



Checkliste

Kommunikationsmassnahmen im Rahmen der KAP-Ebene Öffentlichkeitsarbeit

Prozess: Planung von Kommunikationsmassnahmen

Das Ziel der Kommunikation ist, Wissen, Erfahrung und Botschaften in der geforderten Qualität, zeitgerecht und effizient an die definierten Zielgruppen zu transportieren. Die Kommunikationsmassnahmen unterstützen die Massnahmen der anderen KAP-Ebenen und tragen dazu bei, die KAP-Ziele zu erreichen.

Mit der integrierten Kommunikation wird sichergestellt, dass die Massnahmen und Instrumente richtig aufeinander abgestimmt sind. Dies basiert auf einem Prozess: Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle der gesamten internen und externen Kommunikation.

Nachfolgend wird dieser Prozess beschrieben:

Prozessschritt	Fragestellungen
1. Situationsanalyse	<p>Welches Thema soll behandelt werden? Was ist die Ausgangssituation und welche Rahmenbedingungen gilt es zu beachten? (Analyse der Umfeldfaktoren wie Trends, gesellschaftsrelevante Themen usw.)</p> <p>Wichtige Fragestellungen dazu sind:</p> <ul style="list-style-type: none">• Was wissen wir über verschiedene Bevölkerungsgruppen?• Wie sind deren Lebensumstände?• Welche Vorkenntnisse haben sie, wo beziehen sie Informationen?• Wie verhalten sie sich, welche Angebote nutzen sie?• Welches Verhalten wird angestrebt, bzw. in welchen Lebensbedingungen soll interagiert werden und wofür?• Was unterstützt und was hemmt die verschiedenen Zielgruppen, das angestrebte Verhalten zu adaptieren?• Was soll erreicht werden und zu welchem Zweck?
2. Ziele festlegen	<p>Welches Wissen (Wissens-, Verhaltens-, Einstellungsziele) sollen die verschiedenen Zielgruppen durch unsere Kommunikationsmassnahmen erwerben? Wofür sollen sie sensibilisiert werden?</p> <p>Wichtige Fragestellungen dazu sind:</p> <ul style="list-style-type: none">• Was ist das Hauptziel? Was sind Teilziele?• Bis wann soll wer was wissen (kurz-, mittel- und langfristig)?• Soll ein Wissen vertieft (qualitatives Ziel) oder in der Bevölkerung verbreitet werden (quantitatives Ziel)? <p>Wichtig: messbare Ziele setzen (Spezifisch Messbar Attraktiv Realistisch Terminiert)</p>
3. Zielgruppe(n) definieren	<ul style="list-style-type: none">• Wer ist/sind die Zielgruppe(n)?• Welche Zielgruppe hat welche Priorität?• Wie und wo ist die Zielgruppe am besten erreichbar?• An wen (Multiplikator_innen, Partner_innen) wenden wir uns, um obenstehende Ziele zu erreichen?

<p>4. Botschaft und Positionierung definieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Welches ist die Kern- und ggf. Nebenbotschaft? • Wie positionieren wir uns? • Welches Wording passt zur Zielgruppe? • Welche Tonalität passt zu unserem Corporate Wording?
<p>5. Instrumente und Massnahmen festlegen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Botschaft wird mit welchen Instrumenten/Massnahmen, von welchem Absender, wann, über welchen Kanal, mit welchem Ziel, welcher Zielgruppe kommuniziert? • Welche Partner_innen könnten als Multiplikator_innen fungieren? • Welche Partner_innen/Organisationen/Behörden usw. müssen worüber informiert werden?
<p>6. Niederschwelligkeit prüfen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entspricht die Sprache den Regelungen des Corporate Wording? • Befolgt sie die Empfehlungen der einfachen Sprache? • Berücksichtigt sie die Aspekte der Chancengleichheit? • Versteht/en die Zielgruppe(n) die Botschaft? <p>Tipp: Botschaften bzw. Massnahmen von Zielgruppe(n) testen lassen und/oder diese in die Entwicklung einbeziehen.</p>
<p>7. Implementierungsplan erstellen, Ressourcen zuteilen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wer macht was und wann? • Wer ist wofür verantwortlich? Tipp: eine RACI-Chart erstellen. • Braucht es zusätzliche personelle Ressourcen oder weitere Partnerschaften? • Welche Informationssysteme und Arbeitsinstrumente braucht es?
<p>8. Budget erstellen</p>	<p>Was kosten Massnahmen, Evaluation und ggf. zusätzliche Ressourcen usw. (Punkt 7)?</p>
<p>9. Evaluation: Wirksamkeit der Kommunikationsmassnahmen prüfen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wer (verantwortliche Person/ausführende Stelle) überprüft was (Ziel), bei wem (Zielgruppe), wie (Kontrollmethode), wann (Zeitpunkt) und wie oft (Kontrollhäufigkeit)? • Wurden die Ziele erreicht? • Wurden die Ressourcen zweckmässig und effizient eingesetzt? • Sind die Massnahmen wirksam?