

# Kommunikationskonzept

1.5

Version 14.07.2017

**Sek 1 March Rektorat**

Kantonsstrasse 67a , Postfach 125 , 8863 Buttikon , Telefon 055 451 22 48 , rektorat@sek1march.ch , www.sek1march.ch

**ZIELE****GRUNDSÄTZE**

Die Grundsätze der Kommunikation basieren auf dem Leitbild der Sek 1 March sowie dem Kommunikationskodex.

Mittels guter Information und Kommunikation schaffen wir Transparenz und fördern das Verständnis gegenüber unserer Schule, unseren Möglichkeiten und Grenzen. Wir schaffen Vertrauen, indem wir kontinuierlich und ausgewogen über schulische Themen informieren oder Feedback einholen.

Die Sek 1 March erarbeitet jährlich eine Kommunikationsplanung, welche die Leistungen und Angebote der Schule ausgewogen beleuchtet und so wesentlich zur Imagepflege beiträgt. Die Kommunikationsplanung orientiert sich an der Strategie der Schule und den Informationsbedürfnissen der Adressaten. Ziele, Themen und Aktivitäten werden regelmässig und auf informative Weise dargelegt.

Ein Informationsüberhang ist zu vermeiden. Die Schule sucht in geeigneter Form das Gespräch und den Kontakt zu allen Akteuren im Umfeld der Bildung.

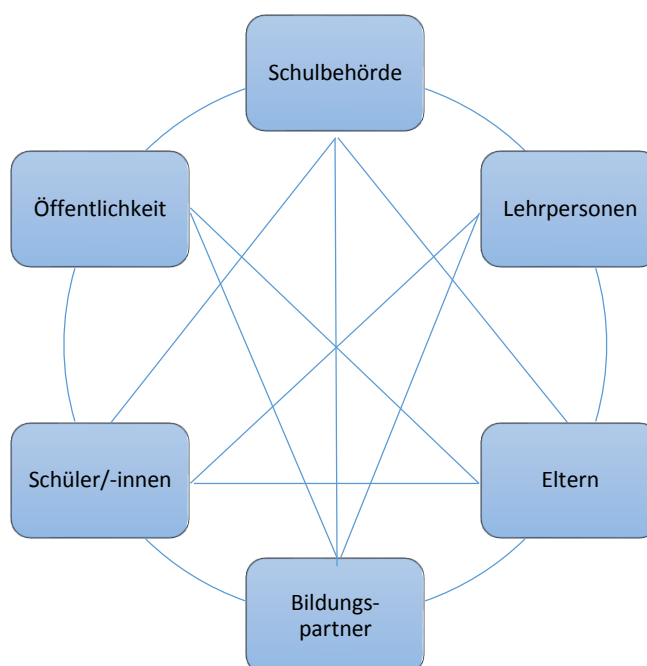


Abbildung 1: Kommunikationsnetz

Die Sek 1 March kommuniziert proaktiv und richtet sich nach der anvisierten Zielgruppe: Wer ist betroffen, wer muss informiert und oder in eine Entscheidung miteinbezogen werden?

- Was soll konkret erreicht werden?
- Welche Form passt zu den Informationen?
- Welche Kanäle eignen sich?

**INTERNE KOM-  
MUNIKATION**

Die Sek 1 March kommuniziert klar und geregelt. Beteiligt an der internen Kommunikation sind Eltern, Schülerinnen und Schüler, Lehrpersonen, Schulleiter/-in, Rektor/-in, Hauswarte, Sekretariate, Schulratsmitglieder wie auch alle zugewandten Dienste (SSA, ASP, KJPD etc.).

Folgende formelle Kommunikationsformen und Kommunikationsebenen werden unterschieden:

**FORMELL**

- Persönliche Gespräche:  
Besprechungen in Fachgremien, Mitarbeitergespräche, Standortbestimmung, Elterngespräche etc.
- Konferenzen und Sitzungen:  
Schulratssitzungen, Schulleiterkonferenz, Projektgruppensitzungen, Schülerparlament etc.
- Schriftliche Mitteilungen:  
Protokolle, Aktennotizen, Mail, Newsletter, Elternbriefe etc.

**INFORMELL**

Der informelle Austausch ‚zwischen Tür und Angel‘ dient dem schnellen bilateralen Austausch von Informationen. Er gehört ebenso zu einer offenen Kommunikationskultur wie der formelle Austausch von Inhalten, welcher an alle Lehrpersonen gleichermaßen erfolgen muss.

Art	Inhalt	Beteiligte	Intervall
Mitarbeitergespräch	Standortbestimmung	LP, SL	Individuell/1xjährlich
Teamsitzung	Informationen, pädagogischer Austausch	LP, SL,	Schulstandortbezogen, regelmässig
Newsletter	Informationen, Termine	SR, Rektorat, SL, LP, Schüler, Eltern	Individuelle Formen, regelmässig
‚Tür und Angel‘ - Gespräche	Dies und das	zufällig Anwesende	sporadisch, situativ, zufällig

Abbildung 2: Beispiele formeller und informeller Kommunikationsformen

**KOMMUNIKATIONSKODEX**

An unserer Schule werden Werthaltungen vermittelt, mit denen wir uns aktiv auseinandersetzen (Leitsatz Sek 1 March).

Das Fundament einer gut funktionierenden Kommunikation auf allen Ebenen bilden Werte wie Ehrlichkeit, Respekt, Vertrauen und Wertschätzung. Alle Mitarbeitenden wie auch der Schulrat der Sek 1 March nehmen mit dieser Grundhaltung gegenseitig eine Vorbildfunktion ein, insbesondere auch Lehrpersonen gegenüber Schülerinnen und Schülern.

Wie wir einander – mündlich oder schriftlich – etwas sagen und mitteilen, ist unsere Visitenkarte. In der Kommunikation verhalten wir uns korrekt gegenüber allen Mitwirkenden an der Schule Sek 1 March. Dieser Grundsatz gilt auch für elektronische Verständigungsformen.

Wir reden miteinander statt übereinander; Feedbacks werden sachlich, fair und konstruktiv geäußert. Wir sind uns bewusst, dass ein Lob positiv und motivierend wirkt.

Probleme, Anliegen und Fragen werden zuerst intern besprochen. Wir sprechen Probleme in der Kommunikation direkt, offen und anständig an. Konflikte und Differenzen werden frühzeitig und in erster Linie dort besprochen und bearbeitet, wo sie anfallen. Erst wenn ein Konflikt nicht gelöst werden kann, wenden sich die Parteien an die nächsthöhere Führungsebene.

Wir halten die internen Kommunikationswege ein (Dienstweg). Die interne Kommunikation erfolgt gezielt (Kreis der Adressaten), kurz, klar und sachlich. Mit den elektronischen Kommunikationsmitteln gehen wir verantwortungsbewusst um. Die Mailbox ist regelmässig einzusehen und die Mails sollen innert nützlicher Frist beantwortet werden. Mails, welche den eigenen Kompetenzbereich überschreiten und an alle Mitarbeiter versandt werden sollen, werden vorgängig von der direkt vorgesetzten Stelle genehmigt.

#### EXTERNE KOMMUNIKATION

Für die externe Kommunikation zeichnet die vorgesetzte Stelle verantwortlich, vgl. Organigramm der Sek 1 March. Sie richtet sich nach den definierten Zielen und Leitsätzen (Offenheit, Transparenz etc.) und wahrt das Öffentlichkeitsprinzip (Informations- und Datenschutzgesetz IDG). So werden strategische Themen und Informationen der Sek 1 March zuhanden von Printmedien oder Radio und Fernsehen durch das Schulpräsidium oder durch die Rektorin / den Rektor kommuniziert. Die Publikation einzelner Klassen- oder Schulanlässe ist vorgängig mit der lokalen Schulleitung abzusprechen.

#### ÖFFENTLICH- KEIT SARBEIT

Die externe Kommunikation ist Öffentlichkeitsarbeit mit folgenden Zielsetzungen:

- Die Öffentlichkeit wird regelmässig über die aktuellen und wichtigen Entwicklungen, Anlässe und Ereignisse informiert.
- Die mittel- und längerfristigen Ziele, Anliegen und Vorhaben der Schulführung werden in geeigneter Form bekannt gemacht
- Die Schule erhält in ihren Zielen, Anliegen, Vorhaben und Bedürfnissen Beachtung und die notwendige Unterstützung.
- Die Sek 1 March pflegt ein offenes, auf Vertrauen basierendes Verhältnis zur Öffentlichkeit.
- Kanäle für den gegenseitigen Austausch zwischen allen Beteiligten sind vorhanden und bekannt.

## ZIELGRUPPEN-ANALYSE

Es ist hilfreich, für wichtige Kommunikationsinhalte (z.B. Neubauten, Reorganisation, Projekte) eine einfache Zielgruppenanalyse zu erstellen. Dieser liegen Adressaten orientierte Fragen zugrunde wie etwa:

Wie sensibel ist das Thema? Wer ist daran interessiert oder davon betroffen? Mit welchen Haltungen ist zu rechnen und welche Einflussgrössen sind vorhanden. Von welchem Wissens- oder Informationsstand können wir ausgehen? Welche Massnahmen setzen wir ein?

## UMGANG MIT MEDIENSCHAFFENDEN

Für die Medienarbeit gilt: «Tue Gutes und sprich darüber». Wir sind gefordert, aktiv mit interessanten Themen und Veranstaltungen auf die Medien zuzugehen. Der Kontakt mit den Medienschaffenden wird von der oder dem Medienbeauftragten der Sek 1 March gepflegt. Zu deren / dessen Aufgaben gehören insbesondere:

- Erstellen einer Jahresagenda zur Umsetzung des Kommunikationskonzeptes zuhanden der SLK
- Koordination über die drei Schulstandorte hinweg
- Kontaktpflege zu den regionalen Medien und Themenverantwortlichen inkl. Kontaktliste (zuständige Person, Koordinaten, Erreichbarkeit etc.)
- gemeinsame Kommunikations- und Informationsplanung über ein Schuljahr

Medienmitteilungen erfolgen in Absprache und Genehmigung des Vorgesetzten. Wenn immer möglich ist vor der Veröffentlichung einer Medienmitteilung das ‚Gut zum Druck‘ anzufordern.

## KRISEN

Krisensituationen, ausgelöst durch unerwartete, möglicherweise gefährliche Ereignisse, bedeuten für alle Beteiligten Stress in höchstem Masse. Man wird überrascht, die Lage ist unklar, die Situation ist emotional aufgeladen und hektisch, Zeitdruck und Unsicherheit nehmen zu.

Um solche Situationen meistern zu können, braucht es im Voraus klar definierte Abläufe und Zuständigkeiten.

- Gefahren erkennen / Reaktionsweise (z.B. bei Feuer, Unfall, Amok etc.)
- Wer ist beteiligt?
- Wer muss informiert werden, in welcher Reihenfolge / Priorität?
- Wer ist für die interne, wer für die externe Kommunikation zuständig? Sprachregelung? Kommunikationsplan? Wie behalten wir die Initiative in der Hand (agieren, nicht reagieren)?

Die Interventionen sind im Krisenhandbuch der Sek 1 March geregelt und beschrieben. Alle Mitarbeitenden tragen eine Karte mit den Notfallnummern auf sich.

## FEEDBACK-KULTUR

Die Qualität der Sek 1 March wird mittels Einbezug der an der Schule Beteiligten regelmässig überprüft, ausgewertet und reflektiert. Adäquate Massnahmen und Verbindlichkeiten sichern und optimieren die Schul- und Unterrichtsqualität.

Die Sek 1 March strebt ein 360°-Feedback an. Dieses beinhaltet Aussagen zur Schulqualität gemäss [kantonalem Orientierungsrahmen für Schulqualität \(www.sz.ch\)](http://www.sz.ch).

---

Vernehmlasst Schuljahr 2016/17 in Steuergruppe, Schulleiterkonferenz, Bezirksschulrat (13.02.2017)