

Durchführung: Checklisten zur Kommunikationsstrategie

Dokument 6 – Anlage zum Leitfaden für Arbeitskreise



Checkliste: Einbezug Interessengruppen / Stakeholder

Haben wir alle wichtigen Stakeholder mit ins Boot geholt?

Müssen noch weitere Personen/Gruppen für ein Feedback eingeplant werden?

Geschäftsführung	<input type="checkbox"/>
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>
Spezifische Bezugsgruppen auf der Mitarbeiterebene	<input type="checkbox"/>
Spezifische Bezugsgruppen auf der Führungsebene	<input type="checkbox"/>
Weitere Gremien/ Arbeitskreise (Arbeitsschutz, Betriebsrat, Vorstandssitzungen, Betriebsversammlungen)	<input type="checkbox"/>
Weitere: ...	<input type="checkbox"/>



Checkliste: Kommunikationsstrategie

Wir nutzen alle Kommunikationskanäle und Informationsmaterialien, die uns zur Verfügung stehen.	<input type="checkbox"/>
Wir nutzen Führungskräfteverteiler/-sitzungen/-kreise, um Informationen und Maßnahmen aus dem Arbeitskreis Gesundheit explizit zu platzieren.	<input type="checkbox"/>
Gesundheitsthemen sind ein fester Tagespunkt in verschiedenen Gremien, um über bestehende oder anstehende Maßnahmen zu informieren.	<input type="checkbox"/>
Die Geschäftsführung und jeweiligen Führungskräfte haben die Maßnahmen an die Belegschaft kommuniziert.	<input type="checkbox"/>
Wir deklarieren alle Maßnahmen, die auf die Gesundheit abzielen als solche – auch wenn diese nicht unmittelbar aus dem Gesundheitsprojekt entstanden sind.	<input type="checkbox"/>
Wir verwenden entsprechende Mittel des Marketings (siehe auch Mindeststandard 3):	
▪ Logo	<input type="checkbox"/>
▪ Slogan	<input type="checkbox"/>
▪ Präsentationsdesign	<input type="checkbox"/>
▪ Streuartikel	<input type="checkbox"/>
▪ Info-Texte	<input type="checkbox"/>
▪ Kampagnen	<input type="checkbox"/>
▪ digital und print	<input type="checkbox"/>

In Anlehnung an: Conrad, T. & Winter, U. J. (2015): Integratives betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM): Begleitung der 6+1-Wachstumsphasen vom Sprössling zur Eiche. Kempten: SBM.