### Vorlage Kommunikationskonzept

Das Kommunikationskonzept dient der Planung der Kommunikation des Projekts nach innen (eigene Organisation, Begleitgruppe, Kooperationspartner etc.) und nach aussen (politische Gemeinden, Einrichtungen der OKJA, Fachpersonen aus Fachorganisationen und kantonalen Fachstellen, Öffentlichkeit und Politik).

**Kommunikation nach innen** (eigene Organisation, Begleitgruppe, Kooperationspartner etc.)

Es ist wichtig, dass die betroffenen Personenkreise möglichst früh über die Entwicklung des Projekts informiert werden. Das Kommunikationskonzept sollte Folgendes beinhalten:

**A. Kommunikation im Vorfeld des Projekts**

* Vorstellung und Diskussion des Projekts in der eigenen Organisation in der Entwicklungsphase
* Vorstellung und Diskussion des Projekts gegenüber Kooperationspartner\*innen in der Entwicklungsphase

**B. Kommunikation während der Projektumsetzung**

* Festlegung von Zeitpunkten und Formen der internen Kommunikation (wer wird wann worüber informiert, Definition von Meilensteinen z. B. Präsentation von Zwischenergebnissen)

**C. Kommunikation zu Projektende**

* Interne Präsentation zentraler Ergebnisse, Folgerungen für die eigene Organisation (ggf. auch mit/für Kooperationspartner\*innen) ableiten
* Verdankung aller Beteiligten

**Kommunikation nach aussen (politische Gemeinden, Einrichtungen der OKJA, Fachpersonen aus Fachorganisationen und kantonalen Fachstellen, Öffentlichkeit und Politik)**

Bei der Kommunikation nach aussen gilt es, die Ergebnisse und Prozesse der fortlaufenden Projektphasen im Blick zu behalten und wiederkehrend zielgruppengerecht über diese zu informieren.

**A. Kommunikation im Vorfeld des Projekts**

Idealerweise erfolgt die Kommunikation etwa 2–3 Monate im Vorfeld des Projekts. Zu den Aufgaben gehören:

* Vorabinformation zum Projekt erstellen, der Begleitgruppe für Feedback zukommen lassen, Rückmeldungen einarbeiten. Wichtig ist, Transparenz über das Projekt, über die Art der erhobenen Daten und den Umgang damit zu schaffen sowie den Befragten den konkreten Nutzwert für sie aufzuzeigen, um ihre Motivation zur Teilnahme zu erhöhen.
* Ggf. wird eine Informationsveranstaltung zum Projekt organisiert und werden alle zu befragenden Personenkreise dazu eingeladen. Alternativ können zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen ein Weg sein.
* Ggf. erscheinen Vorabinformation und eine Kurzbeschreibung des Projekts auf Webseiten im Kanton (Kantonale Fachstelle Kinder- und Jugendförderung, OKJA etc.).
* Ggf. Versand einer Medienmitteilung zum Projekt und dem aktuellen Zwischenstand.
* Ggf. Recherche der Adressen der zu befragenden Personenkreise, um die Vorabinformationen und später die Einladungsschreiben zu versenden. Hier kann sich auch eine telefonische Kontaktaufnahme lohnen.
* An alle zu befragenden Personenkreise wird postalisch/per E-Mail eine Vorabinformation geschickt, ggf. mit entsprechenden Anweisungen zum Weiterleiten.

**B. Kommunikation während der Projektumsetzung**

Für die Kommunikation während der Projektumsetzung bietet sich folgendes Vorgehen an:

* Schriftliche Information über Projektverlauf und künftige Projektphasen an die Stakeholder, ggf. Medienmitteilungen (in Rücksprache mit Begleitgruppe).
* Informationsveranstaltungen für die am Projekt beteiligten Akteur\*innen.
* Einladungsschreiben für die Datenerhebungen erstellen, der Begleitgruppe für ein Feedback zukommen lassen und Rückmeldungen einarbeiten.
* An alle zu befragenden Personenkreise wird postalisch/per E-Mail ein Einladungsschreiben geschickt, ggf. mit entsprechenden Anweisungen zum Weiterleiten.
* Versand eines ersten Reminders postalisch/per E-Mail jeweils 14 Tage nach dem Start der Datenerhebungen, ggf. zweiter Reminder ein bis zwei Wochen nach dem Versand des ersten Reminders. Es können sich auch telefonische Nachfragen lohnen.

**C. Kommunikation zu Projektende**

Im Projekt involvierte Personen interessieren sich in aller Regel für die Ergebnisse des Monitorings und der Strategieentwicklung. Eine umfangreiche Kommunikation über das Projektende hinaus ist auch mit Blick auf die Umsetzung der Strategie zielführend. Greifen Sie bei der Ausgestaltung der Kommunikation auf die Erfahrungen der Mitglieder von Begleitgruppen zurück, um eine zielgruppengerechte Kommunikation sicherzustellen.

* **Ggf. Darstellung zentraler Ergebnisse des Monitorings und der Strategieentwicklung auf Webseiten im Kanton (Kantonale Fachstelle Kinder- und Jugendförderung, OKJA etc.) und auf nationaler Ebene (www.kinderjugendpolitik.ch/bestandesaufnahme/kantone).**
* **Ggf. zielgruppengerechte Ergebnisberichte mit Handlungsempfehlungen an die im Projekt beteiligten Akteur\*innen (z. B. politische Gemeinden, OKJA, Freiwilligen-Organisationen etc.).**
* **Ggf. Informationsveranstaltung mit einer Präsentation zentraler Ergebnisse und Verdankung aller Beteiligten.**
* **Ggf. Medienmitteilung zum Gesamtprojekt mit Endergebnissen und Folgerungen.**