

Kommunikationskonzept

Schweizerischer Verband der Medizinischen Praxisfachpersonen (SVA)

1. Ausgangslage

Der SVA hat kein ausgearbeitetes Kommunikationskonzept. Er verfügt über verschiedene Kommunikationsinstrumente, welche teilweise bereits überarbeitet wurden und in der Regel zielgerichtet erfolgen.

Die Kommunikation erfolgte bis anhin über verschiedene Kanäle, sowohl innerhalb des Verbandes (Zentralvorstand – Vorstand Sektionen – Geschäftsstelle) als auch gegen aussen (Sponsoren, Partner, Mitglieder, Medien), was nicht zielgerichtet ist und zu Doppelspurigkeit führt.

Das Angebot und die Sichtbarkeit des SVA sind stellenweise zu wenig fassbar, da der Verband als Absender zu wenig in den Vordergrund gestellt wurde und die Kommunikation oft nicht zielgerichtet erfolgte.

Der Bereich Social-Media kommt zu kurz. Die Handhabung muss professioneller erfolgen, da der Trend zu vermehrter visueller Kommunikation erkennbar ist.

Die Kommunikation soll auf ein solides Fundament gestellt werden, sodass Kontinuität ermöglicht wird und sich eine spürbare Wirkung gegen innen und aussen einstellen kann. Das bedeutet, dass die Kommunikation einer jährlichen Wirkungsmessung / Analyse unterzogen werden soll.

2. Interne Kommunikation

Informationen Zentralvorstand, Geschäftsstelle, Sektionen,

Zentralvorstand; kommuniziert via die fest eingeplanten ZV-Sitzungen und deren Protokolle (Versand an Sektionspräsidentinnen und Kommission) oder direkt über die Geschäftsstelle und deren Mitarbeiterinnen. Direkte Kommunikation mit den Sektionen via Präsidentinnen-Chat, 2x jährlich SKK, 1x jährlich Zukunftsentwicklungstag.

Geschäftsstelle; GL kommuniziert via die fest eingeplanten ZV-Sitzungen und die den jeweiligen Ressorts zugeteilten ZV-Mitgliedern. Nach Möglichkeit und Bedarf 1 – 2x /Monat Austausch mit Präsidentin.

Wöchentliche Team-Sitzung (inkl. Protokoll) für allgemeinen Informations-Austausch und Informationen aus der ZV-Sitzung. Laufende Informationen werden bereichsspezifisch mündlich oder via Mail kommuniziert.

Übermittelt den Sektionen, im Normalfall via Mail, Informationen, welche für deren Arbeit von Relevanz sind; spezifische Anfragen auch telefonisch.

Sektionen; kommunizieren auf eigenem Präsidentinnen-Chat (inkl. ZV-Präsidentin und Vize) oder individuell via Geschäftsstelle mündlich oder per Mail. Unmittelbarer Austausch mit dem Zentralvorstand und der Geschäftsstelle 2x jährlich an der SKK, 1x jährlich am Zukunftsentwicklungstag. Allgemeine Kommunikation via Mail, Telefon.

Interne Kommunikationsmittel

- **Zentral-Vorstandssitzung / Protokolle** auf der Geschäftsstelle / online
- **Teamsitzungen** auf der Geschäftsstelle / online
- **Fachbereichs-Austausch** unter den Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle
- **Individuelle Gespräche**, nach Bedarf
- **Delegiertenversammlung**, 1x jährlich

- **SKK**, 2x jährlich
- **Zukunftsentwicklungstag**, 1x jährlich
- **Telefon / Mail**

3. Externe Kommunikation

- **Homepage**; «Eingangstür» für alle Besucherinnen und Besucher des Verbandes. Steht den Sektionen für deren Präsentation zur Verfügung. Wird durch die Geschäftsstelle bewirtschaftet.
- **NEWS**; erscheinen 12x jährlich online, mit Informationen aus der Geschäftsstelle, Bildung, aktuelle Themen, Events, Sponsoren. Wird durch ein Mitglied des ZV, in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung bewirtschaftet.
- **Praxisarena**; Verbands-Zeitschrift, erscheint 6x jährlich und wird den Mitgliedern des Verbandes postalisch zugestellt. Der Inhalt wird durch zwei durch den SVA finanzierte Personen bewirtschaftet (Redaktionsleiter und Akquise-Mitarbeiterin) und durch eine externe durch den SVA finanzierte Webdesign-Firma gestaltet.
- **Jahresbericht Zentralvorstand**; erscheint 1x jährlich und wird in der Verbands-Zeitschrift «Praxisarena» publiziert. Der Inhalt erfolgt durch die Präsidentin und die Geschäftsführerin des Verbandes und ist sehr kurzgehalten. Keine Bebilderung, keine Grafiken.
- **Jahresbericht Sektionen**; erscheint 1x jährlich und wird auf der HP veröffentlicht.
- **Flyer**; werden bei Anlässen verteilt. Enthalten Infos über den Verband, mit Möglichkeit zur Mitglieds-Anmeldung. Auch in digitaler Form via QR-Code.
- **Informationsanlässe/Ansprachen**; je nach Anfrage erfolgen diese durch die Mitglieder des ZV, der Sektionsvorstände oder der Geschäftsführerin.

Für Informationsanlässe besteht eine überarbeitete Powerpoint-Präsentation.

Für Ansprachen in Schulen und bei Abschlussfeiern erfolgen die Präsentationen und Ansprachen individuell. Keine Vorgabe des Wordings. Das SVA-Logo muss ersichtlich, sofern die Ansprache im Namen der Sektion oder des Verbandes erfolgt.

- **Medienarbeit;** verbandsspezifische Medienanfragen werden in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführerin beantwortet. Proaktive Medienarbeit ist erwünscht und soll in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführerin erfolgen. Die Sektionen werden auf deren Wunsch unterstützt.
- **Social-Media / Instagramm / LinkedIn;** wird durch eine externe Agentur im Auftrag der Zentralvorstandes und der Geschäftsstelle bewirtschaftet. Steht den Sektionen neben deren eigenen Kanälen zur Verfügung.
- **Partner-Anlass;** dient als «Danke» und dem Netzwerken und Aufrechterhalten der Zusammenarbeit mit Partnern und Sponsoren. Der Entscheid über eine Durchführung erfolgt durch den Zentralvorstand.
- **Telefon / Mail;** alle Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle haben eine eigene Telefonnummer und sind unter den auf der HP und Mailadressen publizierten Öffnungszeiten sowohl telefonisch als auch via Mail erreichbar. Die Hauptnummer wird im Grundsatz durch die Assistentin der Geschäftsstelle bedient, Vertretung erfolgt nach Absprache innerhalb des Teams.

Einheitliches Wording und Erscheinungsbild der jeweiligen Funktions- und Adressangaben im Mail inkl. SVA-Logo und des Zusatzes «**Smart, Vernetzt, Agil**»

Zielsetzungen

- Das Kommunikationskonzept dient als Grundlage für die interne und externe Kommunikation.
- Das Kommunikationskonzept setzt Verantwortlichkeiten fest und schafft Transparenz. Der Aussenauftritt ist klar definiert.
- Das Konzept regelt die Kommunikationsgrundsätze, die der Verband nach innen und nach aussen pflegen und stärkt das Image und die Bekanntheit unserer Organisation.
- Alle Zielgruppen kennen den SVA, dessen Angebote und Aufgaben.
- Der SVA ist «Der Verband» der die Interessen der MPK, MPA, der Lernenden und aller Interessierten vertritt.
- Social-Media soll wichtiger Bestandteil der Verbandsarbeit sein. Die Handhabung soll professioneller erfolgen. Neben der Homepage und den News sollen Events und Statements zu aktuellen Ereignissen agiler möglich sein, da der Trend zu vermehrter visueller Kommunikation erkennbar ist und vor allem junge, potentielle Mitglieder anspricht.

Kommunikationsgrundsätze

1. Die interne Kommunikation und Information haben Priorität vor externer Kommunikation, sie dient der einheitlichen Wahrnehmung des Verbands-Zweckes (Corporate Identity), sie fördert eine effiziente und engagierte Zusammenarbeit.
2. Die internen Kommunikationsmittel sollen das Wir-Gefühl der Mitglieder fördern und dazu beitragen, dass Abläufe und Entscheidungen nachvollziehbar sind.
3. Die interne Kommunikation ist in der Regel eine Bringschuld, die sowohl von oben nach unten als auch von unten nach oben erfolgt.
4. Die Zuständigkeiten und Funktionen innerhalb des Verbandes sind klar definiert und werden gegen aussen entsprechend kommuniziert.
5. Der SVA betreibt aktive Informationspolitik.
6. Die externe Kommunikation und Information muss mit den Grundsätzen des SVA übereinstimmen. Das Datenschutzgesetz ist zu berücksichtigen.
7. Das Verhalten des Zentralvorstandes, der Geschäftsstelle und der Sektionen gegen innen und aussen prägen das Erscheinungsbild des SVA. Unstimmigkeiten sind intern zu besprechen und zu lösen und gehören NICHT nach aussen getragen.
8. Der SVA ist nach aussen klar erkennbar und soll positiv und als DIE Marke wahrgenommen werden.
9. Bei externer Kommunikation in Print- oder elektronischer Form ist das einheitliche Erscheinungsbild (Corporate Design) zu beachten.
10. Der Begriff «SVA» inkl. Logo dient als Wortmarke und Absendererkennung. Das Logo wird in allen Kommunikationsmitteln gut erkennbar und einheitlich eingesetzt. Name und Funktionsbeschreibungen der jeweiligen Absenderin werden einheitlich dargestellt.
11. Die Wortmarke SVA wird mit der Zusatzinformation «Smart, Vernetz, Agil» ergänzt. Der Ergänzungssatz soll die Tätigkeit des SVA veranschaulichen und Wiedererkennungswert haben. Bei zielgruppenspezifischer Kommunikation kann auf den Ergänzungssatz verzichtet werden oder dieser entsprechend angepasst werden.

12. Die Qualität der Zusammenarbeit mit den Mitgliedern und unseren Anspruchsgruppen und Institutionen spielt eine entscheidende Rolle für das Ansehen unseres Verbandes.

Verantwortlichkeiten Verband

Die Verantwortung und Koordination der Öffentlichkeitsarbeit im Allgemeinen (Kommunikation, Sponsoring, Verbandspolitik, Medien, Ärztenetzwerke, Sozialpartnerschaften, Verbände, etc.) liegt grundsätzlich bei der Geschäftsleitung, in Absprache mit der zuständigen Fachperson des Zentralvorstandes bzw. dem Präsidium.

Anfragen von Medien oder Fragen, welche bei Beantwortung Einfluss auf das Erscheinungsbildes des Verbandes haben, werden von der Geschäftsleitung beantwortet oder, je nach Thema, an das zuständige Zentralvorstandsmitglied zur Beantwortung weitergeleitet.

Der Zentralvorstand und die Geschäftsleitung informieren sich gegenseitig. Vor Veröffentlichung eines Artikels muss der Zentralvorstand und die Geschäftsleitung informiert sein.

Verantwortlichkeiten Sektionen

Die Sektionen sind für deren Öffentlichkeitsarbeit selbst verantwortlich. Diese darf jedoch bei Verwendung des Logos nicht den Grundsätzen des SVA widersprechen. Die Geschäftsleitung unterstützt die Sektionen in deren Öffentlichkeitsarbeit.

Die Geschäftsleitung stellt den internen Informations- und Kommunikationsfluss sicher.

Interne Kommunikation

ZV (Zentralvorstand)

GF (Geschäftsführung)

MA GS (Mitarbeiterinnen Geschäftsstelle)

FP GS (Fachperson Geschäftsstelle)

PS (Präsidien Sektionen)

GPK (Geschäftsprüfungskommission)

Komm.-Mittel	Verantwortlich	Zweck	Adressat	Periodizität
ZV-Sitzung (Protokoll)	Präsidium / Zentralvorstand / GF administrativ u. beratend	Strategische Führung des SVA Austausch ZV - GF	GF, PS, GPK Infos an MA GS via GF	11- 12x jährlich
Team-Sitzung GS (Protokoll)	GF / MA GS	Operativer, fachübergreifender Austausch über alle Fachbereiche, gemeinsames Wissen, Koordination	MA GS	1x/Woche
Fachübergreifende Sitzung	GF / Leitung Bildung / FP GS	Informationsaustausch, Umsetzung Strategie, gemeinsames Wissen	MA Fachbereich	Laufend, mind. 1/Woche
Retraite / Strategietag (Protokoll)	Präsidium / Zentralvorstand	Ausrichtung künftige Strategie SVA / Rück- blick	GF, PS/Sektionen Info an MA GS via GF	1x/Jahr
DV (Protokoll)	Präsidium / Delegierte / GF administrativ u. beratend	Oberstes Organ des Verbandes, welches über Vorlagen/Vorgaben für den Verband abstimmt/beschliesst	GF, PS, GPK, Revision MA GS via GF	1x/Jahr
SKK (Protokoll)	Präsidium / ZV / TN-SKK	Austausch Sektionen, strategischer Austausch, Weiterbildung	GF, PS/Sektionen MA GS via GF	2x/Jahr
Zukunftsentwicklungstag	Präsidium / ZV TN- Entwicklungstag	Austausch Zukunft Verband/Sektionen	GF, PS/Sektionen MA GS via GF	1x/Jahr

Externe Kommunikation

FP ZV (Fachperson Zentralvorstand)

FP GS (Fachperson Geschäftsstelle)

Komm.-Mittel	Verantwortlich	Öffentlichkeit	Mitglieder	Verbands-Partnerinnen (FMH/MFE, etc.)	Sponsoren/ Partner	Fachpersonen	Periodizität
Homepage	GF / Ass. GF	x	x	x			laufend
News	GF / FP ZV		x	(x)			1x/Monat
Jahresbericht	Präsidium ZV / GF	x	x	x			1x/Jahr
Flyer	GF, Leitung Bildung FP GS	x	x		x		Nach Bedarf
Briefe/Mails/Tel.	GF / FP GS		x	x	x	x	Laufend
Sponsoring	ZV (evtl. Erstkontakt) GF (Verhandlung)			x		x	Nach Bedarf
Partneranlässe	ZV GS (Admin./Org.)			x	x		situativ