

# Interne Verbands- kommunikation



Ein Hilfsmittel für die Organisation der internen Kommunikation

## Einführung

Dieses Hilfsmittel unterstützt dich in der Organisation der internen Kommunikation deines Jubla-Kantons. Es besteht aus:

- Kommunikationsmatrix
- Informationen zur Kommunikation der nationalen Ebene
- Beispiel Jahresplanung Kommunikation
- SWOT-Analyse zu einzelnen Kommunikationskanälen

### Basis- und Multiplikationskanäle

Im Hilfsmittel wird zwischen **Basis- und Multiplikationskanälen** unterschieden. **Basiskanäle (BK)** werden genutzt, um Inhalte ein erstes Mal und direkt zu kommunizieren, damit sie die Zielgruppe sicher erreichen. Die Inhalte werden danach über **Multiplikationskanäle (MK)** weiter verbreitet, sprich multipliziert. So kann eine noch grössere Zielgruppe erreicht werden.

### Kantone als Multiplikatoren

Die Kantone fungieren als Multiplikatoren der nationalen Verbandskommunikation. Die Kantone entscheiden selbst, wie oft und in welcher Form sie die Informationen der nationalen Ebene weitergeben. Das ist ihre Möglichkeit zu filtern.

### Kommunikationsmix

Das Erfolgsrezept einer funktionierenden Kommunikation ist der Kommunikationsmix: Das Bedienen von verschiedenen Kanälen zu unterschiedlichen Zeitpunkten.

### Unterstützung Scharen

Auf Wunsch kann dieses Hilfsmittel auch an Scharen weitergegeben werden. Sollten Scharen Probleme in der Kommunikation melden, liegt es in der Verantwortung der Scharbetreuung, entsprechende kantonsspezifische Anpassungen vorzunehmen.

## SWOT-Analyse

Auf den Seiten 6 bis 9 findest du Vor- und Nachteile, Tipps und Tricks sowie Zweck und Empfehlung pro Kommunikationskanal aufgelistet. Die Analyse soll dir dabei helfen, dich für oder gegen einen Kanal zu entscheiden und dich bei der Anwendung unterstützen. Die Liste ist nicht abschliessend.

### Wichtig zu beachten ist jeweils:

- Zeitpunkt (z.B. Abgleich mit Jahresplanung)
- Kanalübergreifendes Arbeiten (siehe Matrix «Inhalt – Kanal»)
- Zielgruppe sowie Sinn und Zweck im Visier haben
- Filterungsmöglichkeiten (grundsätzlich gilt: Wir filtern nicht, wir multiplizieren)

## Matrix Inhalt – Kanal

Inhalt – Kanal	Zeitschrift	Social Media	E-Mail Newsletter	Newsletter via Tool	Postversand	SMS/WhatsApp	Offizielle Ver-samm-lung	Inoffizielle Ver-samm-lung	Scharbe-treuung	Kurse	Telefon	Blog	Webseite
<b>Offizielle nationale Anlässe</b> (z.B. Juba-tag) Kantone = obligatorischer Multiplikator der nationale Ebene	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	MK	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>
<b>Offizielle kantonale Anlässe</b> (z.B. Kala)	MK	MK	<b>BK</b>	MK	<b>BK</b>	MK	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>
<b>Ausserordentliche grosse Scharanlässe</b> Kantone = Multiplikator ihrer Scharen		<b>BK</b>	MK	MK		MK					<b>BK</b>	<b>BK</b>	
<b>Offizielle nationale Projekte</b> (z.B. Jahresthema) Kantone = obligato-rischer Multiplikator der nationale Ebene	MK	MK	<b>BK</b>		<b>BK</b>	MK	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>
<b>Kantonale Projekte</b> (z.B. Wettbewerb)	MK	MK	<b>BK</b>	MK	<b>BK</b>	MK	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>
<b>Verbands-News</b> (z.B. J+S-News) Obligatorische Multiplikation durch Kantone		MK	<b>BK</b>	MK		MK	MK	MK	MK	MK	<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>
<b>Tipps &amp; Tricks</b> fakultative Multiplikation durch Kantone		MK		MK		MK					<b>BK</b>	<b>BK</b>	
<b>Inhalt mit Unterhaltungswert</b> (Impressio-nen) fakultative Multiplikation durch Kantone	MK	<b>BK</b>		MK		MK					<b>BK</b>	<b>BK</b>	<b>BK</b>

Legende: BK = Basiskanal | MK = Multiplikationskanal

Wichtig: Kantone = Multiplikatoren, keine Filterung | Es kommt auf den bestmöglichen Kommunikationsmix an (Inhalte auf verschiedenen Kommunikationskanälen auf verschiedene Art und Weise publizieren)

## Übersicht Kommunikation Jungwacht Blauring Schweiz

Direkte Kommunikation	Indirekte Kommunikation
<b>An Kalei-Kontakt/AST und/oder Kontaktperson einer nationalen FG</b>  <b>Je nach Bedarf via</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>E-Mail</li> <li>Kalei-Begleitung</li> <li>BVs</li> <li>Kursversand</li> </ul>	<b>Webseite inkl. Blog</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)</li> <li>Newsletter (1x pro Monat, jeweils Mitte Monat) →&gt; Scharleitung jeweils im Verteiler</li> <li>Hosesack (4x jährlich, März, Juni, September, Dezember) →&gt; Scharleitung jeweils im Verteiler</li> <li>Jahresbericht (1x jährlich, April) →&gt; Scharleitung jeweils im Verteiler</li> </ul> Zusätzlich: <ul style="list-style-type: none"> <li>Netzwerk Ehemalige</li> <li>Persönlicher Kontakt</li> <li>Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>
<b>An Relei-Kontakt</b>  <b>Im Normalfall keine Kommunikation</b>	
<b>An Scharleitung/Präses</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mitte November: Postversand jubla.infanta und Kultli (alle zwei Jahre)</li> <li>Anfangs April: Postversand Jahresbericht</li> <li>Mitte Mai: Postversand Juba-Tag, Werbematerial und Ranftreffen und finaler Zeitpunkt: Postversand Jahresthema</li> <li>Präsides-Postversand (2x jährlich)</li> <li>Präses-infomail (je nach Bedarf ca. 6 Mal jährlich per E-Mail an alle Scharpräsidies)</li> </ul> Anfrage/Information Scharversand wird jeweils rechtzeitig im Voraus an Kaleis/Releis verschickt. Wenn gewünscht, können Kaleis/Releis Versände auch selber übernehmen.	

### Allgemeine Handhabung Scharversände

- Scharversände erfolgen ausschliesslich im Rahmen von Projekten und Anlässen, die zum Ziel haben, dass die Scharen selber aktiv werden und für diese Zielerreichung der Informationsfluss mit analogen Unterlagen garantiert sein muss. Konkrete Beispiele sind: jubla.infanta, Kultli, Juba-Tag/Werbematerial, Jahresthema, Grossanlässe
- Die Kantone werden im Vorhinein über den Scharversand informiert. Wollen die Kantone den Versand im vorgegebenen Zeitrahmen selbst übernehmen, umso besser.
- Die nationale Ebene definiert jeweils im August, welche Versände für das Folgejahr geplant sind. Im Normalfall handelt es sich um folgende Slots:
  - Mitte November (jubla.infanta | Kultli (jedes 2. Jahr)
  - Mitte Mai (Juba-Tag/Werbematerial | Ranftreffen)
  - Unbekannt (Jahresthema jedes 2. Jahr)

Das Material für den Versand kann aus organisatorischen Gründen nicht bereits mehrere Wochen im Voraus bereitgestellt werden. Im Fall, dass ein Kanton den Versand selbst übernehmen will – z.B. weil in diesem Zeitraum sowieso ein kantonaler Versand ansteht –, wird das Material an den Kanton zum selben Zeitpunkt verschickt wie an die Scharen. Der Kanton müsste garantieren, dass er den Versand ab Versandtermin bis 4 bis 6 Wochen später tätigen kann. Ein Beispiel dazu: *Das Material für jubla.infanta steht Mitte Oktober bereit und wird anfangs November an die Scharen versandt. Entscheidet sich ein Kanton, den Versand selbst in die Hände zu nehmen, erhält dieser das Material für seine Anzahl Scharen anfangs November. Danach muss das Material via Kanton bis anfangs Dezember an die Scharen gelangen.*

# Beispiel Jahresplanung Kommunikation

Inhalt/Monat/Kanal	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	
<b>Offizielle nationale Anlässe</b>													
Jubla-Tag	<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Mail/Newsletter</li> <li>Social-Media</li> <li>Postversand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inoffizielle Versammlung (Stammtisch)</li> <li>Webseite/Blog-Beitrag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offizielle Versammlung (KK)</li> <li>Kurse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verbandszeitschrift</li> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SMS/WhatsApp</li> <li>Telefon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>	<b>Jubla-Tag findet statt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offizielle Versammlung (KK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Mail/Newsletter</li> <li>Social Media</li> </ul>		
<b>Offizielle kantonale Anlässe</b>													
KK/KV/Kafo		<ul style="list-style-type: none"> <li>Einladung per E-Mail und/oder Postversand</li> </ul>		<b>KK/KV/Kafo findet statt</b>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Einladung per E-Mail und/oder Postversand</li> </ul>		<b>KK/KV/Kafo findet statt</b>			
<b>Ausserordentliche grosse Scharanlässe</b>													
Jubiläumfest Jubla Musterhausen			<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>		<b>Jubiläum findet statt</b>								
<b>Offizielle nationale Projekte</b>													
Jahresthema	<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Mail/Newsletter</li> <li>Social Media</li> <li>Postversand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inoffizielle Versammlung (Stammtisch)</li> <li>Webseite/Blog-Beitrag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offizielle Versammlung (KK)</li> <li>Kurse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verbandszeitschrift</li> <li>Social Media</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Offizielle Versammlung (KK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Mail/Newsletter</li> <li>Social Media</li> </ul>		
<b>Kantonale Projekte</b>													
Leitendenanlass									<ul style="list-style-type: none"> <li>Information an offizieller Versammlung und Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einladung per E-Mail/Newsletter und/oder Postversand</li> <li>Nachfrage per SMS/WhatsApp und/oder Telefon</li> </ul>	<b>Anlass findet statt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bericht über Anlass in der Verbandszeitschrift, als Blog-Beitrag und via Social Media</li> </ul>	
<b>Tipps und Tricks</b>													
Neues Hilfsmittel vorstellen	<b>Hilfsmittel wird lanciert</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Blog-Beitrag</li> <li>Social Media</li> <li>E-Mail/Newsletter</li> </ul>											
<b>Inhalt mit Unterhaltungswert (Impressionen)</b>													
Lagerfoto Wettbewerb						<ul style="list-style-type: none"> <li>Blog-Beitrag</li> <li>Social Media</li> <li>E-Mail/Newsletter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Blog-Beitrag</li> <li>Social Media</li> <li>E-Mail/Newsletter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Blog-Beitrag</li> <li>Social Media</li> <li>E-Mail/Newsletter</li> </ul>	<b>Auslosung findet statt</b>				
<b>Verbands-News (z.B. J+S-News)</b>													
J+S-Erneuerung	<b>Information geht rein</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inoffizielle Versammlung</li> <li>Scharbetreuung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Newsletter</li> <li>Blog-Beitrag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offizielle Versammlung</li> <li>Kurse</li> </ul>									

## Mögliche Kanäle

- Verbandszeitschrift
- Social Media
- E-Mail Newsletter
- Newsletter via Tool
- Postversand
- SMS/WhatsApp
- Offizielle Versammlung
- Inoffizielle Versammlung
- Scharbetreuung
- Kurse
- Telefon
- Webseite (inkl. Bog)

# SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken + Zweck/Empfehlung pro Kanal)

Kanal	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken	Zweck/Empfehlung
<b>Zeitschriften</b>					
Verbandszeitschrift (z.B. hosesack)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handfestes ist wertvoll, wird geschätzt</li> <li>Klarer Verteiler</li> <li>Nachhaltig</li> <li>Identifikation</li> <li>Anerkennung/Werbemittel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kosten-Nutzen</li> <li>Ressourcen</li> <li>Reichweite nach oben beschränkt</li> <li>Inhalt beschränkt/nicht veränderbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Externe Wirkung</li> <li>Wird zu späterem Zeitpunkt wieder gelesen</li> <li>Als Werbeatikel verwendbar</li> <li>Wissenstransfer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veraltete Beiträge</li> <li>Fehler, die nicht korrigiert werden können.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterhaltung, nicht primär Information</li> <li>Wenn, dann muss die Qualität stimmen</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Max. 2 pro Jahr, dafür in hoher Qualität</li> <li>Vermeint Unterhaltung &amp; Identifikation</li> </ul>
<b>Social Media</b>					
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entspricht Lebenswelt der Zielgruppe (ü25)</li> <li>Günstig bis gratis</li> <li>Terminierung möglich</li> <li>Schnelle, spontane Kommunikation</li> <li>Hohe Reichweite</li> <li>Unbegrenztes Format</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zeitaufwändig</li> <li>verlangt Regelmässigkeit</li> <li>Schliesst Personen aus, die keinen Account haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikationsmöglichkeit hoch</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Scharen erfahren von anderen Jubla-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber kein Auftritt als ein veralteter</li> <li>Aspekt der Medienpädagogik (Nutzungsverhalten)</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Thema Datenschutz/Bildrecht muss berücksichtigt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmässig hinterfragen, ob sich das noch lohnt</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation von allen Inhalten</li> <li>Mind. 1 Kanal regelmässig bewirtschaften (Es gilt: Kein Kanal ist besser als ein schlecht bewirtschafteter Kanal)</li> </ul>
instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entspricht Lebenswelt der Zielgruppe (ü16)</li> <li>Günstig bis gratis</li> <li>Schnelle, spontane Kommunikation</li> <li>Hohe Reichweite</li> <li>Impressionen weitertragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voraussetzung: Smartphone</li> <li>Keine Links einfügbar</li> <li>Schliesst Personen aus, die keinen Account haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Scharen erfahren von anderen Jubla-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber kein Auftritt als ein veralteter</li> <li>Aspekt der Medienpädagogik (Nutzungsverhalten)</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Thema Datenschutz/Bildrecht muss berücksichtigt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmässig hinterfragen, ob sich das noch lohnt</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation von allen Inhalten</li> <li>Mind. 1 Kanal regelmässig bewirtschaften (Es gilt: Kein Kanal ist besser als ein schlecht bewirtschafteter Kanal)</li> </ul>
snapchat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entspricht Lebenswelt der Zielgruppe (ü14)</li> <li>Günstig bis gratis</li> <li>Schnelle, spontane Kommunikation</li> <li>Hohe Reichweite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voraussetzung: Smartphone</li> <li>Keine Links einfügbar</li> <li>Schliesst Personen aus, die keinen Account haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Scharen erfahren von anderen Jubla-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber kein Auftritt als ein veralteter</li> <li>Aspekt der Medienpädagogik (Nutzungsverhalten)</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Thema Datenschutz/Bildrecht muss berücksichtigt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmässig hinterfragen, ob sich das noch lohnt</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation von allen Inhalten</li> <li>Mind. 1 Kanal regelmässig bewirtschaften (Es gilt: Kein Kanal ist besser als ein schlecht bewirtschafteter Kanal)</li> </ul>
twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entspricht Lebenswelt der Zielgruppe (ü30)</li> <li>Günstig bis gratis</li> <li>Schnelle, spontane Kommunikation</li> <li>Hohe Reichweite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zeitaufwändig</li> <li>verlangt Regelmässigkeit</li> <li>Schliesst Personen aus, die keinen Account haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Scharen erfahren von anderen Jubla-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber kein Auftritt als ein veralteter</li> <li>Aspekt der Medienpädagogik (Nutzungsverhalten)</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Thema Datenschutz/Bildrecht muss berücksichtigt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vernetzung mit Institutionen (Politiker/innen, Medien, Organisationen, Netzwerkpartner usw.)</li> </ul>
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entspricht Lebenswelt der Zielgruppe (ü16)</li> <li>Günstig bis gratis</li> <li>Schnelle, spontane Kommunikation</li> <li>Hohe Reichweite</li> <li>Impressionen weitertragen</li> <li>Wirkt sehr professionell, wenn gute Videos</li> <li>Liegt im Trend (Video-Blogs)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zeitaufwändig, insbesondere wenn hoher Anspruch an gute Videos vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Scharen erfahren von anderen Jubla-Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber kein Auftritt als ein veralteter</li> <li>Aspekt der Medienpädagogik (Nutzungsverhalten)</li> <li>Reichweite grenzenlos</li> <li>Thema Datenschutz/Bildrecht muss berücksichtigt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmässig hinterfragen, ob sich das noch lohnt</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Als Basiskanal für das Veröffentlichen von Videos</li> <li>Macht dann Sinn, wenn viele/regelmässige Videos vorhanden</li> </ul>
<b>Versand</b>					
E-Mail-Newsletter (via Tool) --> anonym Absender (z.B. Jungwacht Blauring Kanton Luzern)  Möglichkeiten: MailChimp	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niedrige Kosten</li> <li>Reichweite nicht beschränkt</li> <li>flexibel bzgl. Inhalt</li> <li>Priorisierung möglich</li> <li>Klarer Verteiler</li> <li>Auswertbar</li> <li>Interaktivität</li> <li>Aktuell und übersichtlich</li> <li>Kein Altpapier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nicht handfest, unpersönlich</li> <li>Format nicht vorgegeben</li> <li>Identifikation</li> <li>Verbindlichkeit</li> <li>Flexibel bzgl. Zeitpunkt</li> <li>Filterproblem --&gt; keine Filterung bis erschwert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissenstransport und Multiplikation</li> <li>Alle Inhalte werden gleich betrachtet</li> <li>Kein Altpapier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wird eher nicht beachtet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>primär Information</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation aller Inhalte</li> <li>regelmässiger Versand (z.B. 1 Mal monatlich)</li> </ul>
E-Mail-Newsletter (via E-Mail) – personalisierter Absender (z.B. von AST, Präsident/in usw.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiefe Kosten</li> <li>Reichweite nicht beschränkt</li> <li>flexibel bzgl. Inhalt</li> <li>Priorisierung bedingt möglich</li> <li>Klarer Verteiler</li> <li>Interaktivität</li> <li>Verbindlichkeit</li> <li>Aktuell, übersichtlich und zeitnah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ungezielte Kommunikation</li> <li>Zielgruppenabhängigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissenstransport und Multiplikation</li> <li>Alle Inhalte werden gleich betrachtet</li> <li>Kein Altpapier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Überflutung</li> <li>Filterung der Inhalte gering</li> <li>Wissenstransfer stockt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infoluss mit konkreten Aufträgen an klar definierte Zielgruppe</li> <li>Persönlicher Absender – konkrete Person/Rolle</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Primärer Kommunikationskanal</li> <li>Offizielle Inhalte, ausführliche Inhalte (jeweils Verteiler klar deklariert, Aufgabe klar formuliert)</li> </ul>
Postversand	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werbematerial mitschickbar</li> <li>Klarer Verteiler ++</li> <li>Format nicht vorgegeben</li> <li>Identifikation</li> <li>Verbindlichkeit</li> <li>Flexibel bzgl. Inhalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohe Kosten</li> <li>Reichweite nach oben beschränkt (Vorlaufzeit --&gt; Wie regelmässig ist der Versand)</li> <li>flexibel bzgl. Zeitpunkt</li> <li>Priorisierung nicht möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissenstransfer</li> <li>Wird eher beachtet --&gt; Infoluss +</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sammelversände (Veraltete Beiträge)</li> <li>Altpapier</li> <li>Alle Informationen werden als gleich wichtig betrachtet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kursversand</li> <li>Briefe von AST an Scharen, nicht überladen primär Information</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Primärer Kommunikationskanal</li> <li>Versand physischer Inhalte (schaffen Verbindlichkeit), zeitlich gefixt und regelmässig</li> </ul>
SMS und/oder WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> <li>sehr persönlicher Kontakt</li> <li>Überprüfung wer es gelesen hat</li> <li>Zielgruppennah</li> <li>Kosten-Nutzen</li> <li>zeitnah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wenig Informationen möglich</li> <li>Mehr Chat</li> <li>Format</li> <li>Schwächere Verpflichtung / Verbindlichkeit</li> <li>Zeitpunkt</li> <li>Voraussetzung: Smartphone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erinnerungen</li> <li>Niederschwellig</li> <li>Gruppenzusammenhalt/Identifikation/Motivation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Überfluss</li> <li>Wissenstransfer stockt</li> <li>Wird ignoriert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterscheid Chat - persönlicher Kontakt - Broadcast muss be-rücksichtigt werden.</li> <li>Regeln in Gruppenchat</li> <li>Kurzfristiges Reaktionsgefäss, für schnelle Kommunikation, Unterhaltung, Erinnerungen</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reminder und Multiplikator</li> </ul>

Kanal	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken	Zweck/Empfehlung
<b>Persönlicher Kontakt</b>					
Offizielle Versammlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle Untergruppen werden (zeit)gleich informiert</li> <li>Persönlicher Kontakt</li> <li>Stärkere Wirkung / Präsenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wenig Zeit</li> <li>Im geschäftlichen Teil hoher Infofluss</li> <li>Anwesenheit für Infofluss ist Voraussetzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einfacher Kontakt zwischen verschiedenen Gruppen (Kalei und Scharen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle Infos haben den gleichen Wert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infos über Anlässe</li> <li>Anlässe mit Spass/Netzwerktreffen/spezielles Angebot verknüpfen</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundsatz Mitbestimmen leben und damit die Kommunikation stärken</li> <li>Multiplikation</li> </ul>
Inoffizielle Treffen / Mund zu Mund (z.B. Stammtisch, zufällige Treffen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterschiedliche Informationen</li> <li>Überzeugungskraft gross, wenn Person anwesend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nicht alle Involvierten sind anwesend</li> <li>Braucht viel, dass eine Person anwesend ist --&gt; wenig Verbindlichkeit, dass man an solche Treffen geht</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterschiedliche Regionen abdecken, damit Durchmischung gewährleistet</li> <li>Grosses Potential, wenn regelmässig und institutionalisiert</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation aller Inhalte (abhängig von Interesse)</li> </ul>
Scharbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infofluss verbunden mit weiterer Hilfestellung</li> <li>Gewicht durch persönlichen Kontakt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine Regelmässigkeit</li> <li>kaum überprüfbar</li> <li>Abhängig von vielen Einzelnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Platz für Ungeplantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohes Filterisiko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterstützung bei komplizierten Themen</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wenn es über die Unterstützungsfunktion hinausgehen sollte, dann als Kommunikationskanal bzgl. Verbandsnews benutzen.</li> </ul>
Kurse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sehr hohe Motivation</li> <li>Persönlicher Kontakt</li> <li>Starke Wirkung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nur wenig Streumöglichkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohes Potential an Innovation --&gt; TN melden sich schnell für Projekte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nicht alle Scharen/Personen werden erreicht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infos über Anlässe</li> <li>Infos zu übergeordneten Arbeitsgruppen</li> <li>Fokus: Mit Personen verknüpfen --&gt; Netzwerkpfege danach ist wichtig</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplikation in eingängigster Form</li> </ul>
Telefon	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohe Verbindlichkeit</li> <li>Wenig Missverständnisse</li> <li>Nur zeitgebunden</li> <li>Schnelle Antwort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wenig Mitwiser/innen</li> <li>Hoher Aufwand ab mehr als drei Personen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Möglichkeit für Problembehandlung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abhängigkeit von er Erreichbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurzinfos persönlicher Art.</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>In Einzelfällen, falls keine Reaktion o.ä.</li> </ul>
<b>Chats</b>					
Skype / Hangout (entspricht Skype, benötigt jedoch ein Google-Konto)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je nach Person Stärke und Schwäche zugleich: Ist sehr persönlich (Bild und Ton)</li> <li>Man kann sicher sein, dass Personen erreicht wurden und die Informationen angekommen sind günstig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benötigt Skype-Konto</li> <li>Relativ hoher zeitlicher Aufwand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scharleitende oder Regionenleitende z.B. können gezielt und persönlich angesprochen werden und fühlen sich so ernst genommen und wertgeschätzt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auf einige wenige wird ein zu hoher Fokus gelegt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Als Alternative für persönlichen Kontakt, wo evt. die räumliche Distanz zu hoch ist und wenn mit wenigen Leuten konkrete Punkte diskutiert werden sollen</li> </ul> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Instrument für den Informationsfluss</li> </ul>
<b>Austausch- und Informationsplattformen</b>					
Google Drive/Dropbox	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mehrere Personen können am selben Projekt / Dokument arbeiten</li> <li>Dokumente können etwas niederschwelliger als in einem Download-Bereich angeboten werden</li> <li>Kein finanzieller Mehraufwand</li> <li>Google Drive: Hoher Speicherplatz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>«In Konflikt stehende Kopien» --&gt; Übersichtsverlust</li> <li>Begrenzter Speicherplatz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scharen/Kantone können von bestehenden Dokumenten und Strukturen profitieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schwierig, Bearbeitungen nachzuverfolgen</li> </ul>	<p>Mehr Nachschlagewerk, als Kommunikationskanal</p> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Arbeitsinstrument/Informationsplattform/Nachschlagewerk</li> </ul>
Homepage ohne Blog	<ul style="list-style-type: none"> <li>Günstig</li> <li>Zeitgemäss</li> <li>Kann durch Social Media multipliziert werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gute Texte zu schreiben, ist zeitaufwändig.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohe Reichweite bei spannenden Inhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>«Trockene» oder «langweilige» Inhalte werden auch auf einem Blog nicht gelesen.</li> </ul>	<p>Als ein Kanal im Kommunikationsmix benutzen, z.B. Unterstützung von Postversand/Newsletter</p> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informationsplattform/Nachschlagewerk (extern und intern)</li> </ul>
Homepage inkl. Blog	<ul style="list-style-type: none"> <li>Günstig</li> <li>Zeitgemäss</li> <li>Kann durch Social Media multipliziert werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gute Texte zu schreiben, ist zeitaufwändig.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohe Reichweite bei spannenden Inhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>«Trockene» oder «langweilige» Inhalte werden auch auf einem Blog nicht gelesen.</li> </ul>	<p>Als ein Kanal im Kommunikationsmix benutzen, z.B. Unterstützung von Postversand/Newsletter/Social Media</p> <p><b>Empfehlung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inhalte jeglicher Art</li> <li>Grundlage der Inhaltsdarstellung</li> <li>Funktioniert nur, wenn über andere Kanäle multipliziert.</li> </ul>

