



Leitfaden Kommunikation

für die Umnutzung von Räumen
im Verwaltungsvermögen der
Katholischen Kirchgemeinde Luzern

Einleitung

Integrierte Kommunikation

Die Kommunikation ist ein zentraler Bestandteil aller Prozessphasen (Initialisierung, Vorprojekt, Realisierung/Hauptprojekt). Alle Prozessschritte werden kommunikativ begleitet.

Die Zuständigkeiten und Kompetenzen sind geregelt. Es gibt keine Kommunikation ohne Auftrag oder entsprechende Autorisierung.

Die Kommunikation setzt mit dem Beginn der Initialisierungsphase ein und wird auf dieser Basis weitergeführt. Die Kommunikation einer Projektphase erfolgt auf Grundlage der jeweils vorausgehenden Phase. Einmal eingeführte Massnahmen können weitergeführt und nach Bedarf den Erfordernissen entsprechend angepasst werden.

Kompetenzen

Die Verantwortung für die Kommunikation liegt grundsätzlich bei der für die entsprechenden Prozessphasen zuständigen Projektleitung. Wenn (noch) keine Projektleitung beauftragt ist, liegt die Verantwortung für die Kommunikation beim Fachbereich Kommunikation der Katholischen Kirche Stadt Luzern (bzw. der Fachbereichsleitung). Die Projektkommunikation erfolgt immer in Absprache mit dem Fachbereich Kommunikation.





Kommunikation in den Prozessphasen

Allgemein

In jeder Prozessphase sind die zentralen Elemente der Kommunikation geklärt.

- **Kommunikationsziele:**
Welche Ziele sollen mithilfe der Massnahmen erreicht werden?
- **Stakeholder/Anspruchsgruppen werden in der Kommunikation zu Dialoggruppen:**
Wer sind die Dialoggruppen? Sind alle internen und externen Dialoggruppen bekannt und benannt?
- **Botschaften/Kommunikationsinhalte:**
Welche Botschaften und Inhalte sollen den Dialoggruppen vermittelt werden? (Fokus liegt auf den Chancen des Umnutzungsprojekts. Voraussetzung ist eine vorhandene Abwägung der projektspezifischen Chancen und Risiken.)
- **Kommunikationsstrategie:**
Wie werden die Ziele erreicht?
- **Massnahmen:**
Welche Massnahmen sind sinnvoll? Massnahmenplan erstellen: Massnahmen benennen und den Dialoggruppen zuordnen, Termine setzen.
- **Kommunikationsbudget und Ressourcen:**
Welche finanziellen und personellen Mittel stehen für die Kommunikation zur Verfügung?

Jede Prozessphase bringt für die Kommunikation eigene Herausforderungen und Schwerpunkte mit sich, die sich im Verlauf des Projekts verändern und verlagern können. Demnach ist die Kommunikation in jeder Projektphase neu zu konzipieren bzw. die Kommunikation zu überarbeiten und allenfalls anzupassen. Im Sinne einer hohen Glaubwürdigkeit sollte die Kommunikation im Verlauf eines Projekts möglichst keine Brüche bzgl. der Inhalte (Botschaften) aufweisen.

Es folgen Hinweise zu einigen Schwerpunkten, die während der Projektphasen besonders zu beachten sind. Da die Kommunikation projektspezifisch ist bzw. von der Art des Umnutzungsprojekts abhängt, sind die folgenden Bemerkungen weder vollständig noch abschliessend. Ergänzungen und Variationen sind je nach Projekt und Projektverlauf möglich oder sogar notwendig.

Initialisierung

Stakeholderidentifikation

Sie verfolgt das Ziel, alle Organisationen und Personen zu bestimmen, die von einer möglichen Umnutzung direkt oder indirekt betroffen sind oder ein konkretes Interesse am Projekt haben.

- Erstellen einer Liste aller Stakeholder/Anspruchsgruppen (Dialoggruppen).

Priorisierung der Dialoggruppen

- Festlegen, welche Dialoggruppen besonders wichtig sind.
- In der ersten Phase liegt ein besonderer Fokus auf der internen Kommunikation.

Wording entwickeln (Botschaften)

- Botschaften formulieren.
- Mögliche Fragen an das Projekt formulieren, v.a. auch kritische («Nasty Questions»).
- Interne Zielgruppen bedienen.
- Auf externe Anfragen vorbereitet sein.

Strategie

- Entscheid über proaktive oder reaktive externe Kommunikation. Wird öffentlich über das Umnutzungsprojekt kommuniziert (inkl. Medien)? Oder wartet man ab, ob Anfragen kommen?

Besonderes

- Der persönliche, auch mündliche Austausch mit Schlüsselpersonen ist von Anfang an zentral.
- Schlüsselpersonen ins Projekt integrieren und zu Botschafter:innen machen.

Vorprojekt

Massnahmenplan

- Spätestens in dieser Phase einen detaillierten Massnahmenplan erstellen: Interne und externe Zielgruppen, Termine, Kosten und Verantwortlichkeiten mit einbeziehen.

Realisierung/Hauptprojekt

Konzeption der Kommunikation auf der Basis der vorangegangenen Projektphasen.