

Kommunikationskonzept

"Für eine sichere digitale Justiz - damit der Weg zum Recht nicht mehr über Papierberge führt."

Überarbeitung Oktober 2020

Auftraggeber:	Steuerungsausschuss
Filename (inklusive Version):	«j4.0_Kommunikationskonzept_V1.3_20201030»
Projektphase:	Initialisierung / Konzept / Realisierung / Einführung
Autor:	Lukas Huber OG ZH, Balawijitha Waeber PL, Monika Gysin (Überarbeitung)

Revisions- und Genehmigungskontrolle

Version	Datum	Beschrieb	Name
v0.1	13.03.2019	Formulierung Textblöcke	Enigma
v0.2	08.04.2019	Ausformulierung Konzept auf der Basis des Grobkonzepts und den Textblöcken von Enigma	Lukas Huber
v0.3	14.04.2019	Schriftliche Rückmeldung B. Koch	Barbara Koch
	14.04.2019	Einarbeitung der Rückmeldungen	Balawijitha Waeber
v0.4	17.04.2019	Überarbeitung L. Huber	Lukas Huber
v0.5	25.04.2019	Überarbeitung L. Huber nach Inputs von P. Josi	Lukas Huber
v0.7	31.05.2019	Überarbeitung L. Huber nach Workshop der FG05	Lukas Huber
v0.8	11.06.2019	Überarbeitung L. Huber nach FGK 12	Lukas Huber
v0.9	03.07.2019	Überarbeitung nach Review in FG05 und PL	Lukas Huber Balawijitha Waeber
v1.0	26.07.2019	Abschliessende Redaktion für Antrag an PA und STA	Lukas Huber
v1.1	13.08.2019	Überarbeitung nach Vorbesprechung mit Co-Präsidium PA: Einführung einer neuen Zwischenkategorie "weitere durch das Projekt besonders betroffene Akteure"	Balawijitha Waeber
V1.2	29.08.2019	Genehmigung durch PA zuhanden STA	P. Tschümperlin P. Becker
		Genehmigt durch: STA am 02.10.2019 Unterschrift:	
V1.3	30.10.2020	Überarbeitung nach Review Transformationskonzept durch GPL	Monika Gysin
V1.3	18.12.2020	Genehmigung durch PA zuhanden STA	P. Tschümperlin P. Becker

V1.3	10.02.2021	Überarbeitung genehmigt durch STA	
------	------------	-----------------------------------	--

Revisions- und Genehmigungskontrolle

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	3
2	Ziel, Zweck und Inhalt des Kommunikationskonzepts	3
3	Kommunikationsgrundsätze	3
4	Abgrenzungen	3
5	Zuständigkeiten	4
5.1	Projektleitung.....	4
5.2	Fachgruppe Kommunikation und Transformation	4
5.3	Zentrale Medienstelle	5
5.4	Mitglieder der Projektgremien und Fachgruppen	5
6	Ebenen der Kommunikation	5
6.1	Überblick.....	5
6.2	Fachebene (What).....	5
6.3	Rahmenebene (How)	5
6.4	Übergeordnetes Verständnis (Big Why).....	7
7	Zielgruppen der Kommunikation	8
8	Kommunikationszyklus und -rhythmus	8
8.1	Kommunikationszyklus	8
8.2	Kommunikationsrhythmus	9
9	Kommunikationskanäle und -massnahmen	9
9.1	Website.....	11
9.2	(Video-)Newsletter	11
9.3	Präsenzveranstaltungen.....	12
9.3.1	Kickoff Event und Zweijahres-Event	12
9.3.2	Regionale Events und Fachveranstaltungen.....	12
9.3.3	Schulungen.....	12
9.4	Mitglieder der Projektgremien und Fachgruppen als Ambassadoren.....	13
9.5	Medienarbeit	13
9.5.1	Beiträge in Fachzeitschriften (Anwaltsrevue, Richterzeitung etc.).....	13
9.5.2	Tagesmedien	13
9.5.3	Soziale Medien.....	13
10	Material	13
10.1	Logo, Templates, Standardpräsentationen	13
10.2	Rollups.....	13

10.3 Give-Aways14

11 Anhang 15

1 Ausgangslage

Der Gemischte Ausschuss hat an seiner Sitzung vom 12. Dezember 2018 das präsentierte [Grobkonzept Kommunikation](#) freigegeben und das Projektteam und die Fachgruppe Kommunikation und Transformation beauftragt, in Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Enigma auf der Basis des Grobkonzepts das Detailkonzept Kommunikation auszuarbeiten ("Kommunikationskonzept").

Im 2020 wurde das Transformationskonzept durch die FG 05 «Kommunikation & Transformation» in Zusammenarbeit mit Valion AG erarbeitet. Das Kommunikationskonzept wurde in der Folge überarbeitet, um die Kongruenz zwischen den zwei Konzepten zu gewährleisten.

2 Ziel, Zweck und Inhalt des Kommunikationskonzepts

Das vorliegende Dokument wird als Kommunikationskonzept dem Steuerungsausschuss zur Genehmigung unterbreitet. Es beschreibt die Kommunikationsvorhaben für Justitia 4.0 innerhalb des durch das Grobkonzept vorgegebenen Rahmens.

Das Kommunikationskonzept bildet die Grundlage dafür, dass die relevanten **Zielgruppen** zum richtigen Zeitpunkt **mit den für sie zentralen Inhalten bedient werden**. Durch eine verständliche Kommunikation von **Projektvorgehen und -fortschritt** wird die strategische Arbeit der Projektleitung unterstützt. Der durch Justitia 4.0 in allen Organisationen ausgelöste **Veränderungsprozess** soll **aktiv** durch eine professionelle Kommunikation **begleitet, unterstützt und gefördert** werden.

Das Konzept regelt die Zuständigkeiten, erläutert die verschiedenen Ebenen der Kommunikation, definiert die Zielgruppen der Kommunikation, den Kommunikationszyklus und -rhythmus und legt insbesondere die Kommunikationskanäle und -massnahmen sowie das verwendete Material fest.

Das Konzept ist regelmässig auf seine Aktualität, Angemessenheit und Effektivität zu überprüfen und gegebenenfalls veränderten Umständen anzupassen.

3 Kommunikationsgrundsätze

Die Projektleitung kommuniziert aktiv, regelmässig und zeitgerecht über den Fortschritt des Projekts. Dabei werden die Mitglieder der einzelnen Zielgruppen gleich behandelt und stufengerecht mit Informationsinhalten bedient. Ehrliche, transparente und klare Botschaften gelten als Basis jeder Mitteilung und unterstützen dadurch die Akzeptanz der Entscheide und die Vertrauensbildung.

Den vom Projekt betroffenen Personen und Stellen ist während des ganzen Projektverlaufs Gelegenheit zu bieten, gegenüber der Projektleitung Fragen, Probleme und Unsicherheiten zu formulieren und einen **Dialog** zu massgeblichen Fragen anzustossen.

Die Kommunikation erfolgt konsequent in deutscher und französischer Sprache. Die Website und allenfalls weitere zu definierende Kanäle und Inhalte sollen zudem auf Italienisch und gegebenenfalls auf Englisch abgefasst sein.

4 Abgrenzungen

Abzugrenzen vom Kommunikationskonzept sind die vom Projektteam Ende März 2019 verabschiedeten Informationsgrundsätze. Der Begriff **Information** wird innerhalb der Projektorganisation (Auftraggeber, Projektgremien, Gesamtprojektleitung, Fachgruppen-Leads/-Mitglieder, etc.) verwendet, während die **Kommunikation** gegenüber den vom Projekt Betroffenen, sowie gegenüber den Medien und der Öffentlichkeit erfolgt. Das vorliegende

Kommunikationskonzept regelt also *nicht* die Informationsflüsse innerhalb der Projektorganisation, sondern die Kommunikation im genannten Sinne.

Ebenfalls abzugrenzen sind die im vorliegenden Konzept definierten **Zielgruppen** der Kommunikation ([Ziff. 7](#)) von den durch andere Fachgruppen definierten Akteure, die für die Umsetzung des Projekts relevant sind.

Das Vorhaben Justitia 4.0 bedeutet einen starken Eingriff in die bestehenden Abläufe und eine erhebliche Veränderung der Arbeitsweisen der betroffenen Mitarbeitenden, Behörden und Berufsgruppen auf allen Ebenen (sog. **Veränderungsprozess** oder **Change Process**). Diese Veränderung durch Justitia 4.0 verlangt eine Kommunikationsart und -form, welche den Prozess eng begleitet. Allerdings kann durch Kommunikation allein ein Veränderungsprozess nicht herbeigeführt werden. Für die Begleitung der Transformation existiert ein eigenes Transformationskonzept.

Transformation und Projektkommunikation werden sinngemäss in Justitia 4.0 komplementär betrachtet. Transformation und Projektkommunikation lassen sich wie folgt voneinander abgrenzen:

- Transformation beinhaltet sämtliche bidirektionale und auf Verhaltensanpassung von Individuen und Organisationen ausgerichtete Massnahmen.
- Projektkommunikation umfasst sämtliche unidirektionalen auf Information ausgerichteten Massnahmen. Sie vermittelt die Vision und Kernbotschaften, berichtet über Vorhaben und erreichte Meilensteine.

Transformation und Projektkommunikation in Justitia 4.0 trägt wesentlich zum Projekterfolg bei. Bei sämtlichen Massnahmen steht entweder der Bereich Transformation oder die Projektkommunikation in der Themenführerschaft (Verantwortung) und klärt, wie die gemeinsame Aufgabenteilung und Abstimmung zu erfolgen hat.

Um im Sinne einer Projektsteuerung die Konzepte Transformation und Projektkommunikation eigenständig zu führen, sind eigenständige Zielsetzungen notwendig. Bei der Transformation werden Widerstände und Einstellung gegenüber der Veränderung adressiert. Für die Projektkommunikation stehen die Ziele Bekanntheitsgrad, Kenntnisstand, Information, Motivation und Unterstützung im Vordergrund.

5 Zuständigkeiten

5.1 Projektleitung

Die Projektleitung stellt die konzise und konsistente Kommunikation gemäss diesem Konzept sicher. Die Kommunikation soll möglichst immer durch die gleiche Person bzw. durch die gleichen wenigen Personen erfolgen. Er oder sie ist bzw. sie sind das Gesicht und die Stimme von Justitia 4.0. Dies schafft das für den Transformationsprozess notwendige Vertrauen.

Die Projektleitung legt auf Vorschlag der Fachgruppe Kommunikation und Transformation die Jahresplanung der Kommunikationsmassnahmen in den anstehenden Kommunikationsphasen fest.

Die Kommunikation gegenüber den Medien und der Öffentlichkeit, insbesondere bei Medienanfragen, erfolgt stets durch oder in Absprache mit der Projektleitung. Insbesondere sollen keine Interviews oder Berichte ohne Absprache veröffentlicht werden. Damit soll verhindert werden, dass veraltete oder nicht freigegebene Informationen veröffentlicht werden. Die Mitglieder der Projektgremien und die Entscheidungsträger der Justizorganisationen sind ausdrücklich auf die Wichtigkeit dieser Zuständigkeiten hinzuweisen.

5.2 Fachgruppe Kommunikation und Transformation

Die Fachgruppe Kommunikation befasst sich mit folgenden Aufgaben:

- Erarbeiten der Kernbotschaften und Kommunikationsmassnahmen des Projekts für das Folgejahr
- Mitwirkung bei der Gestaltung der Inhalte der grossen Kommunikationsanlässe des Projekts
- Review von Kommunikationstexten, inklusive im Voraus vorbereitete Antworten an die Medien

5.3 Zentrale Medienstelle

Alle Anfragen oder Medienkontakte werden konsequent durch die zentrale Medienstelle Justitia 4.0 koordiniert und bearbeitet. Sie erbringt darüber hinaus folgende Leistungen:

- Die zentrale Medienstelle sorgt für eine einheitliche und abgestimmte Kommunikation (Koordinations- und Abstimmungsaufgabe), insbesondere mit der Trägerschaft von Justitia 4.0.
- Sie hält eine Grunddokumentation (Messages, Factsheets, Projektbeschreibungen, zur Veröffentlichung bestimmte Projektdokumente, Standardpräsentationen, etc.) auf Französisch und Deutsch aktuell.
- Sie ist in der Lage rasch fachgerechte Informationen zum Projekt Justitia 4.0 zu liefern.
- Sie reviewt bei Bedarf Artikel und Interviewtexte.
- Sie sammelt die erschienenen Artikel, Beiträge und Präsentationen und stellt diese zur Verfügung.

Zu den konkreten Arbeitsprozessen der Zentralen Medienstelle, siehe die [Anleitung Zentrale Medienstelle vom 22. Juni 2018](#).

Die zentrale Medienstelle soll durch eine mehrsprachige, hauptamtlich tätige Fachperson aus dem Bereich Medien und Kommunikation besetzt werden.

5.4 Mitglieder der Projektgremien und Fachgruppen

Die Mitglieder der Projektgremien sowie die Mitglieder der Fachgruppen können als "Botschafter" eingesetzt werden, damit sie ihr Wissen über das Projekt und ihre Erfahrungen in ihre Stammorganisationen hineinbringen. Damit wird ein sogenannter Multiplikator-Effekt erreicht (vgl. [Ziff. 9.4](#)). Dies erfolgt bereits durch den gegenseitigen umfassenden Zugriff auf die Ablagesysteme der Fachgruppen auf der eingesetzten Projekt-Arbeitsplattform "Confluence".

6 Ebenen der Kommunikation

6.1 Überblick

Für eine breite Akzeptanz des Projekts ist es entscheidend, dass die Kommunikation über Justitia 4.0 konsistent und wiedererkennbar ist. Damit dies über die gesamte Projektdauer möglich ist und die Adressatinnen und Adressaten der Kommunikation das Interesse nicht verlieren, bedarf es eines roten Fadens und eines wiedererkennbaren Auftretens. Ein solcher Erzählrahmen ermöglicht die Vermittlung der Inhalte an die unterschiedlichen Zielgruppen in einer verständlichen Weise.

Die Kommunikation findet entsprechend auf drei Ebenen statt:

1. auf der Fachebene ("What?"),
2. auf der Rahmenebene, d.h. der Art und Weise, wie kommuniziert wird ("How?"; Kommunikationskanäle, Erzählform), und
3. auf der Ebene des übergeordneten Verständnisses der Betroffenen ("Big Why?").

6.2 Fachebene (What)

Auf der Fachebene werden die Meilensteine und Fachinhalte zielgruppengerecht vermittelt. Diese ergeben sich durch den fortlaufenden Projektfortschritt.

6.3 Rahmenebene (How)

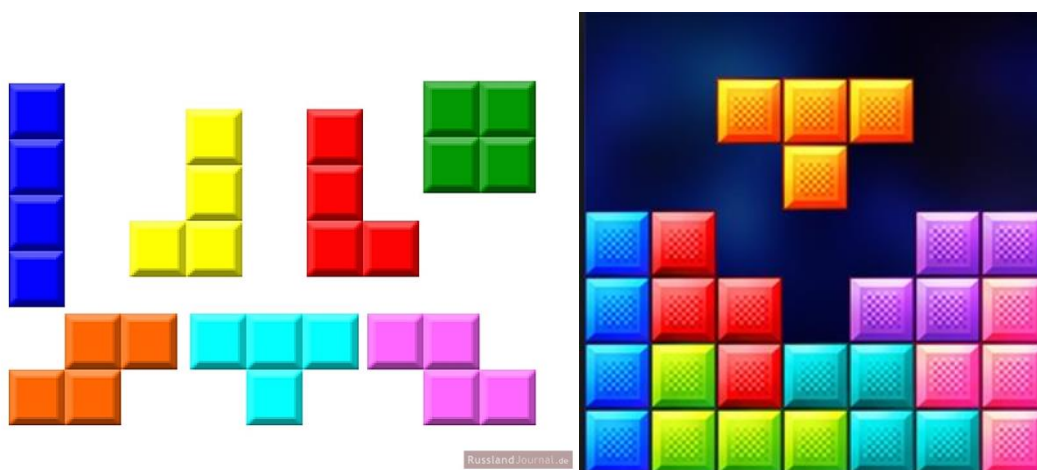
Die Rahmenebene schafft Wiedererkennung in der Kommunikation, ermöglicht einen persönlichen Zugang zum Empfänger und hilft, diesen für das Projekt zu gewinnen. Ein solcher Zugang entsteht, wenn die Botschaft inklusive teils

komplexer Inhalte in einen Kontext gestellt werden. Kommunikativ spricht man von einer Analogie, zu welcher der Empfänger einen besseren Zugang hat als zur für ihn allenfalls neuen Thematik.

Es soll also eine Erzählform gewählt werden, welche das eher abstrakte Projektvorhaben den Empfängern näherbringen kann. Die Auswahl der passenden Erzählform basiert auf dem gewünschten Charakter der Kommunikation (zu den verschiedenen Charakteren der Kommunikation, vgl. Grafik im Anhang).

Das Erzählformat soll den digitalen Wandel und dessen Abstraktheitsgrad aufgreifen. Zudem muss es dem Kontext des behördlichen Umfelds gerecht werden. Das gewählte Erzählformat darf das Projekt weder zu stark in die Startup-Ecke rücken, noch soll es die digitale Welt nur indirekt thematisieren.

Diesen Anforderungen entspricht die Wahl von *Tetris* als Rahmenebene der Kommunikationsmassnahmen. Das Kultspiel *Tetris* schafft eine Umgebung, in welche sich das Thema sehr gut einbetten lässt. *Tetris* ist eines der ersten Computerspiele, rangiert in den Top 10 der Computerspiel-Klassiker und ist eines der bekanntesten Computerspiele überhaupt mit einem grossen Wiedererkennungswert. Ziel des Spiels ist es, die vom oberen Bildschirmrand herunterfallenden, typischen Tetrisformen (sog. Tetrominos) in einer möglichst lückenlosen Weise anzuordnen. Es erfordert strategische Weitsicht, intellektuelle Agilität und einen kühlen Kopf, ist aber gleichzeitig ein Spiel, das mit starken Emotionen verbunden ist.



Die Nähe zum Projekt ist gegeben, da es auch bei der digitalen Entwicklung der Schweizer Justiz darum gehen wird, unterschiedliche Elemente ineinander zu fügen. Die Formate, die es im Verlauf des Projektes zusammensetzen gilt, sind zwar definierbar, ihre exakte Abstimmung aufeinander wird aber unvorhergesehene Kombinationen und Herausforderungen produzieren und schliesslich das Geschick des Projektteams und aller Beteiligten erfordern, die einzelnen Elemente zu einem stimmigen Ganzen zusammenzufügen. Dies kann sehr pragmatisch oder geplant erfolgen, erfordert aber vereinzelt auch spontane und mutige Entscheide. Es sind dies alles Qualitäten, die auch im Tetris wesentliche Erfolgsfaktoren sind.

Hinzu kommt der Stil. Die typischen Tetris-Formen vermitteln in sich eine zeitlose Schönheit. Sie lassen sich fast beliebig als Designelemente zur visuellen Umsetzungen nutzen. Die zeitlose Eigenschaft passt sehr gut zum Charakter der Justizbehörden. Auch diese verlangen Konstanz, müssen Vertrauen vermitteln und setzen in ihrem Auftritt schliesslich auf zeitloses Design, um nicht immer wieder überarbeitet werden zu müssen.

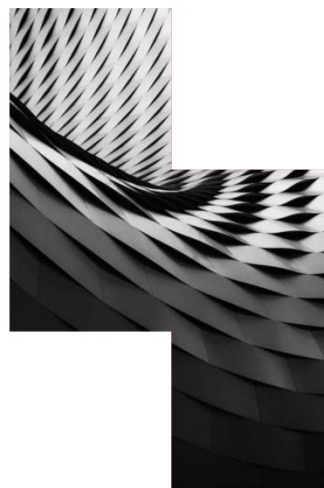
Die Formen und gegebenenfalls die Farben können auch ganz subtil eingesetzt werden und damit unterbewusst die Emotionen von Tetris auslösen. So finden sich z.B. im Projektlogo und auf der Website von Justitia 4.0 verschiedene Tetris-Formen und solche wurden auch bereits im Rahmen des Kick-off-Events bewusst eingesetzt (z.B. bei den Türschildern).



WARUM JUSTITIA 4.0

Welche Ziele Justitia 4.0 verfolgt

Mit dem Projekt Justitia 4.0 hält der digitale Wandel in der Schweizer Justiz Einzug. Die papierlose Justizakte wird ab 2026 in Straf-, Zivil- und Verwaltungsverfahren durch alle Beteiligten verwendet und medienbruchfrei in einer hochsicheren digitalen Umgebung ausgetauscht.



6.4 Übergeordnetes Verständnis (Big Why)

Damit die Betroffenen und Beteiligten sich mit dem Projekt identifizieren können, ist ein übergeordnetes Verständnis erforderlich, das die Frage nach dem "Wieso" ("Big Why") in einer eingängigen Form klärt. Mit Genehmigung des Grobkonzepts wurde als Big Why ein überzeugender Slogan gewählt, der im Rahmen der Arbeiten am Transformationskonzept geschärft wurde:

"Für eine sichere digitale Justiz - damit der Weg zum Recht nicht mehr über Papierberge führt."

Die Vision generiert in einfacher und bildhafter Sprache ein gemeinsames übergeordnetes Verständnis für das projekt. Im Vordergrund stehen fünf Botschaften:

- Die Vision appelliert erstens an die Wichtigkeit und Notwendigkeit der Digitalisierung der Justiz. Es soll das Bild vermittelt werden, dass es auch für die Justiz notwendig ist mit «State of the Art»-Instrumenten zu arbeiten. Dadurch soll in der ganzen Gesellschaft das Bild einer modernen, dienstleistungsorientierten Rechtsprechung reflektiert werden. Gegenüber der Anwaltschaft und den Rechtsuchenden wird signalisiert, dass der Zugang zum Recht vereinfacht wird und dafür insbesondere keine Papierakten mehr erforderlich sind.
- Zweitens wird mit der Vision zum Ausdruck gebracht, dass die Justiz als Teil des Ordnungssystems wirtschaftlich effektiv und effizient arbeitet. Die dabei ausgeführten Arbeiten auf Ebene Gerichte und Staatsanwaltschaften stellen einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar, die hochprofessionell abgewickelt werden.
- Drittens reflektiert das in der Vision enthaltene Adjektiv «sicher» die Anforderung, dass die Digitalisierung in Justitia 4.0 keine Kompromisse in der Vertraulichkeit und Integrität von Daten und Akten eingeht.
- Viertens spricht die Vision gleichermaßen die Leitungspersonen und Mitarbeitenden an, die bereits mit neuen Arbeitsmethoden ihre Papierberge abgeschafft haben sowie jene, welche die Papierberge am Abbauen sind oder jene, die gerne mit Papier arbeiten und für welche der digitale Wandel eine spezielle Herausforderung darstellt.
- Fünftens wird durch die Digitalisierung die Attraktivität der Justiz als Arbeitgeber über die Einführung zeitgemässer Arbeitsformen gestärkt.

7 Zielgruppen der Kommunikation

Es sind im Projekt Justitia 4.0 zahlreiche unterschiedliche Zielgruppen mit Kommunikationsinhalten zu bedienen. Die Zielgruppen sind in den verschiedenen Projektphasen je nach der zu erreichenden Wirkung unterschiedlich anzusprechen bzw. einzubinden.

Als wesentliche Zielgruppen der Kommunikation werden aus heutiger Sicht die folgenden definiert:

Träger und Auftraggeber

- Justizkonferenz
- KKJPD

Projektinterne Kommunikationszielgruppen

- Gerichte
- Staatsanwaltschaften
- Kantonale IT-Leiter
- Justizdirektionen
- Anwaltschaft (Vorstände von SAV und kantonalen Verbänden, Anwältinnen und Anwälte)
- ...

Weitere durch das Projekt besonders betroffene Akteure

- Justiz- und Massnahmenvollzug
- Verschiedene staatliche oder halbstaatliche Vorinstanzen (wie Schlichtungsbehörden, KESB, etc.)
- Polizei
- ...

Projektexterne Kommunikationszielgruppen

- Bürger
- Politik
- Wirtschaft/Fachwelt
- Medien
- Lieferanten/IT-Dienstleister/Softwaredienstleister Fachapplikationen
- Archive
- ...

Die Kommunikationsmassnahmen sind jeweils im Rahmen der Jahresplanung auf die verschiedenen Zielgruppen und Projektphasen abzustimmen (vgl. Zuständigkeit für die Jahresplanung gemäss [Ziff. 5.1 und 5.2](#)).

8 Kommunikationszyklus und -rhythmus

8.1 Kommunikationszyklus

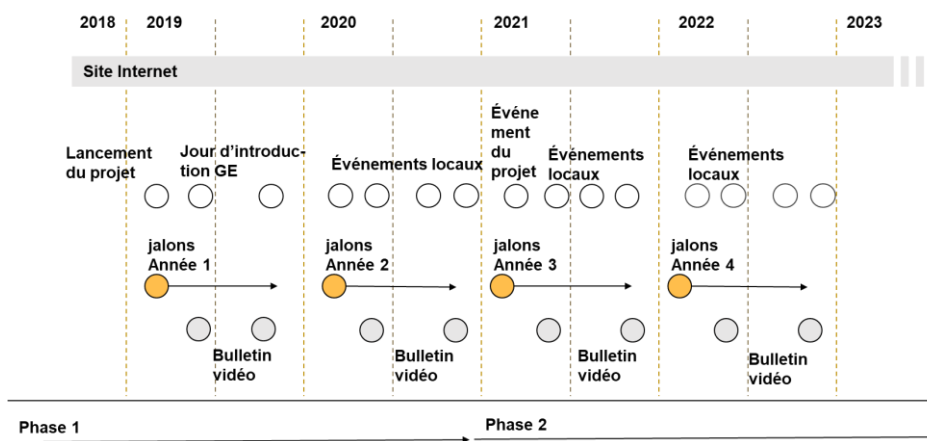
Im Rahmen der Jahresplanung der Kommunikationsmassnahmen erhebt die Projektleitung in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Kommunikation und Transformation von den anderen Fachgruppen, welche Projektphasen, Arbeiten und Entscheide im folgenden Kommunikationszyklus anstehen und für die Kommunikation relevant sein könnten.

Anschliessend werden die massgebenden Kommunikationsphasen identifiziert, passende Botschaften entwickelt und die konkreten Kommunikationsmassnahmen geplant. Der Erfolg und die Verständlichkeit der Kommunikationsmassnahmen ist nach Möglichkeit auszuwerten und im folgenden Kommunikationszyklus zu berücksichtigen.

8.2 Kommunikationsrhythmus

Formal orientiert sich die Umsetzung der Kommunikation an dieser rollenden, dem Projektfortschritt angepassten Planung. Das Kommunikationskonzept spannt deshalb den Bogen über alle Projektphasen hinweg. Die Eckpfeiler der Kommunikation sind in folgender Übersicht aufgeführt.

Die Website stellt die Kontinuität in der kommunikativen Begleitung des Projektes sicher. Die jeweilige Jahresplanung gibt Auskunft über die konkreten Meilensteine der kommenden 12 Monate. Während in den Jahren 2019 und 2021 ein thematisch auf Justitia 4.0 bezogener Event stattfinden soll, nutzt das Projektteam bzw. die Fachgruppe Kommunikation und Transformation insbesondere in den Kantonen bereits bestehende Kommunikationsgefässe, wie z.B. Veranstaltungen für Richterinnen und Richter sowie Mitarbeitende der Justiz inkl. der zugehörigen Amtsstellen und Institutionen, institutionalisierte Treffen, Mitarbeiterzeitungen. So wird sichergestellt, dass das Projekt in den Kontext der Kantone eingebunden wird. Mindestens 3 - 4 x jährlich versendet das Projektteam einen informativen Newsletter, dessen Hauptbotschaft zusätzlich in Bewegtbildformat (Video) verfasst und die nach Möglichkeit in die gewählte Erzählform eingebettet wird.



9 Kommunikationskanäle und -massnahmen

Die zahlreichen unterschiedlichen Zielgruppen und die verschiedenen Anforderungen an die Kommunikation verlangen unterschiedliche Inhaltskanäle und -massnahmen.

Für sämtliche Kommunikationsmassnahmen ist entscheidend, dass für die Zielgruppen erkennbar ist, wer die kommunizierten Entscheidungen getroffen hat. Die Zielgruppen sollen das Projekt mit Menschen identifizieren können. Nur so wird das nötige Vertrauen aufgebaut und gestärkt. Aus heutiger Sicht stehen folgende Kommunikationskanäle im Fokus, die nach Bedarf ergänzt werden können:

Kommunikationskanal	Zielgruppen	Frequenz	Ziel
Website	alle	laufend	Aktuelle Informationen über den bisherigen und künftigen Projektverlauf vermitteln.
(Video-)Newsletter	Möglichst alle	3 - 4 x jährlich	Aktuelle Informationen vermitteln und Identifikation mit dem Projekt und Vertrauen stärken.
Kickoff- / Zweijahresevent	Entscheidungsträger der betroffenen Justizorganisationen	alle 2 Jahre	Thematisch vertiefte Informationen vermitteln und Commitment zum Projekt stärken.

Regionale Events und Fachveranstaltungen	Mitarbeitende der betroffenen Justizorganisationen	3 - 4 x jährlich	Informationen vermitteln. Verständnis für Entwicklungen, Entschiede und Kursänderungen schaffen. Vertrauen und Akzeptanz stärken; Fragen klären und Ideen entgegennehmen.
Schulungen	alle Personen, die mit den neuen Werkzeugen arbeiten müssen	[erst in späterer Projektphase]	Die Schulungen finden im Rahmen des Roll-outs statt. Die Inhalte der Schulungen werden im Rollout-Konzept definiert.
Mitglieder Projektgremien und Fachgruppen als Ambassadoren	Mitarbeitende der in den Projektgremien und Fachgruppen vertretenen Justizorganisationen	bei Bedarf	Die Ambassadoren sind als Transformationsinstrument vorgesehen. In der Kommunikation wird über ihre Tätigkeit berichtet.
Beiträge in Fachzeitschriften (Anwaltsrevue, Richterzeitung etc.)	Zielgruppe gemäss Leserschaft der Publikation	1 - 2 x jährlich	Fachpublikum detailliert über den Projektstand oder einen spezifischen Projektinhalt informieren.
Beiträge in Tagesmedien	Bürger/innen, Politik	regelmässig	Informationen über Meilensteine, nationale/regionale Veranstaltungen
Beiträge Soziale Medien	Insbesondere Mitarbeitende der betroffenen Justizbehörden, Anwaltschaft und interessierte Bürger/innen	regelmässig	Informationen via das berufliche Netzwerk LinkedIn geben Einblick ins Projekt, Fortschritte, Umsetzung, politischer Prozess etc

9.1 Website

Die Website ist der zentrale Kommunikationskanal von Justitia 4.0 und ermöglicht allen Interessierten, sich zu jeder beliebigen Zeit über das Projekt zu informieren. Die Startseite gibt eine Übersicht über das Projekt und vermittelt den Benutzern einen Projektüberblick in verständlicher Sprache und mit illustrativen Bildern. Diese Seite darf nicht überladen werden und muss stets dem Projektverlauf entsprechend aktuell gehalten werden.

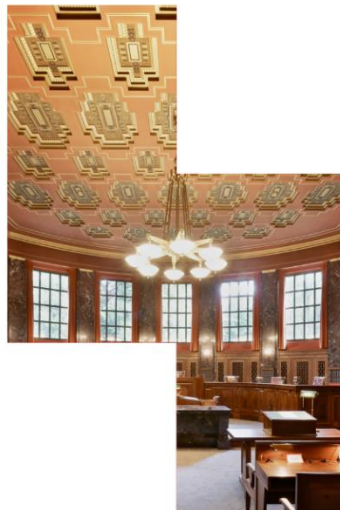
Für die Webseite gelten folgende Grundsätze:

- Erzählformat
- Tetris-Elemente: Analogie zur digitalen Transformation
- Infotainment: Videobotschaften
- Innovativ und gewinnbringend

EINFÜHRUNGSTAG FACHGRUPPEN

Einführungstag Fachgruppen Lausanne: die Arbeit kann beginnen!

Am 28. März 2019 war es endlich soweit: Wir konnten mehr als 100 Fachgruppenmitglieder persönlich in Lausanne begrüßen. Das Bundesgericht stellte die Infrastruktur für den Anlass zur Verfügung.



9.2 (Video-)Newsletter

Der (Video-)Newsletter ist neben der Website das Hauptinstrument zur regelmässigen Kommunikation aus dem Projekt. Die wichtigsten Elemente des Newsletters werden mit einem Video hervorgehoben, das einen aktuellen Einblick in das Projekt ermöglichen soll.

Die Videosequenzen sind jeweils auf Deutsch und Französisch zu untertiteln, da nicht alle Organisationen das Abspielen von Ton an den IT-Arbeitsplätzen ermöglichen.

9.3 Präsenzveranstaltungen

Veranstaltungen und Zusammenkünfte von Personen sind grundsätzlich ein guter Nährboden für das Projekt. Justitia 4.0 wird wo nötig eigene, vor allem aber bestehende Veranstaltungen als Kommunikationsgefässe nutzen, um Interessierte und Betroffene über den Projektverlauf zu informieren und um Fragen und Unklarheiten der Betroffenen zu klären.

9.3.1 Kickoff Event und Zweijahres-Event

Der Kickoff-Event war der offizielle Startschuss für die obersten Führungspersonen und Entscheidungsträger der betroffenen Organisationen aus Bund und Kantonen. Um die Meinungsführer und Entscheidungsträger aus der ganzen Schweiz zusammenzubringen und eine thematische Vertiefung in den aktuellen Stand des Projekts zu erreichen, soll während der gesamten Projektdauer alle 2 Jahre ein solcher Event stattfinden.

9.3.2 Regionale Events und Fachveranstaltungen

Damit der Rückhalt und das Vertrauen in das Projekt nicht nur bei den Entscheidungsträgern, sondern auch bei den Betroffenen und Beteiligten nachhaltig gestärkt und aufrechterhalten werden kann, bedarf es gezielter Events möglichst vor Ort mit einem konkreten Ziel und Format. Diese finden nach Möglichkeit im Kontext einer bestehenden Veranstaltung der betroffenen Stammorganisationen oder einer Fachveranstaltung statt. Einladungen, Rahmenprogramm und Verpflegung werden durch die jeweilige Stammorganisation bzw. Veranstaltungsanbieter vorbereitet. Lediglich die Präsentation, die Rollups, Stellwand und Give-Aways sind Sache des Projektteams.

Wo keine bestehende Veranstaltung genutzt werden kann, werden eigene regionale Events organisiert. Der Beitrag von Justitia 4.0 im Rahmen dieser Events bzw. Veranstaltungen soll sich im Wesentlichen wie folgt gliedern:

Ablauf / Form	Beschreibung
Information: 30 Minuten Präsentation	Im Rahmen einer Präsentation soll der aktuelle Projektstand aufgezeigt werden. Dies erfolgt mit einer stets gleich aufgebauten Standardpräsentation. Die Basispräsentation ist knapp gehalten und umfasst i.d.R. folgende Elemente: Das Big Why, die Projektübersicht, den aktuellen Projektstand, das Team, Erfolge/Misserfolge, Kontaktinformation und Verlinkung auf die Website.
Verständnis: 15 Minuten Fragen und Antworten	Die Teilnehmenden sollen ihre aktuellen Sorgen und Fragen artikulieren können und für sie relevante Antworten erhalten.
Akzeptanz: 15 Minuten Ideenmanagement	Die Teilnehmenden sollen ihre Ideen und Lösungsansätze einbringen können. Dies kann durch eine offene Diskussion mit Moderation durch die Vertreter des Projektteams sein oder mit einem sogenannten "Ideenbriefkasten". Falls die Zeit nicht ausreicht, kann auch ein Ideenbriefkasten auf der Website eingerichtet werden.

9.3.3 Schulungen

Im späteren Projektverlauf werden die vom Projekt betroffenen Organisationen und Mitarbeitenden im Umgang mit den verschiedenen Applikationen zu schulen und mit den veränderten Arbeitsprozessen vertraut zu machen sein. Die konkrete Planung dafür erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt im Rahmen eines Rollout-Konzeptes und hängt vom zu erwartenden Endprodukt ab.

Die Schulungen können insbesondere auch in Form von Erklärvideos, mit clickable Prototypes via Internetbrowser oder mit Demonstrationen vor Ort (z.B. Arbeit am neuen Arbeitsplatz) erfolgen. Insbesondere sind auch interaktive Gefässe zu prüfen (z.B. online Brownbag-Seminare).

9.4 Mitglieder der Projektgremien und Fachgruppen als Ambassadoren

Die Mitglieder der Projektgremien sowie die Mitglieder der Fachgruppen können als «Ambassadoren» eingesetzt werden, damit sie ihr Wissen über das Projekt und ihre Erfahrungen in ihre Stammorganisationen hineintragen. Damit wird ein sogenannter Multiplikator-Effekt erreicht. Im Transformationskonzept ist der Einsatz von Ambassadoren als wichtiges Instrument im Transformationsprozess vorgesehen. Dabei kann das Kollaborationstool Confluence zur Verbreitung der nötigen Informationen eingesetzt werden. Die Fachgruppen-Mitglieder können an den einmal jährlich stattfindenden Fachgruppen-Plenumsveranstaltung mit Informationen versorgt werden, die sie in ihren Stammorganisationen verbreiten können.

9.5 Medienarbeit

9.5.1 Beiträge in Fachzeitschriften (Anwaltsrevue, Richterzeitung etc.)

Die Projektleitung verfasst auf Anfrage von Fachzeitschriften Beiträge für die betreffende Publikation, in welchen einem Fachpublikum der aktuelle Projektstand oder ein spezifischer Projektinhalt detailliert erläutert werden kann. Auf diesem Kanal kann eine spezifische Zielgruppe (z.B. Anwaltschaft oder Richterschaft) mit für sie relevanten Informationen bedient werden.

9.5.2 Tagesmedien

Projektexterne Zielgruppen, insbesondere die Bürgerinnen und Bürger sowie Politikerinnen und Politiker, welche sich mit der nationalen und kantonalen Gesetzgebung auseinandersetzen, sollen via nationale und regionale Medien angesprochen werden. Nationale und regionale Events, aber auch Meilensteine eignen sich für den Versand von Medienmitteilungen.

9.5.3 Soziale Medien

Die Präsenz auf einer Social Media Plattform ist in der heutigen Zeit ein wichtiger zusätzlicher Kommunikationskanal, welcher die anderen Kanäle wirkungsvoll ergänzt. Da das Projekt Justitia 4.0 die Menschen in ihrem beruflichen Umfeld betrifft, muss der Fokus auf einem beruflichen sozialen Netzwerk liegen (LinkedIn, Xing). Hier suchen sie berufsrelevante Informationen, vernetzen sich mit Berufskolleginnen und -kollegen, Berufsverbänden etc. Auf den beruflichen sozialen Netzwerken sind Leute aktiv, die sich im Berufsleben befinden, sich mit modernen Dialog- und Vernetzungsplattformen auseinandersetzen und deshalb auch eher aufgeschlossen gegenüber der Digitalisierung (der Justiz) sind. Durch das Teilen von Inhalten kann eine hohe Reichweite erreicht werden. Vom Projekt betroffene Leute auch auf diesem Kanal zu erreichen, zu informieren und zu mobilisieren, um ihre möglicherweise eher zurückhaltenden Kollegen und Kolleginnen zu motivieren, ist wichtig. Es geht primär darum, den einmal erarbeiteten Content auch via soziale Medien zu verbreiten und nicht, spezielle Inhalte für die sozialen Medien zu schaffen. Damit beschränkt sich der Aufwand zur Pflege des Kanals auf ein Minimum.

10 Material

10.1 Logo, Templates, Standardpräsentationen

Um die Wiedererkennbarkeit der Kommunikation sicherzustellen, soll sämtliche Kommunikation auf allen Kanälen stets unter dem Projektlogo erfolgen. Für einen einheitlichen und wiedererkennbaren Auftritt werden Templates und Standardpräsentationen erstellt und der Projektleitung zur Verfügung gestellt.

10.2 Rollups

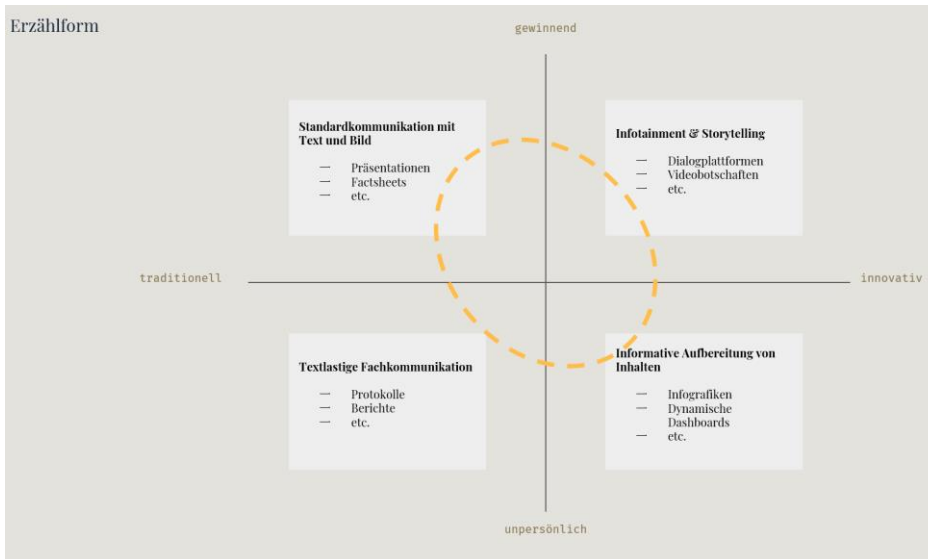
Um an den Events die Präsenz des Projekts zu markieren, werden Rollup-Banner mit dem Projektlogo, dem übergeordneten Verständnis sowie Statements von Schlüsselpersonen verwendet. Das Design der Website und der Rollups ergeben ein stimmiges Bild. Das Design ist zeitlos und der kaschiert spielerische Aspekt von Tetris steht im Kontext der Kommunikation zu Justitia 4.0.

10.3 Give-Aways

Give-Aways dienen dazu, eine nachhaltige Wirkung der Veranstaltung zu fördern und das Thema in Erinnerung zu behalten. Standard Give-Aways wie Blöcke und Kugelschreiber sind dem Projekt nicht dienlich, weil sie keine zusätzliche oder bleibende Erinnerung schaffen. Als erstes [Give-Away](#) ist "Digispirin" entstanden, das einerseits den Atem erfrischt und die implizite Aussage "Wenn der digitale Wandel mal Kopfschmerzen bereiten sollte, schlucke ein Digispirin" enthält, sowie als Erinnerung dafür steht, dass dieser Prozess eine gesamte Organisation herausfordert.

Über die Anschaffung und Abgabe weiterer Give-Aways wird für die jeweilige Veranstaltung separat entschieden.

Grafik zu den Charakteren der Kommunikation (Kapitel 6.3)



PPT-Präsentation (in Arbeit)