

**Salis**

Kommunikation + Partizipation

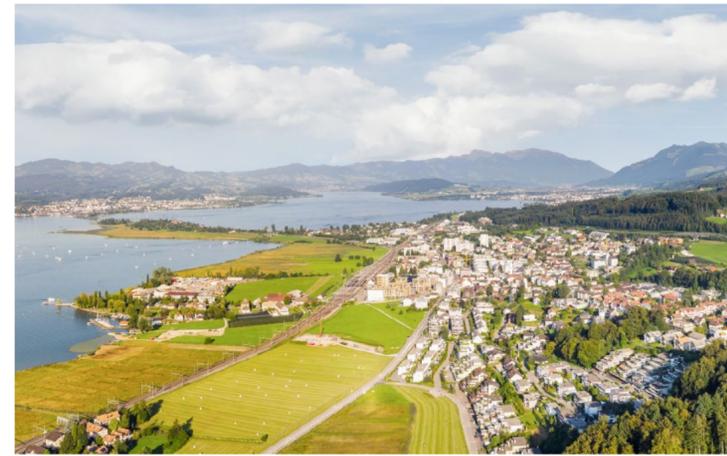
# Kommunikation Treibstoff für Ihr Projekt

Planung – Bau – Umwelt – Energie – Mobilität



Heute stehen viele Projekte von Anfang an unter starker Beobachtung. Sie müssen wachsenden Bedürfnissen gerecht werden und vielfältige Anspruchsgruppen überzeugen. Kommunikation wird dabei oft als mühselige Pflicht betrachtet. Dies aber wird ihr nicht gerecht. Denn Kommunikation, richtig umgesetzt, ist ein Treibstoff für Projekte. Erfahren Sie hier, wie Sie die Kraft der Kommunikation für Ihre Projekte nutzen können.

# SO STÄRKT KOMMUNIKATION IHR PROJEKT



## KOMMUNIKATION VON ANFANG AN MIT VOLLEM ENGAGEMENT

Oft werden wir nach dem richtigen Timing der Kommunikation gefragt. Unsere Antwort: Von Anfang an. Allein das Erkennen eines Handlungsbedarfs ist es wert, kommuniziert zu werden. Wer erst kommuniziert, wenn «etwas Planerisches vorliegt», kommt oft zu spät und verspielt eine Chance, die Zielgruppen positiv auf das Projekt einzustimmen und erste wichtige Argumente zu etablieren. Kommunikation funktioniert Schritt für Schritt und braucht Zeit, um zu wirken.



## DIALOG WIRD IMMER WICHTIGER!

Der Ruf nach Mitbestimmung nimmt zu. Gegenkräfte sind dank den neuen Medien schnell mobilisiert. Angesichts dieser neuen Rahmenbedingungen ist Offenheit gegenüber anderen Perspektiven und Bedürfnissen immer entscheidender. Gefragt ist dialogische Kommunikation: das direkte Gespräch, der Runde Tisch, Workshops in Begleitgruppen. Ob Dialog erfolgreich umgesetzt werden kann, ist letztlich keine Frage der Methode. Entscheidend ist die Haltung der Projektverantwortlichen. Sie müssen Neugierde entwickeln für die Positionen externer Zielgruppen.



## KOMMUNIKATION MUSS PHASENGERECHT WIRKEN

Im gesamten Projektverlauf muss Kommunikation ihre Ziele und Wirkungen an verschiedene Phasen anpassen: Zu Beginn gilt es, den Handlungsbedarf, die Ziele und den Nutzen des Projektes überzeugend aufzuzeigen. Diese Botschaften müssen das Projekt über seine ganze Dauer stützen. Danach gilt es, den Kontaktaufbau zu wichtigen Akteuren zu unterstützen, Bedürfnisse abzuwägen und Lösungen zu optimieren. Kommunikation funktioniert hier insbesondere über dialogische Massnahmen. Zuletzt muss Kommunikation das Projekt hinsichtlich seiner gewünschten Nutzung und Vermarktung zu profilieren.



## KOMMUNIKATION STARTET WERTVOLLE PROZESSE

Wir staunen immer wieder, wie viel eine sorgfältige Kommunikationsplanung in Form einer Sitzung mit dem Projektteam bewirkt. Die Sichtweisen der Projektbeteiligten werden aufeinander abgestimmt. Die Rollen der Personen im Projekt werden präzisiert und optimiert. Und nicht selten entstehen Aha-Erlebnisse, wenn die Zielgruppen genauer analysiert werden und einzelne Teammitglieder von ihren direkten Erfahrungen mit wichtigen Akteuren berichten. Kommunikation ist ein Schmiermittel für die internen Prozesse.



## DIE SPRACHE DER ZIELGRUPPEN SPRECHEN

Kommunikation muss immer aus Sicht der Zielgruppen geplant werden. Wo haben diese einen Bezug zum Projekt? Was sind ihre Bedürfnisse? Wie können sie das Projekt begreifen und wertschätzen? Zu oft wird aus der technischen Perspektive der Projektverfasser kommuniziert. Dann bleiben die Inhalte für Laien unverständlich. Es braucht eine Übersetzung in die Sprache der Zielgruppen. Erzählen Sie das Projekt in Form einer stringenten Story, hinterlegt mit verständlichen Visualisierungen und Grafiken. Und: Eine Prise Emotion ist ein wichtiger Türöffner.



## KONTROLLE DANK VERTRAUENSBILDUNG

Wie kann man vermeiden, dass Kritiker stark zu Wort kommen? Unsere Antwort: Dies kann in der heutigen Zeit mit all ihren schnellen Kommunikations-Tools nicht verhindert werden. Was hilft, ist kontinuierliche, verständliche und authentische Kommunikation, zugeschnitten auf die Zielgruppen. Damit bauen Sie Schritt für Schritt Vertrauen auf, auch wenn Kritiker immer mal wieder laut werden. Wichtig sind das überzeugende Auftreten der Projektverantwortlichen, das Zugehen auf relevante Zielgruppen und ein wasserdichtes Argumentarium für das Projekt.



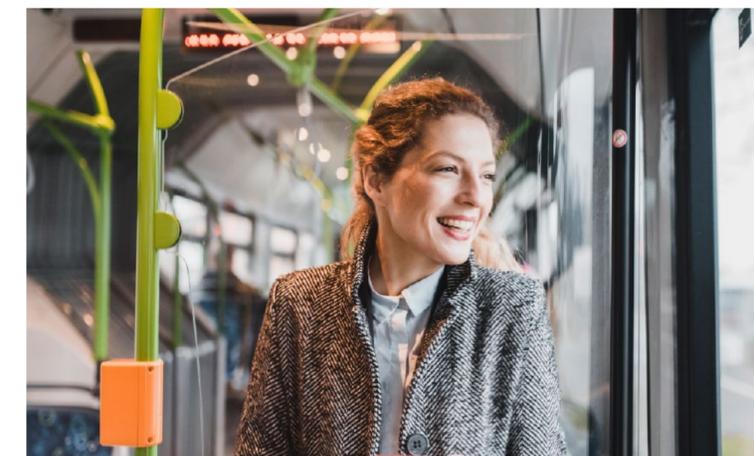
## DEN NUTZEN DES PROJEKTES IM FOKUS HALTEN

Im Zentrum jeder Kommunikationsmassnahme stehen das Projekt und sein Nutzen für die Zielgruppen. Je länger ein Projekt dauert, desto mehr besteht die Gefahr, dass über Details diskutiert wird. Lassen Sie sich nicht auf Nebenschauplätze locken. Rücken Sie immer wieder den Nutzen und den Handlungsbedarf Ihres Vorhabens in den Fokus der Kommunikation.



## BEI ALLER PLANUNG DEN MENSCHEN NICHT VERGESSEN

Ein jedes Projekt soll Nutzerinnen und Nutzern zugutekommen. Es geht also letztlich in jedem Projekt um Menschen. Rücken Sie deshalb auch in der Kommunikation früh Menschen in den Vordergrund – sowohl diejenigen, die hinter dem Projekt stehen, wie auch solche, für die das Projekt umgesetzt wird. Dies verleiht dem Projekt Lebendigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität.



## Wir unterstützen Sie

Suchen Sie Akzeptanz für Ihr Projekt? Gilt es, ein komplexes Vorhaben überzeugend zu erklären? Möchten Sie externe Zielgruppen in Ihre Planung einbeziehen? Wir unterstützen Sie umfassend in der Kommunikation und Partizipation.

Buchen Sie uns für ein  
unverbindliches Erstgespräch  
+41 (0) 79 712 64 61  
mail@saliskommunikation.ch

## Umfassende Dienstleistungen

### Beratung

- Kommunikationsberatung
- Konfliktberatung
- Beratung in Steuerungsgremien und Projektteams
- Massnahmenplanung im Team
- Planung Sofortmassnahmen

### Strategie & Konzept

- Zieldefinition
- Kommunikationsplanung
- Agenda Setting
- Argumentarien und Wording
- Drehbücher

### Massnahmen Kommunikation

- Medienarbeit
- Publikationen aller Art
- Web / Social Media
- Grafik / Visualisierung
- Film / Fotografie
- Veranstaltungen / Ausstellungen / Präsentationen

### Massnahmen Partizipation (Dialog)

- Diskussionsveranstaltungen
- Befragungen / Vernehmlassungen
- Workshops / Runde Tische
- Web-Lösungen
- Unterstützung bei sensiblen Gesprächen

## Salis Kommunikation + Partizipation

Die Agentur wurde im März 2019 von Christian Salis gegründet. Er ist seit über 20 Jahren als Projektleiter und Berater in der Kommunikation tätig, die letzten 10 Jahre mit speziellem Fokus auf Projekten in den Bereichen Bau, Planung, Stadtentwicklung und Umwelt. Zu seinen Auftraggebern zählen Behörden, Organisationen, Planer sowie private und öffentliche Bauherrschaften.

Christian Salis arbeitet mit einem Netzwerk aus Spezialistinnen und Spezialisten der Disziplinen Grafik, Text, Web, Visualisierung und Film. Das Team zeichnet sich aus durch langjährige Erfahrung, qualitätvolle und kundenorientierte Dienstleistungen sowie durch seine flexible und effiziente Struktur:

### Designport

Grafik & Design  
www.designport.ch

Designport hat langjährige Erfahrung im Design von Kommunikationsmassnahmen für planerische sowie technische Projekte. Designport erstellt Gestaltungskonzepte, Infografiken, Pläne und Diagramme für Broschüren, Webseiten und Ausstellungen.

### Kathrin Siegfried

Text & Redaktion

Kathrin Siegfried, lic. phil. I, ist seit vielen Jahren in den Bereichen Buch und Ausstellung tätig. Sie ist Autorin und Herausgeberin von diversen, teilweise prämierten Sachbüchern, und richtet auf Auftrag Ausstellungen aus.

### Taywa

Webprogrammierung  
www.taywa.ch

Die Agentur taywa, japanisch für «Dialog», arbeitet an den Schnittstellen von Konzeption, Gestaltung und Webprogrammierung. Sie entwickelt Weblösungen für komplexe Projekte, die insbesondere auch dialogische Elemente benötigen.

### Makanart

Filmproduktion & Fotografie  
www.makanart.com

Markus Zehnder ist verantwortlich für Filmproduktion und Fotografie. Ob Projektfilme, Drohnenaufnahmen oder Motion Design – er liefert Bilder, die genau auf die Kommunikationsziele zugeschnitten sind.



Wir setzen auf engen Dialog mit unseren Auftraggebern und im eigenen Team: Christian Salis (rechts) mit Grafiker David Bienz von Designport (links).