Konferenz am 17. und 18. Dezember bot ein Forum für die Präsentation hochkarätiger Studien zu künstlicher Intelligenz sowie Beispiele für Patente und praktische Anwendungen von KI-Tools in einem Patentamt. Fast 30 Vortragende führten intensive Diskussionen mit Stakeholdern über KI und neue Zukunftstechnologien. Etwa 3 000 Personen verfolgten die Veranstaltung. Insgesamt hatte die Konferenz an den zwei Tagen 10 535 Zuseher und erreichte über 284 000 Nutzer in den sozialen Medien. Das für die KI-Konferenz entwickelte revolutionäre Konzept, bei dem LED-Screens, Gesichtserkennung und

3D-Animation in Echtzeit zum Aufruf der Avatar-"Daten" zum Einsatz kamen, war ein voller Erfolg und trug dazu bei, dass die Konferenz mit rund 7 500 Interaktionen in den sozialen Medien die erfolgreichste EPA-Veranstaltung des Jahres 2020 war.

3. Kommunikation zur Unterstützung des SP2023

3.1 SP2023-Programme und -Projekte unter der Federführung der Hauptdirektion Kommunikation

3.1.1 Öffentlichkeitsarbeit und Aufklärung

Als ein weltweiter Standardsetter im Bereich des geistigen Eigentums trägt das EPA aktiv dazu bei, Patente und ihre positiven Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft besser bekannt zu machen. Dieses Programm soll die allgemeine Öffentlichkeit und jüngere Generationen inspirieren und die Beziehungen zu den Kommunen der Städte, in denen wir unsere Standorte haben, stärken. Indem es die Wichtigkeit von Patenten aufzeigt, gibt es der Belegschaft zudem das Gefühl, mit ihrer Arbeit etwas Sinnvolles zu tun, und fördert das Mitarbeiterengagement.

Abbildung 2 - Kommunikation für den Strategieplan 2023 des EPA

Programm für Öffentlichkeitsarbeit und Aufklärung						
Projekt 5.4.2.1	Projekt 5.4.2.2	Projekt 5.4.2.3	Projekt 5.4.2.4	Verfolgte Tätigkeit 5.4.2.a	Verfolgte Tätigkeit 5.4.2.b	
Next Generation: Europäischer Erfinderpreis	Nutzung der Macht der Daten	Aufbau einer stärkeren Marke	Engagement für die Kommunen der Standorte	Verbesserung des Austauschs über CoCoNet	Kulturelle Aktivitäten	
EUROPÄISCHER ERFINDERPREIS	DATEN	MARKE	LOKAL	COCONET	KULTUR	

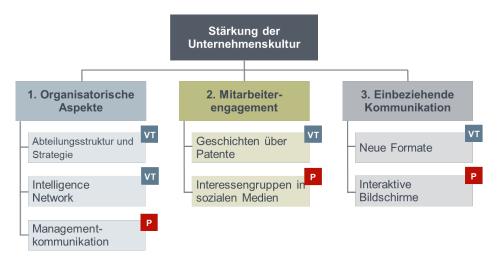
*CoCoNet = Communication Correspondents Network

Quelle: EPA

3.1.2 Stärkung der Unternehmenskultur

Ziel dieses Programms ist es, die Kultur des EPA durch eine wirksame Kommunikation zu fördern, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbezieht. Durch die Vermittlung eines Gefühls der Zusammengehörigkeit mit gemeinsamen Werten, einer gemeinsamen Vision und einem gemeinsamen Auftrag wird dieses Programm das Mitarbeiterengagement positiv beeinflussen. Das Programm umfasst drei Projekte und vier verfolgte Tätigkeiten.

Abbildung 3 – Drei-Säulen-Ansatz zur Stärkung der Unternehmenskultur



Quelle: EPA

Das Programm wurde im April ins Leben gerufen. Für jedes der drei Projekte wurde ein eigenes Projektmanagement ernannt. Zwei verfolgte Tätigkeiten im Projekt zur Managementkommunikation wurden 2020 abgeschlossen: die Umstrukturierung der Hauptdirektion Kommunikation in die Direktionen "Kommunikationskanäle" und "Kommunikationsinhalte" sowie die Auswahl der Bediensteten am Communication Intelligence Network (CIN).

4. Jahresleistung und Auswirkungen

4.1 Online-Kommunikation

4.1.1 EPA-Website

Im Jahr 2020 konzentrierten sich die Inhalte auf der Website des EPA darauf, Fachleuten und Stakeholdern ständig aktualisierte Informationen über die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Geschäftsbetrieb des EPA zur Verfügung zu stellen. Die Website erzielte 2020 insgesamt 63,7 Mio. Seitenaufrufe. Zu den meistbesuchten Bereichen der Website auf Basis dieser Kennzahl gehörten der Bereich zum Coronavirus (COVID-19) für Fachleute (490 000), der Patent Index 2019 (120 000), der Jahresrückblick (45 000) und der Bereich "Kampf gegen Corona" (29 000).

1 000 000 860 026 900 000 754 045 708 934 800 000 700 000 590 345 550 247 544 257 ⁵⁶¹ 226 600 000 533 293 501 666 505 840 480 966 _{430 217} 514 023 506 417 474 873 463 316 440 582 418 025 420 164 500 000 506 435 455 124 402 695 400 000 438 786 300 000 370 280 200 000 100 000 Ω Feb Juli Okt. Jan. März April Mai Juni Sept. Nov. Dez Aug. 2020 --2019

Abbildung 4- Besuche auf epo.org (einschließlich Version für Mobilgeräte)

Hinweis: Seit März 2020 werden verschiedene Robots rückwirkend aus den Daten der letzten 13 Monate eliminiert. Für Januar und Februar 2019 sind daher nur Daten verfügbar, die diese Robots noch enthalten. Statistisch sind diese Zahlen nicht mit den Zahlen für spätere Zeiträume vergleichbar.

Quelle: EPA

4.1.2 EPA-Intranet

2020 wurde das Intranet weiterentwickelt und um neue Funktionen ergänzt. Beispiele hierfür sind ein Promotion-Bereich auf der Startseite und die Einführung des Digital Hub sowie die Bereitstellung zusätzlicher Inhalte auf mehreren Dutzend neuen Site-Bereichen, insbesondere für den SP2023. Die Situation infolge der COVID-19-Pandemie und die Telearbeit hatten große Auswirkungen auf die Nutzung des Intranets und führten zu einer massiven Zunahme der veröffentlichten Informationen und der Seitenbesuche durch die Nutzer.

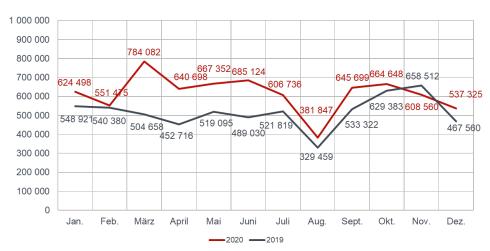


Abbildung 5 – Seitenaufrufe im Intranet (2019 ggü. 2020)

Quelle: EPA

Gesamt 1 457 2020 450 587 420 **Nachrichten** 1 075 2019 281 600 Nachrichten 0 1 000 1 250 250 500 750 1 500

Life-Kanal

Kanal für

Organisatorisches

Abbildung 6 - Anzahl der im Intranet veröffentlichten Nachrichten (2019 ggü. 2020)

Quelle: EPA

4.1.3 Podcasts

Kanal für Betriebliches (ohne

Stellenausschreibungen)

Im September startete die Hauptdirektion Kommunikation den Podcast-Kanal des EPA "Talk innovation". Der Podcast unterstützt den SP2023, weil er der Zuhörerschaft die Möglichkeit bietet, das EPA, das Patentsystem und Innovationen über ein unterhaltsames und zugleich informatives Medium besser kennenzulernen. Die Inhalte stammen dabei hauptsächlich von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des EPA. 2020 wurden insgesamt 19 Folgen veröffentlicht, die rund 5 700 Mal angehört wurden. Die Social-Media-Kampagne, mit der die Podcast-Folgen beworben wurden, hatte eine Reichweite von rund 360 010 Personen. Das Trailer-Video wurde fast 42 000 Mal aufgerufen.

4.2 Soziale Medien

Die Aktivitäten des EPA in den sozialen Medien hatten 2020 eine höhere Wirkung. Auf den Social-Media-Kanälen des EPA wurden über 3 300 Beiträge veröffentlicht – 30 % mehr als im Jahr 2019. Die Social-Media-Community des EPA wuchs um 15 % auf über 229 000 (2019: rund 198 500) Nutzer. Die auf Twitter, Facebook, LinkedIn und Instagram veröffentlichten Videos erzielten über 2,2 Mio. Aufrufe. Im letzten Jahr wurden über 20 externe Kommunikationskampagnen in sozialen Medien organisiert. Die Werbekampagnen auf Facebook erreichten über 7 Mio. Nutzer mit über 120 000 Interaktionen (Likes, Klicks, geteilten Beiträgen, Kommentaren usw.) und über 6 000 Click-Throughs zur Website des EPA. Die Liveberichterstattung auf Twitter (über 50 Livebeiträge) und Instagram (über 100 Instagram-Storys) für die Konferenzen zu 3D-Druckverfahren und künstlicher Intelligenz förderte die Reichweite und Nutzung an den Veranstaltungstagen.

Tabelle 3 – Entwicklung der Wirkung in den sozialen Medien 2019 ggü. 2020

Wirkung	2019	2020
Reichweite	47 676 730	18 293 681
Interaktionen (Engagement)	2 580 578	343 550
Klicks auf Links in den Beiträgen	106 762	84 812
Videoaufrufe auf YouTube	303 711	292 235
Wachstum der Follower (netto)	57 268	33 083
Gesamtzahl veröffentlichter Beiträge	2 554	3 387

Quelle: EPA

Die hohen Werte 2019 (Reichweite, Interaktionen, Klicks) sind auf vier virale Videos anlässlich des Europäischen Erfinderpreises zurückzuführen.

4.2.1 Neue Social-Media-Aktivitäten 2020

Für den Europatag, den Weltgesundheitstag, das **EMAS** und #EPOstrongtogether wurden neue Kampagnen zur Förderung des Mitarbeiterengagements gestartet. Um die Beteiligung des oberen Managements zum Ausdruck zu bringen, wurden auch Social-Media-Kampagnen mit Videos des Präsidenten und der Vizepräsidenten auf den Weg gebracht. Im Mittelpunkt der Aktualisierungen auf dem YouTube-Kanal des EPA standen eine engere Zusammenarbeit mit den nationalen Patentämtern, eine Neuordnung der umfangreichen Online-Videobibliothek und eine bessere Strategie für den Einsatz von Metatags. Diese Maßnahmen führten zusammen zu einem 50prozentigen Anstieg der Abonnentenzahl für den Kanal. Das EPA lancierte auch ein neues Konzept für seinen Instagram-Auftritt mit neuen Arten von Inhalten und interaktiven Storys, um mehr Follower zu gewinnen.

4.3 Veranstaltungen

Das Event-Team führte 2020 mehrere hochkarätige Veranstaltungen durch und stand anderen Abteilungen des EPA bei der Organisation von Veranstaltungen mit strategischer Wirkung beratend zur Seite. Nach dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie wurden alle amtsweiten Veranstaltungen auf ein rein digitales Format umgestellt. Das Team realisierte Kampagnen für vier große Veranstaltungen, die in Abschnitt 2.9 dieses Berichts näher beschrieben sind, und organisierte und unterstützte daneben auch andere strategische Veranstaltungen ("All Together der GD 1", CodeChallenge, "East meets West" und die Zeremonie zum Auftakt des Programms "Pan-European Seal").

4.3.1 Externe und interne strategische Veranstaltungen

Im Juli hielt das Communication Correspondents Network (CoCoNet), das sich aus Kommunikationsexperten der nationalen Ämter für geistiges Eigentum zusammensetzt und gemeinsam vom EPA und EUIPO koordiniert wird, seine erste Online-Tagung ab. Die Mitglieder sprachen über bewährte Verfahren für den Umgang mit der Coronakrise als Kommunikatoren und tauschten Ideen und Erfahrungen aus.

Die Jahrestagung des CoCoNet fand im Oktober als virtuelles Treffen statt. Eine Schulungsveranstaltung unter der Leitung eines externen Experten befasste sich mit dem Thema Krisenkommunikation. Der Jahresarbeitsplan des Netzwerks für 2021 und Vorschläge für gemeinsame Kommunikationskampagnen wurden ebenfalls auf der Tagung erörtert. An der Veranstaltung nahmen über 40 für Kommunikation zuständige Kolleginnen und Kollegen aus ganz Europa teil.

4.3.2 Unterstützung anderer strategischer Veranstaltungen des EPA

4.3.2.1 Auftaktzeremonie zum Programm "Pan-European Seal"

Am 16. September wurde die erste virtuelle Zeremonie zum Start des Trainee-Programms "Pan-European Seal" für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer live auf EPOtv übertragen. Die Liveübertragung und die Aufzeichnung der Feier wurden über 360 Mal angesehen. Die interaktive Zeremonie schloss mit einer Podiumsdiskussion, bei der die Projektleitungen des "Pan-European Seal" über die Entwicklung des Programms und seine weitreichende Wirkung sprachen.

4.3.2.2 Virtuelle Townhall-Veranstaltungen

Im Oktober hielt das EPA seine erste virtuelle Townhall-Versammlung ab. Das "All Together der GD 1" sollte ein Forum für einen direkteren Austausch mit und zwischen Prüfern, Formalsachbearbeitern und dem oberen Management bieten. Vier Diskussionsrunden befassten sich mit wichtigen Themen in den Kernbereichen Strategie, Qualität, IT und Menschen. An den Veranstaltungen nahmen 14 Vortragende aus der gesamten Organisation teil. 2 700 Bedienstete verfolgten das Event über MS Teams.

4.3.2.3 East meets West 2020

Die Jahreskonferenz "East meets West" begann am 23. November. An den drei Konferenztagen wurden verschiedene wichtige Themen erörtert, darunter Gesetzesänderungen, sprachübergreifende Recherchemöglichkeiten und die durch künstliche Intelligenz (KI) eröffneten Chancen. Mehr als 100 Personen aus 15 Ländern meldeten sich an, die höchste Teilnehmerzahl in der Geschichte dieser Veranstaltung. Durch die Umstellung auf ein Online-Format konnten erstmals auch Bedienstete des EPA an der Konferenz teilnehmen.

4.3.2.4 EPA-CodeChallenge

Am 25. November fand die Preisverleihung zur ersten EPA-CodeChallenge statt. Die Programmierer hatten an einem internen sechswöchigen Codierungswettbewerb teilgenommen, bei dem mithilfe künstlicher Intelligenz (KI) ein reales Problem aus der Praxis gelöst werden sollte: die automatische Klassifikation von Klimaschutztechnologien. Insgesamt nahmen 68 Bedienstete, 11 Teams und 33 Einzelpersonen an dem Wettbewerb teil und setzten ihr Programmierkönnen ein, um an KI-getriebenen Lösungen zu arbeiten, die Y02- und Y04-Patente automatisch klassifizieren. Die Preisverleihung wurde von 210 Zusehern verfolgt. Das Gesamtengagement in den sozialen Medien (Likes, geteilte Beiträge usw.) lag bei 274 Personen.

4.4 Presse

Die Presseabteilung kümmert sich um die Beziehungen des EPA zu den Medien, überwacht die Berichterstattung in den Medien, führt Medienkampagnen durch, koordiniert Interviews und fördert und schützt so das Ansehen des Amts nach außen. Im Jahr 2020 bearbeitete das Presseteam fast 260 Medienanfragen, darunter fast 30 Anfragen zum Coronavirus. Gemeinsam mit dem für soziale Medien zuständigen Team setzt es sich aktiv dafür ein, Fehlinformationen zu bekämpfen.

Die Presseabteilung organisierte vier große Medienkampagnen für die Berichte des EPA (Einzelheiten siehe unten). Hierfür wurden 34 Medieninterviews mit der oberen Führungsebene, Patentprüfern und Experten des EPA durchgeführt, an denen auch renommierte Nachrichtenagenturen wie dpa, Europe 1 und Bloomberg beteiligt waren. Neben diesen Kampagnen wurden 18 Pressemitteilungen zu einem breiten Themenspektrum ausgesendet. Darin ging es unter anderem über als Videokonferenz durchgeführte mündliche Verhandlungen, den Start der Plattform "Kampf gegen Corona" und die Entscheidung des EPA für die Zurückweisung von zwei europäischen Patentanmeldungen, in denen ein KI-System als Erfinder genannt war.

Das Presseteam beobachtete zudem Tausende Medienbeiträge aus der ganzen Welt und erstellte einen täglichen Pressespiegel für das Management. Im Rahmen dieses Monitoring wurden zusätzlich zu den vorstehenden Kampagnen über 1 000 Artikel gefunden, in denen das EPA erwähnt wird.

4.5 Visuelle Kommunikation

Das Team für visuelle Kommunikation unterstützt die Hauptdirektion Kommunikation und das gesamte Amt mit Grafikdesign und audiovisuellen Dienstleistungen. Grafikdesign umfasst die Konzeption, den Entwurf und das Layout von Medien, Beratung über die richtige Anwendung der Corporate-Identity-Richtlinien des EPA, Unterstützung bei der Erstellung von Schulungs- und Veranstaltungsunterlagen und Fotoaufnahmen. Zu den audiovisuellen Dienstleistungen gehören die Planung und Produktion von Videos, Animationen und digitalen Veranstaltungen und das Filmen von Videobotschaften.

4.5.1 Grafikdesign

Seitdem der Bereich Grafikdesign in der Hauptdirektion Kommunikation angesiedelt ist, konzentriert er sich auf die strategische Kommunikation. Dies spiegelt sich auch in der Inanspruchnahme der Grafikdesign-Dienstleistungen nach Abteilungen wider. Infolge der Pandemie und dank der Aufklärungskampagne des Grafikdesign-Teams ist das Volumen an Drucksachen 2020 signifikant zurückgegangen. Die Zielvorgabe für 2020 lautete ursprünglich, 20 % digitale Kommunikationsprodukte und 80 % Drucksachen zu erstellen. Dieser Wert wurde am Ende mit einem Verhältnis von 90 % digital zu 10 % Drucksachen sogar noch übertroffen.

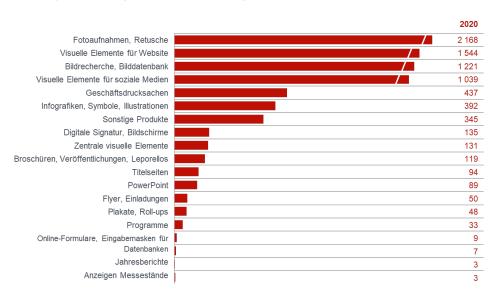


Abbildung 7 – Leistungsspektrum Grafikdesign im Jahr 2020

Quelle: EPA

4.5.2 Audiovisuelle Kommunikation

Das audiovisuelle Team des EPA ist für die Produktion von Unternehmensvideos, die Organisation von Liveübertragungen von Veranstaltungen des Amts und Filmaufnahmen von Personen in leitenden Positionen für Kommunikationszwecke verantwortlich. Im Jahr 2020 nahmen die Übertragung von Tagungen, Videobotschaften und Videos im Allgemeinen aufgrund der Pandemie sprunghaft zu, wobei die Kommunikationskampagne zu COVID-19/"Strong Together" ebenfalls eine hohe Nachfrage nach audiovisuellen Inhalten auslöste.

Darüber hinaus wurden auch sehr viele audiovisuelle Inhalte für den SP2023 erstellt. Der Fokus lag hier auf der Einführung der neuen Formate "Talk Digital" und "Talk Quality". Für diese virtuellen Gesprächsrunden wurde ein neues virtuelles Studio eingerichtet.

23
Unternehmensvideos
9 Liveübertragungen
von Veranstaltungen
des Amts
8 Videobotschaften
von der oberen
Führungsebene
43 Videos für die
Website "Strong
Together"

4.6 Lokale Partnerschaften

2020 gründete das EPA einen neuen Bereich für lokale Partnerschaften, um enge, langfristige Beziehungen zu den Kommunen an allen Standorten des EPA zu fördern. Ziel ist es, die Rolle des EPA als eine verantwortungsvolle Organisation im Dienst der Öffentlichkeit hervorzuheben, die Innovationen unterstützt, um zu einer sicheren, intelligenteren und besseren Welt beizutragen, und das Leben der Menschen vor Ort bereichert. 2020 wurde rund die Hälfte der mit Kooperationspartnern geplanten Aktivitäten aufgrund der Pandemie abgesagt oder verschoben. Das Team konzentrierte sich deshalb auf konzeptionelle Arbeiten und eine Lückenanalyse in Bezug auf das lokale Engagement als verantwortungsvoller "Unternehmensbürger" und die CSR-Strategien anderer Körperschaften.

Zu den 2020 durchgeführten Maßnahmen zählten:

- Sponsoring-Partner und virtueller Teilnehmer der ersten digitalen TEDxYouth@München unter dem Motto "Unstoppable" (15. Mai). Die Veranstaltung, die sich an ein jüngeres Publikum richtet, befasste sich mit verschiedenen wichtigen Themen wie Nachhaltigkeit, Diversität und Unternehmertum. Die Kommunikationsaktivitäten konzentrierten sich auf soziale Netzwerke (Twitter, Facebook, Instagram und YouTube). Gesamtzahl der Nutzer, die über soziale Medien erreicht wurden: 19 283; Gesamt-Engagement auf sozialen Medien (Likes, geteilte Beiträge usw.): 432
- Virtuelle Teilnahme des EPA am JustPeace Festival in Den Haag (20. September bis 24. Oktober), bei dem ein Interview mit Vizepräsident Stephen Rowan geführt wurde
- VIP-Führung durch die Kunstsammlung des EPA mit Cocktailempfang für 25 Mitglieder der Jungen Förderer des Lenbachhauses, eines städtischen Museums für zeitgenössische Kunst in München (12. Februar)
- Inauftraggabe einer exklusiven Art-Edition (mit 30 Exemplaren) als Geschenk für VIPs, die aus einer neuen Zusammenarbeit mit einem schwedischen Künstler aus der EPA-Kunstsammlung entstanden ist.
- Veröffentlichung der ersten drei Intranet-Nachrichtenbeiträge zur Kunstsammlung des EPA
- Kauf von 40 Kunstwerken aus elf Ländern für die EPA-Kunstsammlung mit einem eigenen Bereich, der der Förderung lokaler Künstlerinnen und Künstler gewidmet ist.
- Produktion eines 35-minütigen Dokumentarfilms zur EPA-Kunstsammlung mit Drehorten in fünf Ländern. Darin sind 50 Meisterwerke und 20 Interviews zu sehen. Dies ist der erste Meilenstein der neuen Digitalstrategie des EPA für Kunst und Kultur, der ausdrücklich die Bedeutung von Kunst in der digitalen Arbeitswelt herausstellt.