

Kommunikationskonzept SOTV



Autor	Genehmigt durch	Datum	Version
Therese Suter, Infochefin		17. November 2011	1.0

1. Einleitung

Das vorliegende Kommunikationskonzept SOTV basiert auf dem Konzept des Schweizerischen Turnverbandes STV, welches an der ZV-Sitzung vom 26.02.2010 verabschiedet wurde. Der Vorstand des Solothurner Turnverbandes SOTV hat daraufhin der Infoabteilung den Auftrag erteilt, die verschiedenen Kommunikationsinstrumente aufzulisten und anhand des Konzeptes STV die Anpassungen auf SOTV in diesem Konzept festzuhalten. Dieses Konzept wurde an der Vorstandssitzung SOTV vom 10.11.2011 genehmigt und muss danach in regelmässigen Abständen überprüft und allenfalls angepasst werden.

2. Ausgangslage

Der SOTV hat für den Bereich Imagepflege und Öffentlichkeitsarbeit folgende Zielsetzungen und Massnahmen formuliert:

- *Positives Wahrnehmen des SOTV als zukunftsorientierter Kantonaltturnverband*
Massnahmen:
 - Visuelle Präsenz auf allen Stufen
 - Verstärkung des Lobbying
- *Sicherstellen einer zielgerechten, kundenorientierten Kommunikation*
Massnahmen:
 - Einführung einer neuen Homepage und damit verbunden die bessere Einbindung der Regionaltturnverbände
 - Erhöhung der Abonnentenzahl des Verbandsmagazins LEADER
 - Regelmässiger Versand des SOTVflash und somit vermehrte Infos an alle Turnenden
- *SOTV-Mitgliedschaft bringt auch Nutzen aufgrund STV-Mitgliedschaft*
Massnahmen:
 - Nutzung der Angebote in Verbindung mit der STV-Mitgliederkarte

3. Zielsetzungen

Analog der Dachorganisation, dem Schweizerischen Turnverband STV, stehen in der Verbandskommunikation des SOTV die Kernbotschaften „**stetig – gezielt – einheitlich**“ im Zentrum.

- Durch stetige Kommunikation ist und bleibt das Turnen im Kanton präsent
- Dank gezielter Kommunikation ist der SOTV das Portal rund ums Turnen im Kanton Solothurn

Printprodukte, insbesondere eine starke Verbandszeitschrift für alle aktiv Turnenden, sollen weiterhin im Zentrum der SOTV-Kommunikationsstrategie stehen.

Zusätzliche Medienaktivitäten und der Einsatz von neuen Medien sind laufend zu prüfen und falls ökonomisch sinnvoll umzusetzen.

4. Zielgruppen

Die SOTV-Kommunikation wird zielgerichtet und auf folgende Zielgruppen fokussiert. Die Themen werden so berücksichtigt, dass im Zentrum die Interessen und Bedürfnisse dieser Zielgruppen stehen. Die Inhalte, Umfänge und Terminierung der Veröffentlichung werden entsprechend angepasst.

- **Intern**

Die Zielgruppe „Intern“ umfasst die verschiedenen Mitgliedergruppen des SOTV:

- Regionaltturnverbände
- Mitgliedervereine und somit jedes einzelne Mitglied
- Kantonale Fachverbände
- Behördenmitglieder
- Ehrenmitglieder- und Verdienstnadelträger

- **Extern**

Die Zielgruppe „Extern“ umfasst verschiedene turninteressierte Gruppen aus Politik, Sport und Wirtschaft:

- Bevölkerung
- Redaktionen Medien (Print, Fernsehen, Radio, Onlinemedien)
- STV
- Politiker und Behörden
- Partner und Sponsoren

5. SOTV-Medien

Zur Umsetzung der gewählten Kommunikationsstrategie unterscheidet der SOTV grundsätzlich drei Gruppen von Medien. Innerhalb dieser drei Gruppen ist die Umsetzung beziehungsweise der Medieneinsatz vielfältig möglich und hier nicht abschliessend aufgezählt.

- **Elektronische Medien**

- Website www.sotv.ch
- SOTVflash
- Direct Mailing

- **Printmedien**

- Verbandszeitschrift LEADER mit dem Beiheft Kursausschreibungen
- Vereinsversand durch Technische Leitung
- Jahresbericht SOTV-Präsidium und Technische Leitung

- **Fotodienst**

- Im Ressort Information besteht ein Fotoarchiv. Das Ressort stellt den Vereinen deren Fotos zur Verfügung. Dazu wird nicht öffentlich Werbung betrieben. Auf Anfrage der Vereine werden diese mit den von ihnen gewünschten Fotos beliefert.

6. Organisation

- **Zuständigkeiten**

Die Zuständigkeiten betreffend die Kommunikation sind im SOTV wie folgt geregelt

Koordination, Positionierung, Umsetzung	Infochef/in SOTV
Strategische Verbandsgeschäfte	Kantonalpräsident/in
Operative Verbandsgeschäfte, Personelles Vorstand	Kantonalpräsident/in
Anlässe, Meisterschaften sowie Kommissionen in der Zuständigkeit des Verbandes	Infochef/in SOTV in Absprache mit der Technischen Leitung
Offizielle Sprecherfunktion	Infochef/in SOTV

- **Prozesse**

Kommunikation in ordentlichen Situationen

Über alle Ereignisse und Anlässe wird im SOTV angemessen in den verschiedenen Medien intern und extern kommuniziert. Die Kommunikation erfolgt dabei regelmässig und nach Möglichkeit aktuell. In ordentlichen Situationen besteht bei genügend internem Vorlauf die Möglichkeit, den Zeitpunkt der Veröffentlichung selber zu bestimmen. Die Inhalte werden je nach Zielpublikum gewichtet

Im Sinne der einheitlichen und zeitgleichen Kommunikation werden die Kommunikationsbedürfnisse stets mit den involvierten Abteilungen/Ressorts und den Regionalturnverbänden koordiniert. Dies gilt für die Kommunikation in ordentlichen wie in ausserordentlichen Situationen (siehe unten).

Kommunikation in ausserordentlichen Situationen

Ausserordentliche Situationen sind Ereignisse, die teilweise nicht mehr von innen, sondern vor allem von aussen gesteuert werden. Im Gegensatz zu normalen Kommunikationssituationen ist man bei ausserordentlichen Situationen gezwungen, zu reagieren. Ausserordentliche Situationen treten in der Regel unverhofft auf. Die Öffentlichkeit interessiert sich stets für aussergewöhnliche Ereignisse. Und damit werden die überraschenden Geschehnisse durch das Interesse der Öffentlichkeit definiert. Ausserordentliche Situationen können nicht nur die grossen Geschichten, sondern auch lokale spannende Ereignisse sein. Es kann sich dabei auch um erfreuliche, überraschende Situationen/Geschehnisse handeln.

Grundsätze

Es geht keine Information an die Öffentlichkeit, bevor das Bild der Situation intern nicht komplett ist. Wir sagen den sehr schnell anwesenden Medienvertretern in dieser Phase, wann wir informieren, was wir abklären werden. Der nächste Termin muss rasch stattfinden. Es gilt, in der Zwischenzeit abzuklären, was der Journalist woher weiss, in welchem Medium er arbeitet, wo der Journalist erreicht werden kann usw. Die interne Kommunikation startet dagegen ohne Verzögerungen. Mit den vorgesehenen wichtigen Stellen des Verbandes wird sofort Kontakt aufgenommen. Damit nicht unter- oder überreagiert wird, gilt es, die Lage genau abzuklären.

Es wird ein Sprecher bestimmt, damit die Medien nur aus einer Quelle Auskunft erhalten. Es gilt sicherzustellen und zu überprüfen, dass die Information nur über die verantwortlichen Stellen an die Öffentlichkeit gelangt. Es wird nur über gesicherte Fakten informiert. So können Verunsicherungen abgebaut werden. Alle Medien sind gleich zu behandeln.

Hinweis

Das Thema „Sicherheit“ muss im Rahmen der Vorbereitungsarbeiten angesehen und allenfalls in einem separaten Konzept erarbeitet werden. Darin sollte unter anderem der Kontakt zur Polizei, Sanität, Arzt, Spital etc. geregelt sein (Katastrophendienst). In der Dokumentenablage des Infochefs sind ein Todesfallkonzept sowie ein Sanitätskonzept einsehbar.

Abläufe

	Verbandsführung Präsident/in, TL-Chef	Abteilung Ressort Information
Ereignis	Betroffene Personen werden intern vorinformiert Erste Besprechungen, Zeitplanung, Koordination Festlegen personelle Zuständigkeiten	Noch keine Kommunikation
Sofortmassnahmen (nach Bedarf)	Bildung/Einberufung Krisenstab	Vorinformation Geschehen und Information über das weitere Vorgehen ➤ Intern vor extern
Detailanalyse	Einbezug von Betroffenen und Spezialisten Überprüfung personelle Zuständigkeiten	Detailinformation
Planung Massnahmen	Termine, Medien, Sprachregelung	
Umsetzung Massnahmen	Führung gemäss Planung mit klaren Zuständigkeiten	Regelmässige Info-Updates