KANTON AARGAU

Toolbox Kommunikation

Hilfsmittel für Anbietende in der Frühen Kindheit CHECKLISTEN

ANGEBOT:

DATUM:

VERANSTALTER / VERANSTALTERIN:

ZIELGRUPPEN	BEISPIEL
An wen richtet sich mein Angebot?	Kinder mit besonderen Bedürfnissen, Mütter, Menschen mit Migrationshintergrund …
– Meine Schlussfolgerung	
Kenne ich die Nutzenden?	Persönlich, über Dritte, von früheren Angeboten …
– Meine Schlussfolgerung	
Welche möglichen Schlüsselpersonen kennen meine Zielgruppe?	Gemeindemitarbeitende, Mütter- und Väterberatung, soziale und kirchliche Institutionen, Kinderärztin oder Kinderarzt …
– Meine Schlussfolgerung	
Welche Kompetenzen und Ressourcen haben die Schlüsselpersonen?	Zeit, digitale Kompetenzen, Sprachkenntnisse …
– Meine Schlussfolgerung	
Wie kann ich die Schlüsselpersonen einbinden?	Persönliche Kontakte, Mailverteiler …
– Meine Schlussfolgerung	
Welche Sprache wird gesprochen?	Muttersprache Eltern / Kinder, Sprachkenntnisse …
– Meine Schlussfolgerung	
Welche Interessen haben potenzielle Nutzende meines Angebots?	In Bezug auf Angebote der Frühen Kindheit, privat, professionell, politisch …
– Meine Schlussfolgerung	

Welche Themen interessieren potenzielle Nutzende meines Angebots?	(Weiter)Bildung, Gesundheit, Betreuung, Behördeninformation …

– Meine Schlussfolgerung

Welche Medien konsumieren potenzielle Nutzende meines Angebots?	Printmedien, Social Media, Mails, Web, Mund-zu-Mund-Propaganda …

– Meine Schlussfolgerung

Wo trifft man potenzielle Nutzende meines Angebots?	Spielplatz, Behördengang, Kinderarzt oder Kinderärztin …

– Meine Schlussfolgerung

Welche Vorlieben / Abneigungen haben potenzielle Nutzende meines Angebots in Bezug auf Informationsvermittlung?	Abneigung gegen Ämter, Vorliebe für mündliche Kommunikation …

– Meine Schlussfolgerung

Welche Hürden verhindern eine Teilnahme am Angebot?	Finanzielle Hürden, kulturelle und religiöse Bedenken, Zeitfenster, eingeschränkte Mobilität, Kinderbetreuung …

– Meine Schlussfolgerung

Welche Hürden verhindern das Verstehen einer Botschaft?	Sprachbarrieren, kein Zugang zur Information, Textmenge …

– Meine Schlussfolgerung

ANGEBOT:

DATUM:

VERANSTALTER / VERANSTALTERIN:

VERMITTLUNGSSZENARIEN	BEISPIEL
Wie viel Zeit habe ich?	Fürs Erstellen des Inhalts, für die Gestaltung, fürs (Ver-)Teilen …
– Meine Schlussfolgerung	
Welches Budget habe ich?	Für Druckkosten, Designer oder Designerin, Fotografin oder Fotograf, Werbeanlässe ...
– Meine Schlussfolgerung	
Welche Techniken / Geräte stehen mir zur Verfügung?	Drucker, Schneidemaschine, Software …
– Meine Schlussfolgerung	
Brauche ich Unterstützung bei der Umsetzung? Wenn ja, wer hilft mir dabei?	Grafikagentur, Praktikant oder Praktikantin, Bekannte, …
– Meine Schlussfolgerung	
Wie viele Sprachversionen brauche ich?	Brauche ich Übersetzer oder Übersetzerinnen? Welche Sprachgruppen berücksichtige ich?
– Meine Schlussfolgerung	
Wie wird die Nachricht verteilt?	Über Dritte, Schulen, Kinderärzte und Kinderärztinnen, persönlich, Aushang, Social Media …
– Meine Schlussfolgerung	
Welches Medium nutze ich für meine Nachricht? Ist mir das Medium vertraut?	Flyer, Poster, Email, Facebook, Instagram, Webseite, WhatsApp-Chat …
– Meine Schlussfolgerung	
Wann trifft meine Nachricht auf den Empfänger oder die Empfängerin?	Tageszeit, Vorlauf vor Veranstaltung, Lebenssituation (z. B. abgestimmt auf das Alter des Kindes) …

– Meine Schlussfolgerung

Wie adressiere ich die Empfänger und Empfängerinnen?	Direkte persönliche Anrede, Ansprache als Zielgruppe («Liebe Eltern»), allgemeiner Infotext …

– Meine Schlussfolgerung

Auf welchem Weg erhalte ich Rückmeldung? Brauche ich Rückmeldung?	Email, persönlich, SMS, Online-Anmeldung …

– Meine Schlussfolgerung

Wer ist für Rückfragen erreichbar?	Angebotsleitende, Multiplikator oder Multiplikatorin, Assistierende

– Meine Schlussfolgerung

Welche Hürden verhindern den Empfang der Nachricht?	Schwierige Sprache, kein Zugang zu Social Media …

– Meine Schlussfolgerung

Wie wird meine Nachricht gestreut?	Multiplikator/in, Postversand, Mund-zu-Mund-Propaganda, Chatgruppe, Schule …

– Meine Schlussfolgerung

Wo und wie bleibt meine Nachricht präsent?	Am Kühlschrank hängend, als Erinnerung im Kalender, als Poster in der Kita …

– Meine Schlussfolgerung

In welcher Form kann ich an meine Nachricht erinnern?	Reminder-Mail, WhatsApp-Erinnerung, Hinterhertelefonieren …

– Meine Schlussfolgerung

In welcher Rolle kommuniziere ich?	Persönlich, als Vertreter oder Vertreterin einer Institution …

– Meine Schlussfolgerung

ANGEBOT:

DATUM:

VERANSTALTER / VERANSTALTERIN:

INHALT & FORM	BEISPIEL
Inhalt	
Welche Informationen sind am wichtigsten, welche zweitrangig?	Titel, Untertitel, Datum, Zeit, Inhalt der Veranstaltung …
– Meine Schlussfolgerung	
Wie unterstreiche ich die Wichtigkeit der Informationen?	Schriftgrösse, Farbe, Textkasten …
– Meine Schlussfolgerung	
Ist der Absender oder die Absenderin ersichtlich?	Logo, Name des Angebots / der Institution …
– Meine Schlussfolgerung	
Welche Partner und Partnerinnen sind ersichtlich?	Mit Logos, namentliche Erwähnung …
– Meine Schlussfolgerung	
Ist die Information einfach formuliert?	Kurze Sätze, keine Fremdwörter, logische Reihenfolge …
– Meine Schlussfolgerung	
Ist die Sprachwahl angemessen?	«Offziell», lustig, subjektiv …
– Meine Schlussfolgerung	
Duze oder Sieze ich die Empfängerinnen und Empfänger?	Sprachregelungen meiner Organisation …
– Meine Schlussfolgerung	

Kann der Text gekürzt werden?	Verdoppelungen, Unwichtiges …

– Meine Schlussfolgerung

Ist die Textmenge dem Medium angemessen?	Kurze Nachrichten auf Social Media, Werbeplakate als Eyecatcher …

– Meine Schlussfolgerung

Kann die Information durch Bilder vermittelt oder unterstützt werden?	Piktogramme, Infografik, Illustrationen, Fotografien …

– Meine Schlussfolgerung

Form

Gibt es ein Erscheinungsbild, an das ich anknüpfe? Wenn ja, verfüge ich über die Elemente?	Logos, Hausschrift, Farben, Bildwelt, CI-Manual …

– Meine Schlussfolgerung

Welche (internen) Bildquellen stehen mir zur Verfügung?	Bildatenbanken, Fotos von anderen Veranstaltungen …

– Meine Schlussfolgerung

In welcher Qualität sind Bilddaten und Logos vorhanden?	Druckauflösung 300 ppi oder Bildschirmauflösung 72 ppi …

– Meine Schlussfolgerung

Unterstützen die gewählten Bilder meine Botschaft? Sind sie glaubhaft und angemessen?	Authentische Personen, Cartoonfiguren, Diversityaspekte …

– Meine Schlussfolgerung

Wo ist Datenschutz Thema?	Bildrechte, Persönlichkeitsrechte, Schutz der Privatsphäre …

– Meine Schlussfolgerung

Welche Schriften stehen mir zur Verfügung?	Hausschrift, Systemschriften …

– Meine Schlussfolgerung

Ist die gewählte Schrift dem Inhalt angemessen?	Seriös, verspielt, langweilig …

– Meine Schlussfolgerung

Ist die Schrift für die Zielgruppe lesbar und für das Medium angemessen?	Schriftgrösse, Zeilenabstand, Zeilenlänge, Schnörkel, Kontrast zum Hintergrund …

– Meine Schlussfolgerung

Kann ich Textinformationen visualisieren?	Symbole, Diagramme, Piktogramme …

– Meine Schlussfolgerung

Welche technischen Stolpersteine muss ich beachten?	Druckauflösung, Komprimierung digitaler Daten, Lesbarkeit auf verschiedenen Displaygrössen (responsive Design) …

– Meine Schlussfolgerung

ANGEBOT:

DATUM:

VERANSTALTER / VERANSTALTERIN:

NACHBEREITUNG	BEISPIEL
Brauche ich die Daten / Inhalte später nochmals?	Als Adressliste, Vorlage für spätere Kommunikation, Übergabe an Nachfolge …
– Meine Schlussfolgerung	
Gibt es ein Archiv zur Datenablage?	Serverablage, Ordner mit bisherigen Kommunikationsmitteln, Chatverlauf archivieren …
– Meine Schlussfolgerung	
Wie analysiere ich den Erfolg meiner Kommunikationsmassnahmen?	Über Google Statistics, persönliche Rückmeldungen, Anzahl Anmeldungen…
– Meine Schlussfolgerung	