

Pilotprojekt Quartierentwicklung Suhr / Mobile Quartierarbeit

Rahmenkonzept „Kommunikation“

Verabschiedet von der Steuergruppe ‚Pilotprojekt Quartierentwicklung / Mobile Quartierarbeit‘
am 25.4.2017

Zitiervorschlag:

Humm, Annemarie und Drilling, Matthias (2017) Rahmenkonzept „Kommunikation“. Pilotprojekt Quartierentwicklung Suhr/Mobile Quartierarbeit. Ein Pilotprojekt der Gemeinde Suhr und der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW. Basel/Suhr: Institut für Sozialplanung, Organisationaler Wandel und Stadtentwicklung/Gemeinde Suhr.

1. Hinweis

Dieses Konzept lehnt sich an das Konzept „Integrierte Kommunikation“ der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW an. Das heisst, dass Teile daraus entnommen sind bzw. auf die Situation in Suhr adaptiert wurden. Dies wurde deshalb möglich, weil die Hochschule für Soziale Arbeit, die das Projekt im Auftrag des Gemeinderates operativ verantwortet, auf die Kompetenzen der eigenen Fachstellen zurückgreifen konnte.

2. Ausgangslage

Das Pilotprojekt Quartierentwicklung / Mobile Quartierarbeit hat zum 1.10.2016 gestartet und verpflichtet sich, Aufbauarbeit für die soziale Entwicklung der Gemeinde zu leisten. Damit wird die Kommunikation nach innen und aussen zu einer zentralen Aufgabe.

Kommunikation ist darauf ausgerichtet, ein für die Zielgruppen der Kommunikation konsistentes Erscheinungsbild über das Projekt zu vermitteln. Dabei muss die Kommunikation situations- und bedarfsgerecht sein.

Das Aufgabenspektrum der Kommunikation des Pilotprojektes ist breit, denn die einzelnen Projekte decken eine grosse Vielfalt ab, sie werden von unterschiedlichen Anspruchsgruppen mit gestaltet oder sogar weitgehend selbständig geführt. Das stete Wachstum des Pilotprojektes mit seinen Einzelprojekten wird zu einem wachsenden Kommunikationsvolumen führen.

Herausfordernd ist zudem, dass die Öffentlichkeitsarbeit seit einiger Zeit stark im Wandel begriffen ist: Neben dem Internet, welches sich als Leitmedium etabliert hat, werden Soziale Medien und E-Newsletters zur Kommunikation mit den verschiedenen Ziel- und Anspruchsgruppen eingesetzt. Aufgrund beider Phänomene steigt die Notwendigkeit, die Kommunikation zu ordnen, zu steuern, konsequent auszurichten und zu koordinieren.

3. Zweck

Das vorliegende Kommunikationskonzept bezweckt,

- die Grundlagen für die unterschiedlichsten Kommunikationsaktivitäten des Pilotprojektes festzuhalten und einen Rahmen der Kommunikationsaktivitäten des Pilotprojektes zu definieren
- die interne und externe Kommunikation zu verschriftlichen und für alle Beteiligten nachvollziehbar zu machen
- die Arbeit regelmässig zu reflektieren und damit die Grundlage zu schaffen und eine klare Kommunikationsstrategie zu entwickeln, um die Prägnanz des Auftritts des Pilotprojektes inhaltlich und optisch zu gewährleisten
- darzulegen, wie über verschiedene Kommunikationsformate die Bevölkerung in den Quartierentwicklungsprozess einbezogen werden kann.

4. Kommunikationsbereiche

Interne Kommunikation: in die Verwaltung

Konzeption und Umsetzung von internen Informations- und Kommunikationsaktivitäten, insbesondere elektronische Kanäle, in Zusammenarbeit mit den anderen (Fach)Stellen des Bereichs Gesellschaft.

Externe Kommunikation: in die Gemeinde

Konzeption und Umsetzung von externen Informations- und Kommunikationsaktivitäten, insbesondere über Print-, elektronische und Online-Kanäle sowie in Form von Veranstaltungen.

5. Kommunikationspotenzial

Die Dynamik des Pilotprojektes und seine vielfältigen Aufgaben eröffnen die Möglichkeit, häufig und über attraktive Themen zu kommunizieren. Die Verästelung steigert aber auch die Ansprüche an die Kommunikation und bringt die Gefahr der Verzettelung mit sich, da viele spannende Puzzlesteine nebeneinander nicht zwingend ein gemeinsames Bild schaffen. Die Kongruenz und Vernetzung aller Aktivitäten ist demzufolge eine zentrale, kontinuierliche Aufgabe der Kommunikation. Dazu bieten sich mehrere Schwerpunkte an:

Steuern

Investition in eine strategische Klammer, die Leitplanken für alle Kommunikationsaktivitäten setzt, dadurch Verbindlichkeit schafft und Orientierung bietet.

- Fachkonzept Pilotprojekt
- Konzepte zu Teilaufgaben und Schwerpunktaktivitäten (z.B. Konzept ‚Gemeinwohlorientierte Zwischennutzung‘, Kommunikationskonzept, etc.)

Themenführerschaft (Agenda Setting)

Mit Beginn des Pilotprojektes werden erstmal in der Gemeinde sozialraumrelevante Fragestellungen nicht mehr nur punktuell, sondern strategisch und längerfristig thematisiert. Dieses Kommunikationsziel wird unterstützt durch:

- Website Pilotprojekt auf der Gemeinewebsite (Entwickeln einer eigenen Website zu prüfen)
- Vernetzung / links zu anderen Websites innerhalb und ausserhalb der Gemeinde
- Verfassen von Beiträgen (z.B. in SuhrPlus)
- Regelmässige Pressemitteilungen an Zeitungen, Radio, etc.
- Flyer, Plakate und Infotafeln zu speziellen Veranstaltungen mit Wiedererkennung
- Regelmässige Präsenz an Veranstaltungen der Gemeinde
- Regelmässige Zusammenreffen mit der Bevölkerung und Anspruchsgruppen (z.B. Resonanzgruppe, Infoforum, Workshops)
- Grundsätzliche Ansprechbarkeit im Alltag (inkl. Tage der offenen Tür, nationale Aktionstage)

Kanalisisieren

Investition in die inhaltliche Steuerung der einzelnen Kommunikationsplattformen (Crossmedialität).

Eine der grossen Herausforderungen in der Kommunikation des Pilotprojektes ist es, die gleichen Themen/Inhalte für verschiedene Kanäle empfängergerecht aufzubereiten und zu distribuieren. Website, Medienarbeit, Social Media, Broschüren etc. Es ist zu klären, welches Medium stärker als Imageträger gewichtet werden soll und evtl. in einem professionellen Layout und mit einem hohen Bildanteil extern gelayoutet wird.

6. Beziehungsnetz

Nachfolgende Abbildung zeigt das Netz der wichtigsten Kommunikationsbeziehungen (Stakeholder-Mapping) des Pilotprojektes. Die meisten Beziehungen werden direkt gepflegt, auf andere Beziehungen wirkt die Arbeit indirekt ein, zum Beispiel via Medienarbeit. Die Prioritäten der einzelnen Dialoggruppen verschieben sich je nach Kommunikationsaufgabe.



Abb. Stakeholder-Mapping Pilotprojekt Quartierentwicklung / Mobile Quartierarbeit Suhr

7. Generelle Kommunikationsziele

Das Pilotprojekt verfolgt in seiner Kommunikation vorrangig folgende Ziele:

- Bei den relevanten Stakeholdern den Bekanntheitsgrad des Pilotprojektes erhöhen,
- Wissen über das Pilotprojekt und dessen Leistungsausweis schaffen,
- Wissen über die strategische Ausrichtung der sozialen Quartierentwicklung in Suhr vertiefen,
- Wissen über die Angebote des Pilotprojektes schaffen,
- die Positionierung (und Differenzierung) intern und extern als übereinstimmendes Meinungsbild zu verankern,
- intern wie extern das Vertrauen in das Pilotprojekt aufbauen, festigen und erhöhen,
- die Dialog- und Kooperationsbereitschaft intern wie extern fördern,
- intern wie extern Commitment und aktive Bindung schaffen
- und dadurch den Akquisitionserfolg (neue Projekte, Kooperationen, etc.) unterstützen.

8. Kommunikationsstrategie

Leitidee

Die folgenden Stichwörter prägen die Wahl und Ausgestaltung der Kommunikation in der Absicht, die Positionierung des Pilotprojektes zum Ausdruck zu bringen und wahrnehmen zu lassen:

Quartierentwicklung	Partizipation / Beteiligung	Teilhabe
Vielfalt Integration	Interaktion Empowerment	Qualität Selbstorganisation

Verhaltens- und Vorgehensweise

- **Echtheit:** Zugängliche, offene, authentische, statusfreie, unaufgeregte, aber gleichzeitig lebendige, abwechslungsreiche Kommunikation. Hohe sprachliche Verständlichkeit, die Kompetenz/Expertise belegt, sich aber an der Praxis- und Alltagssprache orientiert.
- **Aktualitätsbezug:** Zeitnahe, vorausschauende Kommunikation, rasche Reaktionszeiten, im Kontext der aktuellen Themen, Bezüge herstellen.
- **Dialog und Kooperation:** Plattformen für Zweiwegkommunikation mit hoher Feedbackkultur, aktivem Zuhören, Diskussionslust und dem Einbezug der Zielgruppen in die Kommunikationsinhalte und die Kommunikationsform/-kanäle.

- **Fokussierung:** Inhaltliche Ausrichtung auf die Empfängerinteressen und die gesellschaftliche Relevanz der Aktivitäten des Pilotprojektes (Zielgruppen- und Nutzenorientierung).
- **Professionalität:** Hoher fachlicher und ästhetischer Standard in der Umsetzung der Kommunikationsaktivitäten, Sorgfalt, Detailtreue, fundiert und nachvollziehbar.

9. Massnahmen

Für jede der Aktivitäten besteht eine Checkliste, die Zweck, Inhalte, Verantwortlichkeiten und Prozesse regeln. Das Pilotprojekt führt eine rollende Massnahmenplanung, je nach Zielsetzung und situativem Bedarf.

Input

- jährliches Reporting / Standortbestimmung innerhalb des Bereichs Gesellschaft

Output:

- Selbstkontrolle und Debriefing intern nach jeder Kommunikationsaktivität
- laufende quantitative Auswertung der Medienberichterstattung (Print und Online) sowie der Social Media-Aktivitäten

Outcome:

- bewusstes Einholen, Sammeln und Auswerten von Teilnehmenden-Feedbacks
- situative Umfragen bei relevanten Zielgruppen.

10. Massnahmenplanung

Die folgende Übersicht zeigt die Vorgehensweise im Jahresablauf. Ziel ist, trotz grundsätzlich situationsabhängiger Kommunikation die wiederkehrenden Kommunikationsaufgaben aufzuzeigen und damit eine Meilensteinplanung des Pilotprojektes und seiner Einzelprojekte aus Sicht der Kommunikation zu erleichtern.

Medienübersicht und Jahresplanung Kommunikation

Kommunikations-reichweite	Aufgabe	Bemerkungen	Erschei-nungsweise	Redaktions-schluss	Ansprechperson	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
nationale Reichweite	Kommunikation FHNW	über Mandatsträger	unregelmässig	laufend	Marketing & Kommunikation HAS; Béatrice Roth, 062 9572823, beatrice.roth@fnw.ch													nach Bedarf, bei beginnenden oder abgeschlossenen Projekten
	ARE / Gruppe nachhaltige Entwicklung		unregelmässig	laufend							1						1	
kantonale Reichweite	Tele M1		täglich		redaktion@telem1.ch 058 200 46 00													nach Bedarf, bei beginnenden oder abgeschlossenen Projekten
	Radio Argovia		täglich		karin.flueckiger@argovia.ch 058 2004545													nach Bedarf, bei beginnenden oder abgeschlossenen Projekten
	Regionaljournal SRF	auch als Flash-Info	täglich		Schweizer Radio und Fernsehen, Regionalredaktion Aargau Solothurn Bahnhofstrasse 88, PF, 5001 Aarau Tel. 062 832 50 50, srf@srf.ch													nach Bedarf, bei beginnenden oder abgeschlossenen Projekten
	Aargauer Zeitung		täglich		aarau@aargauerzeitung.ch Katja Schlegel: 058 2005261 katja.schlegel@azmedien.ch													nach Bedarf, bei beginnenden oder abgeschlossenen Projekten
	Kanal K	fremdsprachige Communities	Mittwochabend		redaktion@kanalk.ch 062 834 90 77													
lokale Reichweite	Aarauer Nachrichten	Gratisblatt; Kästen Unterf. Bahnhof	wöchentlich Fr	Mittwoch 16.30 Uhr	redaktion@aarauer-nachrichten.ch 062 838 09 10													
	Landanzeiger	Gratisblatt, geht an jeden HH	wöchentlich Do	Montag 12 Uhr	ZT Medien AG, Schönenwerderstr. 13, 5036 Oberentfelden, Tel. 062 737 90 00 redaktion@landanzeiger.ch													
	SuhrPlus	Gratisblatt, Gemeindefinfos	monatlich	bis 10. Vormonat														
	Website der Gemeinde	Veranstaltungs-kalender	laufend															
	eigene Website	im Aufbau	laufend															
	Infotafeln	verschiedene Standorte	nach Bedarf															nach Bedarf; bei Projektankündigung oder Veranstaltungshinweisen
	Infowände	Bachstrasse, Sonnmattweg	nach Bedarf															nach Bedarf; bei Projektankündigung oder Veranstaltungshinweisen

¹ Vor Rundbrief / Jahrestagung; mit Anfrage für Auslage Flyer

² monatlich aktualisieren der Infos