



Workshop Kommunikationsstrategien

Angela Kreis-Muzzulini
Eidg. dipl. PR-Beraterin BR/SPRG,
Fachjournalistin SFJ

Workshop-Ablauf

- Einführung ins Thema
- Gruppenarbeit
- Präsentation und Diskussion
(reserviert ca. 30')

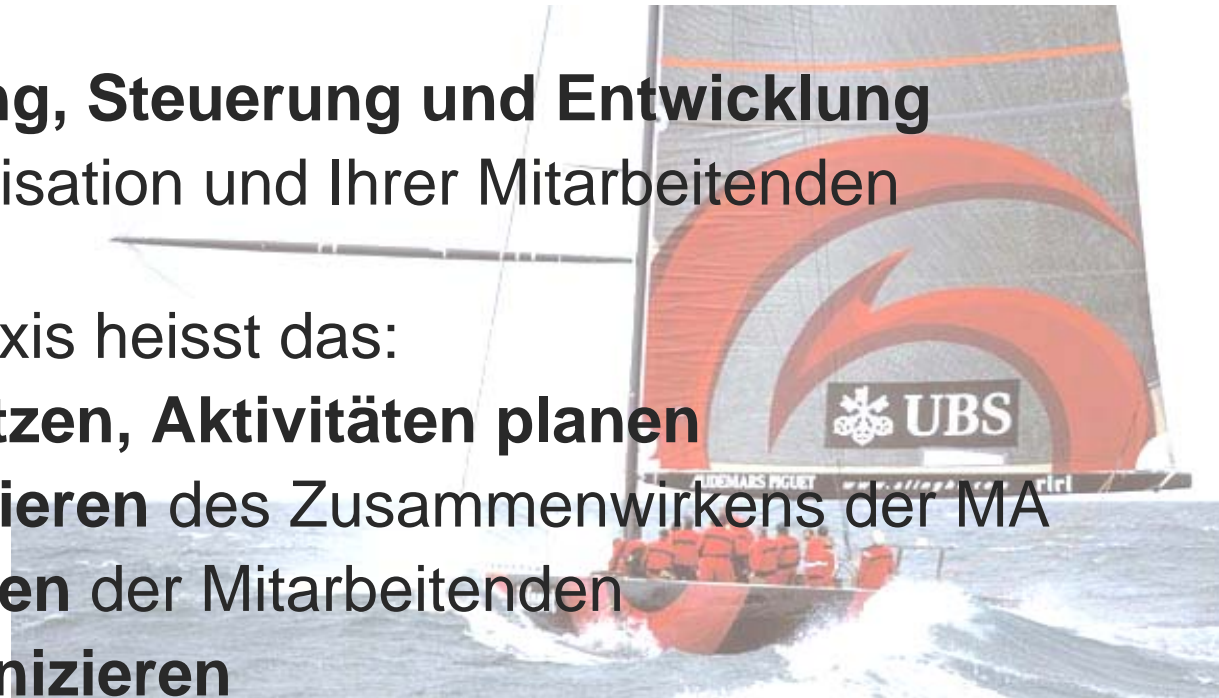
Management...

...beinhaltet die Aufgaben der

- **Gestaltung, Steuerung und Entwicklung** der Organisation und Ihrer Mitarbeitenden

In der Praxis heisst das:

- **Ziele setzen, Aktivitäten planen**
- **Koordinieren** des Zusammenwirkens der MA
- **Motivieren** der Mitarbeitenden
- **Kommunizieren**



[...!?

]

Der Empfänger bestimmt,
ob Kommunikation zustande kommt.

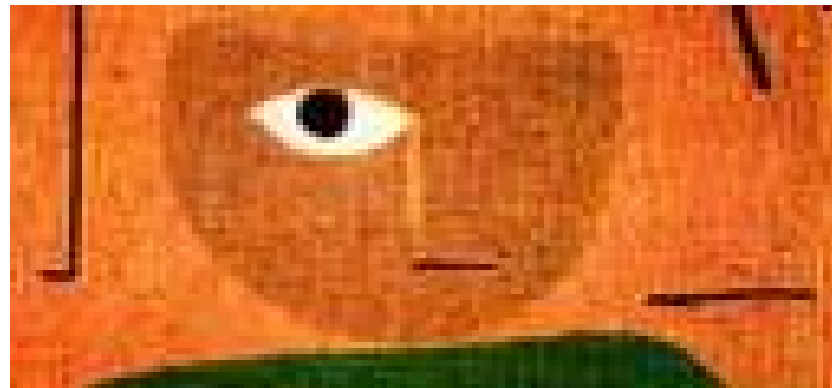


Bild: Paul Klee

Kommunikation als Führungsinstrument

- **Gute Führung / Motivation**
- **Konzeptionelle Arbeit**
 - Zeitliche Phasen
 - Realistische Ziele
 - Zielgruppengerechte Massnahmen
 - Kontrolle
- **Argumentarium**

Zielerreichung durch...

- ☛ wahre,
- ☛ klare,
- ☛ kontinuierliche,
- ☛ zielgruppen- und
- ☛ zeitgerechte,

also aktive Kommunikation

„Alles was man sagt, muss wahr sein –
Aber nicht alles was wahr ist, muss gesagt sein.“

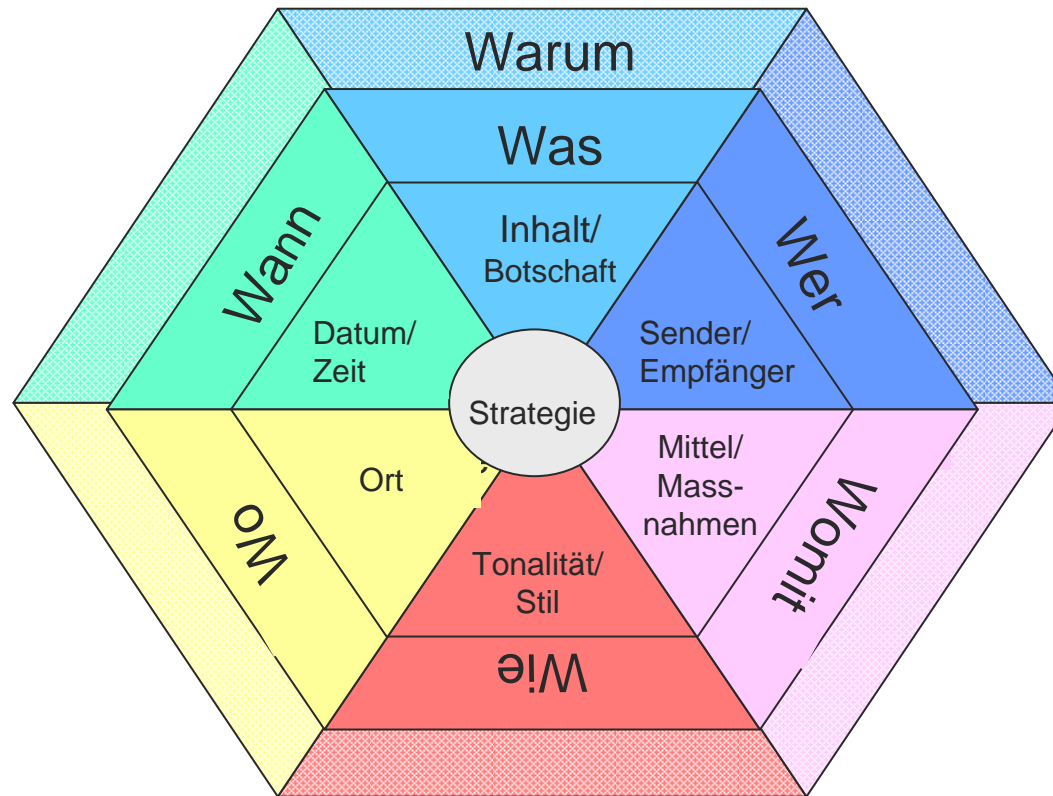
Pater Albert Ziegler

Strategische Elemente

- Grundlagen:
 - CI, Leitbild, evtl. Mission Statement
 - Positionierung
(in Bezug auf das Selbstverständnis, die Konkurrenten, Zielgruppen und Leistungen)

- Kommunikationskonzept (Kommunikationsplanung)
 - Strategie-Schwerpunkte:
 - ➔ Vorausschauend denken, handeln und auftreten (aktiv, offensiv)
 - ➔ Schwerpunktthemen (z. B. Bürgernahe Information, direkt zum Bürger etc.)
 - ➔ Prioritäten
 - ➔ Patronatsgeber / Partnerschaften / Synergien
 - ➔ Tonalität/Stil (Kreativität) - Fokus Zielgruppen
 - ➔ Wahl und Einsatz der Kommunikationsmittel
 - ➔ Einbezug Medienarbeit (professionell, persönliche Kontakte, Kontinuität)
 - ➔ Abstimmung/Wahl des Zeitpunkts

Die 6 (7) Ws



Beispiele von NPO/NGO

Sozialer Bereich

SKOS www.skos.ch

Sozialhilfe Bern:

www.bern.ch/leben_in_bern/gesundheitssozialhilfe

Karitative Organisationen:

www.caritas.ch, www.denkanmich.ch,
www.glueckskette.ch

Menschenrechte: www.amnesty.ch, www.heks.ch

Einsatz für Behinderte: www.insos.ch

Schutz und Rettung www.rega.ch

Entwicklungszus.arbeit www.msf.ch

Umwelt-/Naturschutz www.pronatura.ch

Politische NGOs: www.evb.ch

Katastrophen-/Human.: [Rotes Kreuz](#)

Sport: [Right to Play](#)

Kultureller Bereich: [Heimatschutz](#)
[Konzerte Bern](#)

Wissenschaft: [Forschungszentrum VMI FR](#)

Medien: [Annual Reviews](#) (Verlag)

Die Positionierung einer NPO (1/2)

Differenzierung zu den Anderen durch:

- **Name**
 - **Rheumaliga Schweiz**
- **Hauptpositionierung**
 - "Die RLS ist die kompetente, erfahrene Anlaufstelle für alle Fragen/Probleme des Bewegungsapparates. Sie richtet sich mit einem qualitativ hochstehenden, flächendeckenden Angebot sowohl an Betroffene als auch an Gesundheitsbewusste.
 - Als unabhängige, private Nonprofit-Organisation reagiert sie unbürokratisch auf die sich ändernden Bedürfnisse ihrer Zielgruppen.



Die Positionierung der NPO (2/2)

○ Ergänzende Positionierungen

"Darüber hinaus zeichnet sich die RLS aus durch:

- Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Zuverlässigkeit
- Offenheit, Zukunftsorientierung
- Verantwortungsbewusstsein, Seriosität
- wissenschaftliche Fundiertheit.,,



Rheumaliga Bern
Bewusst bewegt

○ Mission Statement

Bewusst bewegt

Notre action – votre mobilité

Il movimento è salute

Quelle: R. Purtschert, 26.6.08

Auswahl an Kommunikationsmitteln...

Mündliche intern /extern	Gespräche, Qualitätszirkel, Zusammenkünfte, Konferenzen, Infoveranstaltungen, Auftritt Gemeindeversammlung, Runder Tisch mit Gemeindebehörden / Quartierverein / Nachbarn, Parteigespräch, Mediengespräch (mit Dossierabgabe)
Schriftliche	Mitarbeiter-/Kundenzeitschriften, Mailings, Flyers, Broschüren, pers. Briefe, Jahresberichte, Pressemitteilungen, Briefkasten, Newsletters, Argumentarien für die Mitarbeiter/-vereinmitglieder
Akustische/visuelle/ audiovisuelle	Telefon/-beantworter, CD, Plakate, Inserate, Dias/Fotos, Film, TBS, schwarzes Brett
Elektronische	Videofilm, TV, Teletext, Radio, Radio-/TV-Sponsoring Podcast, Emails, SMS Internet, Intranet, E-Commerce, Blogs, Twitter, RRS
Veranstaltungen	Tag der offenen Tür, Führungen, Ausstellungen, Messeteilnahmen, GV, Vorträge, Symposien, Seminare, sportl./kult. Veranstaltungen/ Events, Ausflüge, Reisen, Jubiläumsveranstaltungen, Schnupperbesuche usw.
Diverses	Meinungs- und Motivforschung, Monitoring, Issue Management, Erfolgskontrollen (Umfragen, Medienbeobachtung) usw., Bekanntheitsgrad

Aufgabe...(ca. 30 Minuten)

- Definieren Sie die relevanten Strategie-Ansätze für die aktive Kommunikation einer der Sozialhilfestellen, welche in Ihrer Gruppe vertreten ist.
 - z. B. Kantonales, resp. regionales Sozialamt XY
- Anschliessend Kurzpräsentation (max. 5 Min.)
 - Kurzporträt Sozialamt
 - Erarbeitete Strategie für eine aktive Kommunikation

Halten Sie die Ohren steif!



Literaturliste

- **Medienarbeit für soziale Projekte**, A. Kreis-Muzzulini
Huber Frauenfeld, ISBN 3-7193-1181-3, Fr. 48.00
- **Public Relations**, Müller/Kreis-Muzzulini
Huber Frauenfeld, ISBN 3-7193-1265-8, Fr. 68.00
3. Auflage im Herbst 2009