

Geschäftsplan für die Fachmedien SDBB

(Kurzversion)

- PANORAMA
- bbaktuell
- Bulletin
- Mitteilungen/ZID

Projekt Mobile



Peter Knutti
Bettina Hübscher

14. Juli 2008

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Vorwort | 3 |
| 1. Ausgangslage, Auftrag und Ziel | 4 |
| 2. Management und Betrieb der Fachmedien bisher | 6 |
| 3. Ergebnisse der SWOT-Analyse | 7 |
| 4. Zukünftige Ausrichtung der Fachmedien SDBB | 10 |
| 4.1 Vorgaben für den Geschäftsplan | 10 |
| 4.2 Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Fachmedien SDBB: Modell Mobile | 12 |
| 4.3 Neue Struktur der Fachmedien | 14 |
| 4.3.1 Einleitung, Uebersicht neue Struktur und Allgemeines | 14 |
| 4.3.2 Elektronischer Newsletter | 16 |
| 4.3.3 Fachzeitschrift | 24 |
| 4.4 Standards der Information | 26 |
| 4.5 Umsetzung in Etappen | 28 |
| 4.6 Organisation der Fachredaktion | 28 |
| 4.6.1 Organigramm der Fachredaktion | 30 |
| 4.7 Produktionsbedingungen | 33 |
| 4.7.1 Corporate Identity und Corporate Design | 33 |
| 4.7.2 Marketing | 34 |
| 4.7.3 Namensgebung | 34 |
| 5. Finanzen | 35 |
| 6. Quellen | 37 |
| ANHANG | 38 |
| 1. Zusammensetzung der Arbeitsgremien | |
| 2. Zeitplan des Projektes Mobile | |

Das vorliegende Papier ist eine Kurzversion des Geschäftsplanes für die Fachmedien SDBB. In der Langversion ist im ersten Teil des Geschäftsplanes eine ausführliche Analyse der Situation der einzelnen Fachmedien zu finden (Management, Betrieb, Kund/innenstruktur bisher). Desweiteren werden die einzelnen Schritte einer SWOT-Analyse sowie die Ergebnisse von verschiedenen Umfragen und Evaluationen ausführlich erläutert.

Vorwort

Der Titel für das Vorhaben – Mobile - ist mit Bedacht gewählt. Es braucht alle Elemente, die sich wechselseitig ergänzen und stützen, damit das Ganze entstehen und von Bestand sein kann.

Wir haben uns für eine sorgfältige Bestandsaufnahme entschieden. Das Modell soll auf einer soliden Basis stehen. Dazu haben wir uns mit vielen beteiligten Personen auseinandergesetzt. Der vorliegende Geschäftsplan basiert auf diesen Erfahrungen, Vorschlägen und ganz besonders - das darf nicht vergessen werden - auf den hervorragend gemachten bestehenden Fachmedien, die sich in der Praxis bewähren. Es war nicht einfach, die vielfältigen Erwartungen und Ideen unter einen Hut zu bringen. Und es galt die Sensibilitäten derjenigen, in deren Arbeit der Geschäftsplan eingreift, zu respektieren.

Unser Vorschlag ist eine pragmatische Fortsetzung des Bestehenden unter veränderten Bedingungen. Jedoch ist das Einfache nicht immer das Leichteste. Wir haben uns auf jeden Fall bemüht, einen konsequenten, auch mutigen und zukunftsgerichteten Plan vorzulegen. Schliesslich geht es um die Frage, welches Informationsinstrument sich die Bildungsszene im Bereich Berufsbildung, Arbeitsmarkt und Beratung in den nächsten Jahren geben will.

Auf jeden Fall danke ich allen, die am Projekt mitgeholfen und sich für die Weiterentwicklung im Sinn der Sache engagiert haben. Dieser Dank gilt besonders Bettina Hübscher, die zusammen mit mir das Projekt durch Höhen und Tiefen ans Ziel, d.h. zum vorliegenden Plan, gesteuert hat.

Peter Knutti

1. Ausgangslage, Auftrag und Ziel

Im Jahr 2007 wurde das Dienstleistungszentrum für Berufsbildung und Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (SDBB) gegründet und daher eine Bündelung und Neuorientierung der Kräfte der Medien der Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung sowie teilweise auch im Bereich Arbeitsmarkt möglich. Der vorliegende Geschäftsplan Fachmedien soll die erforderlichen Entscheidungsgrundlagen für die geplante Neukonzeptionierung liefern.

Auftrag ist, ein Konzept für die Überführung der bestehenden Medien in eine neue SDBB-Struktur zu erstellen. Dabei sollen Synergien geschaffen und das Bestehende überprüft und optimiert werden. Die neue Struktur muss kostenneutral sein, ausser es entstehen im Lauf des Projektes neue Leistungen, für die nachweislich ein Bedarf besteht.

Mit der Integration der Informationsdienstleistungen von SVB, AGAB, SBBK / DBK und CIIP kommen folgende Fachmedien unter demselben Dach zusammen.

- bbaktuell (D+F)
- Bulletin (D+F) (ehemals SVB-Bulletin)
- Panorama (D+F)
- Mitteilungen (D) und ZID (Zeitungsinformationsdienst) (ehemals AGAB-Bulletin und AGAB-ZID)
- evtl. weitere

Diese Medien hatten bisher unterschiedliche Träger, Produzenten und Nutzergruppen, die sich jedoch gegenseitig überschneiden.

In den Jahren 2007 und 2008 erscheinen die genannten Fachmedien auch unter dem Dach des SDBB noch im bisherigen Rahmen, zum Teil auch noch unter den bisherigen oder einem leicht abgewandelten Namen. Ab dem Jahr 2009 muss ein System etabliert werden, das die bestehenden Medien integriert. Dabei muss die Dienstleistungsqualität gewahrt bleiben und den Abnehmer/innen Heimat geboten werden. Mit einer Mischung von Push- und Pull-Diensten, Druck- und elektronischen Medienangeboten sollen die Informationsbedürfnisse derjenigen abgedeckt werden, die bisher die einzelnen Fachmedien in Anspruch genommen haben.

Die Zielgruppen ergeben sich aus denjenigen der bisherigen Einzelmedien. Es handelt sich im Wesentlichen um Fachleute aus der

Berufsbildung

- Berufsbildungsämter
- Berufsfachschulen / Brückenangebote
- Kurszentren (ÜK, berufsorientierte Weiterbildung)
- Organisationen der Arbeitswelt

Beratung

- Berufs- und Laufbahnberatung, Information und Dokumentation
- Studienberatung, Information und Dokumentation

Arbeitsmarkt

- Arbeitsmarktbehörden (RAV, LAM-Stellen, kantonale Behörden, SECO)
- Beratung und Information und Dokumentation im Bereich Arbeitsmarkt

Weitere

- Medien
- Wissenschaft und Forschung

Der Geschäftsplan für die Fachmedien entstand auf Grund einer Analyse der Struktur und der Organisation der einzelnen Fachmedien. Basis bilden verschiedene Grundlagenpapiere und Evaluationen, die Befragung von Expertinnen und Experten und die Entwicklungsarbeit der Projektgruppe.

Für die Erarbeitung einer neuen Struktur im Bereich Fachmedien müssen auf Grund bestehender Rahmenbedingungen verschiedene Klärungen erfolgen:

- Definition der Formate (Druck, elektronische Medien, Erscheinungsrhythmus)
- Klären der Strukturen (Verlag, Trägerschaft usw.)
- Definition der personellen und finanziellen Ressourcen. Die bestehenden Herausgeber und Geldgeber sind sowohl bei der Planung des neuen Systems als auch bei der Umsetzung einzubeziehen.
- Die Kontinuität der einzelnen Informationsdienstleistungen ist zu gewährleisten.
- Es müssen weitere relevante Medien, die verwandte Informationen anbieten, in die Überlegungen einbezogen werden, z.B. BCH Folio in Bezug auf Panorama. Insbesondere ist das System auf die geplante E-Dok im Rahmen von bb.ch abzustimmen. Gleiches gilt für IDES-Grundlagendatenbank der EDK.
- Es ist auf die Bedürfnisse und auf bestehende Publikationen der Sprachregionen und der Kantone Rücksicht zu nehmen.
- Gesucht ist die richtige Mischung zwischen Hol- und Bringangeboten wie zwischen elektronischen und Printmedien. Dabei ist den marktwirtschaftlichen Aspekten der Vermittlungsformen (Abonnemente, Inserate) gebührend Rechnung zu tragen.
- Das System muss alle Bereiche (Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, Arbeitsmarkt) bearbeiten, also müssen bei seiner Planung auch Vertreter/innen aller Bereiche beteiligt sein.
- Die Erfahrungen bei der Produktion der bisherigen Einzel-Fachmedien müssen bei der Planung des neuen Systems einbezogen werden.

2. Management und Betrieb der Fachmedien SDBB bisher

Die Medien bbaktuell - ActualitésFPr, Panorama, Bulletin, Mitteilungen und Zeitungsinformationsdienst ZID sind unabhängig voneinander entstanden und haben alle eine autonome Struktur.

Die Haupt-Fachmedien, zu denen im vorliegenden Bericht primär Aussagen gemacht werden, sind für die Fachleute aus dem Bereich Berufsbildung, Arbeitsmarkt und Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung und Information und Dokumentation für die Alltagsarbeit unabdinglich und bieten eine breite Palette sowohl an News wie auch an fundiert recherchierten Hintergrundinformationen.

| Fachmedium | Zielpublikum | Sprache | Auflage | Rhythmus | Format | Themen |
|--|---|-----------------------------|---------------------------|----------|--------------------------------------|--|
| bbaktuell/ Actualités FPr www.bbaktuell.ch www.afpr.ch | Information für Fachleute aus Berufsbildung Bund und Kantone, ODA, Sek. I/II, Hochschulen, Bildungsangebote Uebergang, Berufs-, Laufbahnberatung, soziale Organisationen, Forschung, Politiker/-innen, andere Interessierte Newsfunktion für Medienarbeitende | Dt./frz. | 5000 (ca. 10 000 Lesende) | 23x/Jahr | Email, Web und PDF | News aus Berufsbildung, Berufsberatung |
| Panorama www.panorama.ch | Fachleute aus Berufsbildung, Berufsberatung, Arbeitsmarkt | Dt./frz. | 3800 | 6x/Jahr | Print und Web | Hintergrundinformationen zu Berufsbildung, Berufsbildungsforschung, Berufsberatung und Arbeitsmarkt |
| Bulletin | Fachleute aus Berufsberatung, Informations- und Ratsuchende Lehrpersonen auf Stufe Sek I | Dt./frz. | 900 + 200 | 9x/Jahr | Print Internet + externe Beilagen | Informationen zu neuen Medien, Neuerungen Berufsbildung, Mitteilungen aus Stellen, Hintergrundinformationen Berufsberatung, Berufsbildung und Arbeitsmarkt |
| Mitteilungen | Fachleute aus der Studienberatung | Dt., vereinzelt frz. Unter- | 180 | 10x/Jahr | Print, z.T. E-Mail, externe Beilagen | Mitteilungen zum Bildungsbereich Hochschulen, News zu |

| | | | | | | |
|-----|-----------------------------------|-------|----|----------|---------------------------|---|
| | | lagen | | | | Änderungen und neuen Studiengängen Hochschulbereich |
| ZID | Fachleute aus der Studienberatung | Dt. | 50 | 10x/Jahr | Print und (intern) E-Mail | Medienspiegel zu Bildungspolitik, Informationen im Hochschulbereich |

Weitere Medien

Verschiedene relevante Medien

- Kantonsversand Berufsbildung DBK
- Newsletter von Swissdoc

Websites

- eDoc- elektronisches Informations- und Dokumentationssystem
www.sdbb.ch / Online-Portale
- www.berufsberatung.ch
- www.berufsbildung.ch (Fusion mit www.dbk.ch / Sommer 08)
- www.sdbb.ch
- www.sbbk.ch

3. Ergebnisse der SWOT-Analyse der Fachmedien SDBB

Die nachfolgende Darstellung zeigt auf, inwiefern die Stärken der einzelnen Medien genutzt werden können, um die Chancen wahrzunehmen.

Auf der anderen Seite wird sichtbar, inwiefern die Chancen genutzt werden können, um die bestehenden Schwächen zu bekämpfen.

Die Risiken, die auf Grund der Entwicklungen bestehen, werden in Bezug auf die Stärken analysiert. Es wird geprüft, inwieweit die Risiken verkleinert werden können und welche Schwächen ein erhebliches Risiko darstellen.

| bbaktuell /Actualités FPr www.bbaktuell.ch www.afpr.ch | SWOT Anayse | Stärken | Schwächen |
|--|----------------|---|--|
| | Chancen | <ul style="list-style-type: none"> • Zentrales, etabliertes Informationsmedium der Berufsbildung für alle Fachleute der Berufsbildung und Berufs- und Studienberatung. • Die Kombination mit Panorama, die Ergänzung mit Vertiefungsinformationen und das Archiv ergibt ein rundes, komplettes Produkt. | <ul style="list-style-type: none"> • Medium ist nicht oder nur marginal auf Arbeitsmarkt ausgerichtet. |
| | Risiken | <ul style="list-style-type: none"> • Gleichgewicht finden zwischen journalistischem Anspruch und Unternehmensinformation resp. Entscheid für die eine oder andere Ausrichtung. • Ausrichtung auf drei Zielpublika birgt die Gefahr eines unklaren Profils. | <ul style="list-style-type: none"> • Form des elektronischen Newsletters birgt Gefahr der Nichtbeachtung. |

| Panorama www.panorama.ch | SWOT Anayse | Stärken | Schwächen |
|--|----------------|--|---|
| | Chancen | <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der systematischen Berichterstattung über Forschung und Entwicklung in den drei Fachgebieten (Wissenstransfer). • Nutzen des guten Korrespondent/innennetzes und der hohen Bereitschaft von Fachleuten zur Mitarbeit. • Ausbau Dienstleistungen im Bereich des Vertriebs. • Hohe journalistische Qualität. | <ul style="list-style-type: none"> • Themenhefte resp. Sonderausgaben bewirken eine höhere Attraktivität sowohl für die Leser/innen als auch für die Inserenten. • Steigerung der Auflage mit dem Ziel einer breiten Abdeckung der Fachleute-Szenen aus den drei Bereichen. • Nutzen der sich bietenden Möglichkeiten des Kundendienstes beim Vertrieb. • Verstärkung Meinungs- und Diskussionsbeiträge. • Verbesserung Layout und Grafik. |
| | Risiken | <ul style="list-style-type: none"> • Verankerung als die anerkannte Fachzeitschrift bei den verantwortlichen kantonalen Stellen und den betrieblichen Bildner/innen, im Bereich Berufsberatung, Arbeitsmarkt und Berufsbildung ist labil. • Gefahr des sukzessiven Abbaus und des langsamen Sterbens wird begegnet: <ul style="list-style-type: none"> - mit hoher fachjournalistischer Qualität und - mit dem Gelingen der | <ul style="list-style-type: none"> • Geringer Umfang, Beschränkung auf 6 Nummern pro Jahr und Ausrichtung auf drei Fachbereiche führt zu Unterversorgung der Fachleute in ihrem angestammten Bereich. • Notwendigkeit der Optimierung der Produktionsprozesse. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | Integration der drei Fachbereiche zu einer Fachzeitschrift mit kohärentem Konzept. | |
|--|--|--|--|

| Bulletin | SWOT Analyse | Stärken | Schwächen |
|----------|----------------|---|---|
| | Chancen | <ul style="list-style-type: none"> • Bestehende Elemente können gut in die anderen Medien Newsletter, Panorama, Extranet mit eDoc und Internet integriert werden. • Vernetzung der Hol- und Bring-Medien in eine logische Konstruktion gut möglich. • Durch Integration würden Überschneidungen vermieden. | <ul style="list-style-type: none"> • Überwinden des Sammelsuriums und Entwickeln einer adäquaten Struktur für die Aufbereitung und Verbreitung der Informationen. |
| | Risiken | <ul style="list-style-type: none"> • Verharren im Druckmedium und Verpassen einer zeitgemässen elektronischen Lösung. • Verlust der Abo-Einnahmen. • Verlust der Beilagen-Einnahmen | <ul style="list-style-type: none"> • Verlust des Heimat-Mediums mit eigenständigem Profil für Fachleute der Berufsberatung. • Verlust der kompakten und bedürfnisgerechten Form, die für den Beruf notwendigen Informationen zu erhalten. |

| Mitteilungen/ ZID | SWOT Analyse | Stärken | Schwächen |
|----------------------|----------------|--|---|
| | Chancen | <ul style="list-style-type: none"> • Bestehende Elemente können gut in die anderen Medien Newsletter, Fachzeitschrift, Extranet mit eDoc und Internet integriert werden. • Durch Integration würden Überschneidungen vermieden. | <ul style="list-style-type: none"> • Bessere Nutzung von elektronischen Medien, Einbettung in Extranet (eDoc) und Internet. |
| | Risiken | <ul style="list-style-type: none"> • Verharren im Druckmedium und Verpassen einer zeitgemässen elektronischen Lösung. • Copyright-Problematik ZID verhindert Aufbau Archiv Zeitschriftenartikel. • Verlust der Abo-Einnahmen. | <ul style="list-style-type: none"> • Verlust des eigenständigen Heimat-Mediums mit eigenständigem Profil für Fachleute der Studienberatung. • Verlust der kompakten und bedürfnisgerechten Form, die für den Beruf notwendigen Informationen zu erhalten. |

4. Zukünftige Ausrichtung der Fachmedien SDBB

4.1 Vorgaben für den Geschäftsplan

Die Fachmedien SDBB basieren auf den bestehenden Fachmedien Panorama, bbaktuell, Bulletin und Mitteilungen. Sie müssen im neuen System in der gleichen Qualität wie bisher zur Verfügung gestellt werden. Sie sind für Fachleute im Bereich des Arbeitsmarkts, der beruflichen Grund- und Weiterbildung sowie im Bereich der Berufs-, Laufbahn- und Studienberatung konzipiert und informieren diese kompetent, vollständig, regelmässig und aktuell. Die Fachmedien sind in einem sich ergänzenden Hol- und Bringsystem leicht zugänglich und bieten durch einen elektronischen Newsletter und eine gedruckten Fachzeitschrift eine optimale Kombination von verschiedenen Medienarten und –kanälen. Alle Medien werden sowohl in einer deutschen als auch in einer französischen Version produziert.

Die zukünftigen Fachmedien richten sich in erster Linie an Fachleute aus den drei Bereichen Arbeitsmarkt, Berufsbildung und Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung und verwandte Gebiete.

Arbeitsmarkt

- Arbeitsmarktbehörden (RAV, LAM-Stellen, kantonale Behörden, SECO)
- Beratung und Information und Dokumentation im Bereich Arbeitsmarkt

Berufsbildung

- Bund
- Kantonale Mittelschul- und Berufsbildungsämter
- Berufsfachschulen / Brückenangebote
- Kurszentren (ÜK, berufsorientierte Weiterbildung)
- Organisationen der Arbeitswelt
- Lehrpersonen, Schulleitungen Sekundarstufe I und II
- Hochschulen
- Bildungsangebote Übergang Sekundarstufe I/II, Brückenangebote

Beratung

- Berufs- und Laufbahnberatung, Bereiche Beratung, Information und Dokumentation
- Studienberatung, Information und Dokumentation
- Lehrpersonen Sekundarstufe I und II

Weitere

- Medien
- Wissenschaft und Forschung
- Politiker/innen
- Weitere Interessierte

Die Fachmedien müssen folgende inhaltliche Anforderungen erfüllen:

- Sie sollen weiterhin in der gleichen Qualität wie die bestehenden Medien publiziert werden.
- Die regelmässige, zuverlässige, aktuelle und umfassende Information und Dokumentation der Fachleute ist weiterhin gewährleistet.
- Die Medien erscheinen in zwei Sprachen, französisch und deutsch
- Es wird ein Gesamtsystem eingerichtet, das aus sich gegenseitig ergänzenden Einzelmedien besteht und charakterisiert wird durch die Kombination von kurzen und schnellen Newsmeldungen und durch ausführliche Hintergrundbeiträge
- Es gibt zwei zentrale Medien:
 - Ein elektronischer Newsletter, der alle zwei Wochen erscheint (mindestens 20 Mal im Jahr)
 - Eine Fachzeitschrift, die monatlich erscheint (10 mal im Jahr)
- Alle Medien werden, wie das bisher beim Panorama der Fall war, auf die drei Zielgruppen Arbeitsmarkt, Berufsbildung und Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung ausgerichtet und entsprechend erweitert.
- Für den Newsletter wird das Konzept von bbaktuell übernommen.
- Die regelmässige und zuverlässige Information und Dokumentation der Fachleute, wie sie bis anhin durch das Bulletin und die Mitteilungen erfolgte, ist weiterhin gewährleistet.
- Der Erscheinungsrhythmus von Bulletin und die Mitteilungen werden für die Fachzeitschrift übernommen.
- Beide Medien, Newsletter und Fachzeitschrift, können mit SDBB- internen und externen elektronischen und gedruckten Beilagen ergänzt werden.
- Die Stellen der Bundes, die Konferenzen der Kantone und das SDBB können in eigenen Rubriken des neuen Newsletters ihre Unternehmenskommunikation betreiben und können so die Informationsversorgung ihrer Zielgruppen uneingeschränkt und nach den eigenen Bedürfnissen sicherstellen.
- Die Redaktion der Fachmedien wird strukturell in das SDBB integriert, welches Partner ist für die Auftraggeber und Abnehmer von Bund und Kantonen.
- Mit der Eingliederung in das SDBB wird einerseits den vielfältigen Verflechtungen nach Zielgruppen, Trägern verschieden Medien und Sprachen Rechnung getragen und andererseits das Prinzip der bestehende Medien Bulletin und Mitteilungen weitergeführt.
- Die Redaktion besteht aus angestellten und freischaffenden Redaktorinnen und Redaktoren. Grundlage für ihre Arbeit ist ein Redaktionsstatut.

- Die bestehenden Dokumentations- und Kommunikationssysteme (Swiss-Doc, eDoc sowie www.berufsbildung.ch und www.berufsberatung.ch) werden in das Konzept integriert.
- Der Versand der Fachzeitschrift erfolgt in Couverts, je nach Zielgruppe variieren die Beilagen, was eine optimale Versorgung der jeweiligen Abnehmer/innen gewährleistet.

4.2 Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Fachmedien SDBB

Modell Mobile

Für den zweiten Teil des Geschäftsplanes wird als Modell ein Mobile verwendet. Dies ist einerseits ein spielerisches Gebilde, bei dem einem als erstes ein Objekt einfällt, das über Kinderbetten hängt. Es ist bunt, attraktiv und immer in Bewegung und bietet dem kindlichen Beobachtungstrieb Befriedigung.



Das Mobile kann aber auch verwendet werden, um ein System darzustellen. Hier eine Abbildung aus dem naturwissenschaftlichen Bereich.

Die Forschenden wählten das Mobile, um ein Nervensystem darzustellen.

„Ein Mobile stellt ein einfaches Beispiel eines Netzwerks dar, in dem einzelne Komponenten miteinander in Verbindung stehen.“

Quelle: Max-Planck-Institut für Dynamik und Selbstorganisation

Das Mobile kann auch als Symbol für ein neues System Fachmedien SDBB angesehen werden. Ein selbstreferentieller Organismus, der in Bewegung ist und jede Veränderung eines Elementes Auswirkungen auf andere hat. Das heisst aber auch, dass im Sinne eines Cross-Media-Modells die einzelnen Elemente sorgfältig aufeinander abgestimmt werden müssen, damit der durch das Projekt erhoffte Effekt der Schaffung von Synergien und des Beibehaltens der hohen Qualität der Fachmedien garantiert ist. Die heutigen Informationsmedien bieten in ihrer Vielfalt und Komplexität viele Optionen der Kombinationen.

Fachmedien SDBB – Modell Mobile

| | | | |
|---|---|--|---|
| Newsletter | | | |
| News- letter 14- täglich | Ausgabe mit Schwer- gewicht Arbeitsmarkt Aktuelle Nachrichten | Ausgabe mit Schwer- gewicht Berufsbildung Aktuelle Nachrichten | Ausgabe mit Schwer- gewicht Beratung Aktuelle Nachrichten |
| Ablage auf Website | | | |
| Hinter- grund | Vertiefende Beiträge | Vertiefende Beiträge | Vertiefende Beiträge |
| Service- | Veranstaltungen, Publika- tionen, Weiterbildung | Veranstaltungen, Publika- tionen, Weiterbildung | Veranstaltungen, Publika- tionen, Weiterbildung Info-Doku |
| Rubriken der Institutionen/ Behörden- | | | |
| (elektronisch) | SECO VSAA (Kantone) SDBB (nach Bedarf) | BBT SBBK (Kantone) SDBB (nach Bedarf) | KBSB (Kantone) SDBB (nach Bedarf) |
| Fach- zeitschrift | | | |
| | Schwerpunkt in jeder Nummer | | |
| | ständige Rubrik Serviceteil | ständige Rubrik Serviceteil | ständige Rubrik Serviceteil |
| 10 Aus- gaben/ Jahr | | | |
| Plus | Sonderausgaben | | |
| Bei- lagen (zur Fachzeitschrift) (Druck) | Beilagen | Beilagen | Beilagen |
| Ziel- Gruppen | Arbeitsmarkt | Berufsbildung | Berufs-, Studien- Laufbahnberatung |

4.3 Neue Struktur der Fachmedien

4.3.1 Einleitung, Übersicht neue Struktur und Allgemeines

Bezüglich der konkreten Ausgestaltung der Medien bestanden im Prozess der Ausarbeitung des Geschäftsplanes verschiedentlich noch offene Fragen, besonders, was die Periodizität und Form einzelner Medien angeht. So waren sich die Mitglieder der Projektgruppe in der Frage des Erscheinungsrhythmus sowohl der Fachzeitschrift wie auch des Newsletters nicht einig. Auch waren einige Mitglieder der Projektgruppe der Meinung, separate Newsletter pro Bereich würden die Bedürfnisse der Kund/innen besser befriedigen. Die Projektleitung schlägt jedoch nach Analyse der bestehenden Grundlagen und Diskussionen mit Fachleuten aus Gründen der Einheitlichkeit einen 14-täglichen Rhythmus des Newsletters in elektronischer Form vor.

Es wird künftig **zwei Leitmedien** geben: Einen **elektronischen Newsletter** und eine **Fachzeitschrift**.

Diese zwei Hauptmedien bilden das Dach, unter dem zu den drei Themenbereichen Arbeitsmarkt, Berufsbildung und Beratung im Bereich Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung die Informationen dargeboten werden. Diese Reihenfolge geht von der Logik aus, dass sich in diesem Medienbereich alles um Fragen des Arbeitsmarktes und der Qualifikation für die Arbeitswelt dreht: Berufsbildung und Beratung als Zubringer, Arbeitsmarktfragen als Auseinandersetzung mit Strukturen und Fragen des Vollzuges des Arbeitslosengesetzes, des 1. und 2. Arbeitsmarktes, der Stellensuche und der Vermittlung. Es gibt sowohl beim Newsletter wie auch bei der Fachzeitschrift diese drei Schwerpunkte, die sich an den spezifischen Bedürfnissen der jeweiligen Fachpersonen aus den Bereichen und der tragenden Institutionen (vorwiegend auf Ebene Bund und Kantone) orientieren.

„Heimatbildende“ Inhalte wie personelle Mutationen und Würdigungen können sowohl Teil der neuen Fachzeitschrift wie auch Teil des Newsletters sein. Vorteil des Newsletters ist die Möglichkeit, über ein PDF längere Informationen zu verteilen. Vorteil der Integration von heimatbildender Inhalte in die Fachzeitschrift wäre eine Stärkung derselben.

Themen und Inhalte der Fachmedien

Die nachfolgende Aufzählung der abzudeckenden Themen ergibt sich aus dem Themenspektrum der bisherigen Einzelmedien.

Bereich Arbeitsmarkt:

- Informationen aus dem 1. und 2. Arbeitsmarkt, aus dem Vollzug des Arbeitslosenversicherungsgesetzes, aus den Bereichen „Stellensuche“ und „Beratung und Vermittlung“.
- Informationen zu beruflicher Eingliederung und Invalidenversicherung.

Bereich Berufsbildung:

- Berufsbildungspolitik und Gesetzgebung in den Kantonen und vom Bund
- Berufliche Grundbildung und Berufe: Neuerungen, Prozess der Erarbeitung der Bildungsverordnungen, neue Berufsprüfungen, höhere Fachprüfungen, Fachhochschulbereich
- Informationen zur Volksschulstufe und Übergang Sekundarstufe I-II
- Informationen zur Finanzierung von Aus- und Weiterbildung
- Zugangsregelungen zu beruflicher Grundbildung
- Mitteilungen aus OdAs, Wirtschaft, Arbeitnehmer/innen- und Arbeitgeber/innenverbänden

Bereich Beratung Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung:

- Berufliche Grundbildung und Berufe: Neuerungen, Prozess der Erarbeitung der Bildungsverordnungen, neue Berufsprüfungen, höhere Fachprüfungen, Fachhochschulbereich
- Neue Ausbildungen anerkannter und privater Anbieter
- Projekte im Bereich Berufsbildung, Brückenangebote, Hochschulprojekte
- Informationen zu den Themen: Jugendliche und Arbeit, Berufswahl, Studienwahl, Studium, Arbeitsmarkt
- Hochschulpolitik, Gesetzgebung, Bolognaprozess
- Informationen zu Pädagogik, Didaktik und Psychologie, Diagnostik
- Zugangsregelungen zu beruflicher Grundbildung
- Informationen zur Volksschulstufe
- Weiterbildungsangebote für Erwachsene
- Neuerungen und Änderungen im Studienangebot Fachhochschulen und Universitäten
- Zugangsregelungen zu tertiären Bildungsgängen

Übersicht der Formate und Erscheinungsrhythmus

| Medium | Format | Erscheinungsrhythmus |
|--|--|--|
| Elektronischer Newsletter (Name zu definieren) News aus <ol style="list-style-type: none"> 1. Arbeitsmarkt 2. Berufsbildung 3. Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung | 1. E-mail 2. Website (Inter- und Extranet) mit: Archiv, RSS-Feeds, Blogs, evtl. Podcasts Verlinkung zu www.berufsberatung.ch , www.berufsbildung.ch eDoc und www.treffpunkt-arbeit.ch | alle 2 Wochen |
| Fachzeitschrift (Name zu definieren) Die Fachzeitschrift zu Arbeitsmarkt – Berufs- und Hochschulbildung- Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung | 1. Print Thematische Schwerpunkte Ständige Rubriken Beilagen Sonderausgaben 2. Website (Inter- und Extranet) mit: Archiv, RSS-Feeds, Blogs, evtl. Podcasts Verlinkung zu www.berufsberatung.ch , www.berufsbildung.ch eDoc | 10x pro Jahr gelegentlich |

4.3.2 Elektronischer Newsletter

Neu sind die Inhalte des ehemaligen SVB-Bulletins, der AGAB-Mitteilungen und des ehemaligen bbaktuell unter einem Dach und werden über den elektronischen Newsletter und die Fachzeitschrift dargeboten. Neu werden ebenfalls News aus dem Bereich Arbeitsmarkt angeboten.

Der Newsletter besteht aus einem E-Mail-Versand und einer eigenen Website oder einer Subdomäne einer bestehenden (z. B. www.sdbb.ch) und soll die Fachleute schnell, effizient und aktuell über wichtige Entwicklungen informieren und dokumentieren. Für Hintergrundinformationen und Diskussionen ist die Fachzeitschrift das geeignete Medium.

In der Folge wird von Bereichen gesprochen. Damit sind die drei Themenfelder Arbeitsmarkt, Berufsbildung und Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gemeint. Es gibt künftig **einen Newsletter für alle drei Bereiche**, wobei der Newsletter so aufgebaut ist, dass die jeweiligen Fachleute die Themen aus ihrem Bereich an erster Stelle erhalten, die Informationen zu den zwei weiteren Bereichen sind lediglich als Titel sichtbar, der angeklickt werden kann und dann die entsprechenden Informationen sichtbar werden. Es gibt also künftig drei Bereiche des neuen Newsletters: einen für Fachleute des Arbeitsmarkts, einen für die Fachleute der Berufsbildung und als dritten Bereich einen für die Fachleute der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung. So wird zum Beispiel eine

Informations- und Dokumentationsfachfrau aus dem Bereich Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung einen Newsletter erhalten, in dem sie 14-tägig die News aus ihrem Bereich erhält. Falls sie sich zu Neuheiten aus dem Bereich Berufsbildung oder Arbeitsmarkt informieren will/muss, klickt sie einfach den entsprechenden Titel an. Die jeweiligen Unterbereiche des Newsletters müssen inhaltlich nicht alle gleich strukturiert sein. In diesem Bereich haben die jeweiligen Zuständigen den Freiraum, diesen für das eigene Zielpublikum sinnvoll zu gestalten und bewährtes Bestehendes weiterzuentwickeln. Da die Bundesämter und auch die Kantone bereits ihre internen Kommunikationskanäle besitzen, ist zu klären, welche Art von News in welcher Form im Newsletter erscheint und wie weit die Dienstleistungen gegenüber diesen Institutionen gehen.

Aufbau des Newsletters:

Der Newsletter erscheint 14-tägig und enthält die jeweils aktuellen Nachrichten aus den jeweiligen Bereichen. Ausgegangen wird von mindestens 20 Ausgaben pro Jahr. Die Anzahl der News variiert je nach Bereich. Pro Bereich sind mindestens 3 bis ca. 5 aktuelle Meldungen mit Newsgehalt zu vermitteln.

Es ist möglich, den Rhythmus der News innerhalb eines Bereiches zu variieren. So ist es denkbar, die News aus dem Bereich Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung aufzuteilen: Aktuelle Nachrichten aus Entwicklungen national und kantonale, neue Publikationen SDBB, Service-Informationen, Weiterbildungsangebote und Stelleninserate etc. können 14-tägig erscheinen, Mitteilungen aus dem Info-/Dokubereich und Beilagen und BBT-Erlasse monatlich. Man geht vom Prinzip aus, dass Meldungen im jeweiligen Newsletter publiziert werden, wenn sie aktuell sind und für die Nutzer/innen der Erscheinungsrhythmus der Meldungen sinnvoll ist.

Zusätzlich zu den aktuellen News werden über den Newsletter Hintergrundinformationen geliefert. So kann dies z. B. der Bereich sein, in dem Fachleute aus der Berufsberatung genau informiert werden über Details von Neuerungen (z. B. neue Verordnung Beruf xy) und ein Link zur eDoc besteht.

Im Serviceteil sind Meldungen zu Veranstaltungen, Publikationen und Weiterbildungsangeboten zu finden. Neuerscheinungen aus dem SDBB-Verlag finden dort ihren Platz. Im elektronischen Newsletter gibt es eine Rubrik für Informationen aus den zuständigen Institutionen und Behörden, der sich an die jeweiligen Fachleute richtet: So werden Fachleute aus dem Bereich Arbeitsmarkt nach Bedarf Informationen und Meldungen vom SECO und dem VSAA erhalten, entsprechend die anderen Fachleute aus ihrem Bereich.

Die Informationsblätter der Berufsberatung (grüne und rosa Blätter), die vormals dem Bulletin beigelegt wurden, werden neu über den elektronischen Newsletter erhältlich sein. Auch die Informationen der ehemaligen Mitteilungen für den akademischen Bereich

werden über den elektronischen Newsletter dargeboten und auf der Website im Archiv ebenfalls zu finden sein.

Zur Illustration ein Beispiel aus dem Informations- und Dokumentationsbereich der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung:

Über den Newsletter wird informiert, dass eine neue Berufsprüfung geplant ist. Man kann diese Kurzmeldung anklicken und sieht dann das entsprechende Informationspapier (evtl. schon mit Swissdoc-Verweis) mit den detaillierten Informationen über Aufbau der Berufsprüfung, Kontaktadressen etc., mit Verweis auf eDoc. Dieses Papier kann man ausdrucken und in der physischen Dokumentation ablegen. Dieses Verfahren bedeutet eine substantielle Änderung der bisherigen Praxis, der einen Mehraufwand für die Fachleute aus dem Bereich Information und Dokumentation mitbringt, da sie die Informationsblätter für die physische Dokumentation alle ausdrucken müssen. Vorteilhaft am neuen System ist jedoch die Ausrichtung auf eDoc und die stetige Verfügbarkeit der Mitteilungen, sowohl über den Newsversand per Mail wie auch über das Archiv auf der Website des Newsletters und den Dokumentenserver IDES.

Aufbau der Website:

Ergänzend zum E-Mail-Newsletter kann man die News auch auf der Website nachlesen. Diese bietet vertiefende Beiträge und verfügt über ein Archiv, bietet jedoch auch Service-Informationen wie Veranstaltungskalender, Informationen zu neuen Publikationen und Weiterbildungsangeboten mit einem Click- and Book-System. Sie ist zudem geeignet für Werbung. Sollte das Bedürfnis bestehen, ist zu einem späteren Zeitpunkt auch denkbar, für die jeweiligen Fachleute einen über ein Passwort zugänglichen, geschützten Bereich einzurichten. Einstieg dazu ist die News-Website. Auf der Website können die Fachleute der Studienberatung über einen passwortgeschützten Bereich die Unterlagen des ZID sichten.

Die Website ist verlinkt mit www.berufsberatung.ch, www.berufsbildung.ch und www.sdbb.ch (oder evtl. eine Subdomäne von www.sdbb.ch). Damit ist die Vernetzung mit eDoc gewährleistet.

Übersicht Aufbau des elektronischen Newsletters

| AUFBAU BEREICH ARBEITSMARKT | | | |
|---|---|--|--|
| Medium | Redaktioneller Teil/Service | Hintergrund | Rubriken der Institutionen/ Behörden |
| E-mail News aus dem Arbeitsmarkt | Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen zu gesetzlichen, wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen den Arbeitsmarkt betreffend national und kantonale Hintergrund: Vertiefende Beiträge aus den Bereichen Arbeitsmarkt, Arbeitslosenversicherung, Wirtschaft. Service-Informationen: Veranstaltungen für Fachleute, neue Publikationen, Weiterbildungsangebote für Fachleute Stelleninserate und div. Inserate Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw. | Vertiefungsartikel in PDF-Form | Meldungen aus: SECO VSAA Kantonale Arbeitsmarktbehörden |
| Website News aus dem Arbeitsmarkt | Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen zu gesetzlichen, wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen den Arbeitsmarkt betreffend national und kantonale Archiv Service-Informationen: Veranstaltungen für Fachleute, neue Publikationen, Weiterbildungsangebote für Fachleute mit Anmelde-möglichkeiten Werbung Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw. Stelleninserate und div. Inserate Externe Verlinkung zu neuer Fachzeitschrift, Websites Berufsbildung, Berufsberatung, SECO, VSAA | Vertiefungsartikel in PDF-Form RSS-Feeds Blogs Podcasts | Meldungen aus: SECO VSAA Kantonale Arbeitsmarktbehörden |

AUFBAU BEREICH BERUFSBILDUNG

| Medium | Redaktioneller Teil/Service | Hintergrund | Rubriken der Institutionen / Behörden |
|--|---|--|---|
| <p>E-mail News aus der Berufsbildung</p> | <p>Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen über Entwicklungen und Projekte der Berufsbildung national und kantonal und Information über kantonale Beschlüsse und Entwicklungen</p> <p>Hintergrund: Vertiefende Beiträge zu Kurzmeldungen.</p> <p>Service-Informationen: Veranstaltungen von Kantonen, BBT, OdAs, neue Studien und Publikationen zu Berufsbildungsfragen national und international, Weiterbildungsangebote für Fachleute</p> <p>Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw.</p> <p>Stelleninserate und div. Inserate</p> | <p>Vertiefungsartikel in PDF-Form</p> | <p>Meldungen von: BBT Kantonale Berufsbildungsämter SDBB SBBK</p> |
| <p>Website News aus der Berufsbildung</p> | <p>Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen über Entwicklungen und Projekte der Berufsbildung national und kantonal und Information über kantonale Beschlüsse und Entwicklungen</p> <p>Archiv</p> <p>Service-Informationen: Veranstaltungen von Kantonen, BBT, OdAs, neue Studien und Publikationen zu Berufsbildungsfragen national und international, Weiterbildungsangebote für Fachleute</p> <p>Werbung</p> <p>Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw.</p> <p>Stelleninserate und div. Inserate</p> | <p>Vertiefungsartikel in PDF-Form RSS-Feeds Blogs Podcasts</p> | <p>Meldungen aus: BBT Kantonale Berufsbildungsämter SDBB SBBK</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | Externe Verlinkung zu neuer Fachzeitschrift, Websites Berufsbildung, Berufsberatung, BBT, SBBKu.a. | | |
|--|--|--|--|

AUFBAU BEREICH BERUFS-, STUDIEN- UND LAUFBAHNBERATUNG

| Medium | Redaktioneller Teil/Service | Hintergrund | Rubriken der Institutionen/ Behörden |
|---|--|--|---|
| <p>E-mail News aus der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung</p> | <p>Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen über Entwicklungen und neue Projekten in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung national und kantonal</p> <p>Hintergrund: Mitteilungen aus der Info-Doku, Bulletin-Beilagen (Berufsinformationen, bisherige SVB- und AGAB- Informationsblätter) und Erlasse, Publikationen BBT usw.</p> <p>Service-Informationen: Veranstaltungskalender für Fachleute, Anmelde-möglichkeiten</p> <p>Neue Publikationen im SDBB-Verlag Medienbereich Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung</p> <p>Weiterbildungsangebote für Fachleute aus Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (Beratende und Informations- und Dokumentationsbereich)</p> <p>Stelleninserate und div. Inserate</p> <p>Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw.</p> | <p>Vertiefungsartikel in PDF-Form</p> | <p>Meldungen aus: SDBB/Kantone BBT KBSB</p> |
| <p>Website News aus der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung</p> | <p>Aktuelle Nachrichten: Kurzmeldungen über Entwicklungen und neue Projekte in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung national und kantonal</p> <p>Hintergrund: Mitteilungen aus der Info-Doku, Bulletin-Beilagen (Berufsinformationen, bisherige SVB- und AGAB- Informationsblätter) und Erlasse, Publikationen BBT usw.</p> | <p>Zusammenfassungen von BSLB-relevanten Themen wie Bildungsstatistiken, Buchbesprechungen etc.</p> <p>Info-Doku (PDFs eDoc) Berufsinformationen, Weiterbildungen, Hochschulbildung und Studieninfos, aufbereitete Kurzinformationen zur</p> | <p>Meldungen aus: SDBB/Kantone BBT KBSB</p> |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | <p>Service-Informationen: Veranstaltungskalender für Fachleute, Anmeldemöglichkeiten</p> <p>Neue Publikationen im SDBB- Verlag Medienbereich Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung Bestellmöglichkeiten</p> <p>Weiterbildungsangebote für Fachleute aus Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (Beratende und Informations- und Dokumentationsbereich)</p> <p>Anmeldemöglichkeiten</p> <p>Stelleninserate und div. Inserate</p> <p>Archiv</p> <p>Werbung</p> <p>externe Verlinkung zu neuer Fachzeitschrift, Websites SDBB, Berufsbildung und Berufsberatung.</p> <p>Evtl. Personelles („Heimat“) wie z.B. Würdigungen, Verabschiedungen usw.</p> | <p>Ablage in Dok.-System</p> <p>Extranet: ZID</p> | |
|--|--|---|--|

4.3.3 Fachzeitschrift

Die Fachzeitschrift bildet das konzeptionelle Gegengewicht zum schnellen Newsletter. Es ist eine gemeinsame Zeitschrift für die Fachleute aus allen drei Bereichen vorgesehen. Im Fokus stehen sowohl ausgewählte, wichtige News und Fakten als auch die vertiefende Reflexion über ein Thema, der Austausch zwischen Exponent/innen etc. Sie soll kontroverse Diskussionen ermöglichen, eine Plattform für die nationale Meinungsbildung und den Austausch in den drei Bereichen bieten. Die Fachzeitschrift soll anerkannt sein und für Fachleute unentbehrlich werden, also ein „Must have“ für die Fachleute in den Bereichen Arbeitsmarkt, Berufsbildung und Beratung werden.

Die Zeitschrift soll neben vertiefenden bereichsspezifischen und bereichsübergreifenden Artikeln auch Kolumnen, Rubriken und einen Serviceteil enthalten. Neben Kurzartikeln mit wichtigen Neuheiten wie z. B. Zusammenfassungen von Bildungsstatistiken sollen ein- bis zweiseitige Artikel Platz finden, aber auch immer wieder längere Artikel. Im Serviceteil sollen Literaturempfehlungen für Fachleute, Informationen zu neuen Tests und wissenschaftlichen Publikationen wie auch regelmässig Informationen zu den neuen Publikationen des SDBB-Verlages zu finden sein.

Fachzeitschrift und Newsletter sind ein sich ergänzendes Angebot und sollen vorzugsweise zusammen abonniert werden. Es soll jedoch auch möglich sein, weiterhin nur den Newsletter oder nur die Fachzeitschrift zu abonnieren.

Das Heft erscheint künftig 10 mal pro Jahr mit einem Umfang von 48 Seiten pro Ausgabe und Sprache. Der höhere Erscheinungsrhythmus erlaubt es, schneller auf aktuelle Diskussionen zu reagieren und fundiert über Entwicklungen zu berichten. Dies kann eine Anpassung der Abonnementpreise nach sich ziehen und hat Auswirkungen auf die Arbeitsweise der Redaktion. Die Erhöhung der Auflage wie auch die Kombination von elektronischem Newsletter und Fachzeitschrift wirken sich jedoch positiv auf das Inseratevolumen aus.

Neu werden Ausgaben mit bereichsübergreifenden und bereichsspezifischen Themenschwerpunkten produziert. So ist denkbar, dass man die Thematik „Chancengleichheit“ bereichsübergreifend behandelt, also Fachleute aus allen drei Bereichen sich dazu äussern lässt. Demgegenüber ist es auch möglich, bereichsspezifische Hefte zu publizieren wie z. B. ein Heft mit dem Dossier „Berufswahl“.

Konstantes Element ist eine ständige Rubrik mit Serviceteil.

Mit diesen Vorgehen wird dem Bedürfnis nach vertiefter Information zu einem Thema Rechnung getragen. Gelegentliche Sonderhefte sollen in Zusammenarbeit oder im Auftrag von Externen wie z.B. Universitäten produziert werden und Forschungsbefunde und Tagungsberichte ein weiteres Angebot darstellen. Diese Sonderhefte werden ausserhalb des ordentlichen Budgets und des Pflichtenheftes realisiert und stellen eine Erweiterung des möglichen Angebotes der neuen Fachmedien SDBB dar.

Externe Beilagen in Papierform wie Werbeprospekte von Bildungsanbietern etc. können der Fachzeitschrift beigelegt werden. Diese externen Beilagen werden nach Zielgruppen und allenfalls nach Untergruppen differenziert verteilt, die Zielgruppen erhalten nur die für ihr Themenfeld relevanten Beilagen. Der Versand der Fachzeitschrift erfolgt in Couverts, je nach Zielgruppe variieren die Beilagen, was eine optimale Versorgung der jeweiligen Abnehmer/innen gewährleistet.

Übersicht des Aufbaus der Fachzeitschrift

| Die Fachzeitschrift zu Arbeitsmarkt – Berufsbildung - Berufs- und Studienberatung | | | |
|---|---|---|--|
| Medium | Dossier | Ständige Rubriken | Spezialausgaben /Sondernummern |
| 10 Ausgaben Print Journalistisch aufbereiteter Hintergrund und Analysen zu Berufsbildung, Berufsbildungsforschung, psychologischer Biografie- und Laufbahnforschung, Studien- und Berufsberatung, 1. und 2. Arbeitsmarkt, Vollzug AVIG, Stellensuche/Vermittlung | Schwerpunkt pro Nummer in dem ein Thema umfassend dargestellt und diskutiert wird. So weit als möglich wird das Thema bereichsübergreifend behandelt. Jeder Fachbereich erhält pro Jahr mindestens drei Schwerpunktausgaben, wobei durch den bereichsübergreifenden Ansatz mehr Themen pro Bereich vorkommen. | Kurzmeldungen 1-2-seitige Artikel 4-seitige Vertiefungsartikel ----- Leitartikel Redaktion Kolumnen Rubriken Leserbriefe Service: Empfehlungen, Buchbesprechungen u. a. Externe Beilagen Publikationen SDBB-Verlag Impressum | Z. B. Tagungsberichte Hochschulbereich, Forschungsberichte u. a. |
| Website | Archiv Werbung Aboservice Externe Verlinkung zu neuer Fachzeitschrift, Websites SDBB, Berufsbildung und Berufsberatung. | | |

4.4 Standards der Information

Folgende Leitwerte sollen den Standard vorgeben. Die Informationen sollen vertrauenswürdig, lesefreundlich, aktuell, nachhaltig und ressourcenschonend sein.

- vertrauenswürdig
Vertrauen wird durch einen echten und konsistenten Auftritt geschaffen. Hinter dem Geschriebenen müssen Menschen stehen, denn nur der Leserschaft bekannte Menschen schaffen Vertrauen. Und diese müssen ausgewiesene Fachleute sein. Ein Fachmedium ist ein Autor/innenmedium. Es wird sowohl von Medienspezialist/innen als auch von Fachleuten des jeweiligen Bereiches in enger Zusammenarbeit produziert.
- lesefreundlich
«Wenn etwas leicht zu lesen ist, dann war es schwer zu schreiben.» (Enrique Jardiel Poncela). Texte müssen immer wieder überarbeitet werden. Dazu braucht es Zeit – und kompetente, engagierte Redaktor/innen.
- aktuell
Die Umsetzung verlangt ein gutes Netzwerk, schlanke Abläufe, engagierte Mitarbeitende, geeignete Medien – und genug Ressourcen.
- nachhaltig
Die Informationen müssen langfristig zugänglich sein, die publizierten Links müssen auch nach Jahren noch stimmen. Dies bedingt, über einen guten und langfristig betriebenen Dokumentenserver zu verfügen.
- ressourcenschonend
Fachinformation ist bezüglich personellen und finanziellen Mitteln aufwendig. Das Teuerste dabei ist der Inhalt, während dessen die Verbreitung dank neuer Satz- und Drucktechniken, vor allem aber dank elektronischer Verbreitung vergleichsweise billig geworden ist. Deshalb muss der Inhalt gezielt produziert und vielseitig eingesetzt werden. Die Lösung kann ein System sein, das die Verwendung von Inhalten mehrfach erlaubt, also beispielsweise einen Text sowohl für einen Newsletter für Fachleute als auch für „Lehrmeisterbriefe“ von Kantonen zu verwenden.

Um der Informationsaufgabe gerecht werden zu können, muss eine Reihe von Qualitätskriterien geachtet werden:

- Bei der Produktion der Information ist auf Kosteneffizienz zu achten. Differenzierte Budgets, klare Vertragsvereinbarungen, schlanke und transparente Abläufe sowie ein regelmässiges Kostencontrolling sind unverzichtbare Bestandteile der Produktionstätigkeit und Teil der Pflichtenhefte der Projektleitungen.

- Es gilt das Prinzip der Subsidiarität. Es wird nur produziert, was nicht andere bereits produzieren. Vorher werden mögliche Synergien geprüft und potentielle Partner für eine Zusammenarbeit angefragt.
- Die Information ist für die Zielgruppen einfach zugänglich.
- Die Information ist geschlechtsneutral. Sowohl Frauen wie Männer sollen angesprochen werden und sich angesprochen fühlen.
- Die Information ist fachlich richtig, sachlich und neutral. Alle Informationseinheiten müssen recherchiert und von Fachleuten überprüft sein.
- Die Information ist aktuell. Ihre Aktualität wird laufend überprüft. Bei der Aktualisierung von Medien gilt ein differenziertes und pragmatisches Vorgehen, das sowohl den Bedürfnissen der Zielgruppen wie auch den finanziellen und personellen Ressourcen und nicht zuletzt ökologischen Gesichtspunkten Rechnung trägt.
- Die Information ist zielgruppengerecht. Sie berücksichtigt unterschiedliche Ausgangslagen und Informationsbedürfnisse. Sie bietet über die reine Sachinformation hinaus Anschauung durch geeignete Darstellungsformen wie z.B. journalistische (Porträts, Interviews, Reportagen etc.) Durch eine gute Mischung von Text, Bild und Ton bzw. Print-, audiovisuellen und elektronischen Medien ist die Palette der Fachmedien breit und attraktiv.
- Die Medien verfügen über eine hohe Qualität in der Umsetzung (Fotos, Layout, Farbeinsatz, Schnitt, Animationen etc.).

4.5 Umsetzung in Etappen

Der Geschäftsplan Fachmedien bildet die Basis für die Umsetzung des Projektes Fachmedien und stellt einen Vorschlag dar, auf Grund dessen die weiteren Entscheidungen gefällt werden können. Dazu muss ab Herbst 2008 ein Projektkernteam, bestehend aus der Chefredaktion, dem Abteilungsleiter oder Bereichsverantwortlichen des SDBB und weiteren, ad-hoc beigezogenen Fachpersonen der jeweiligen Bereiche die Detailplanung und den Aufbau der Medien konzipieren und die schrittweise Implementierung vornehmen. Auf 2009 soll das neue System für die Fachmedien schrittweise eingeführt werden.

Die betroffenen abnehmenden Fachleute werden frühestmöglich über die Neuerungen informiert. Die neuen Formen und Inhalte werden im Laufe des Jahres 2009 evaluiert und gegebenenfalls angepasst.

4.6 Organisation der Fachredaktion

Eine zentrale „Redaktion Fachmedien SDBB“ mit Zuständigen für die jeweiligen Inhalte, Sprachen und Formate ist für die Produktion zuständig. Die Chefredaktion und somit die Steuerung liegt beim SDBB. Der Detailauftrag, die Arbeitsweise, die Integration in die SDBB-Struktur und die Zusammenarbeit mit den mitfinanzierenden Partnern aus Bund und Kantonen wird in einem Redaktionsstatut festgelegt, um deren Anforderungen gerecht zu werden.

Für die zukünftige Struktur der Fachmedien SDBB stellen wir folgende Redaktionsform zur Diskussion:

- Die Steuerung liegt beim SDBB, die Rolle und die inhaltlichen Möglichkeiten der beteiligten Institutionen, die sich an der Herausgabe und Finanzierung beteiligen (SECO, BBT, SGAB, Kantone) müssen definiert werden.
- Das Team wird von einer/einem **Chefredaktor/in** geleitet, die von einem Sekretariat unterstützt wird.
- Eine noch zu definierende Anzahl von Fachpersonen ist für **den Inhalt** zuständig. Die Anzahl der Zuständigen hängt von der Sprach- und Fachkompetenz der jeweiligen Mitarbeiter/innen ab. Ist eine Person bilingue, kann sie in ihrem Bereich beide Sprachregionen abdecken. Entsprechend benötigt man pro Bereich eine Fachperson in der entsprechenden Sprache. Diese Fachpersonen sind für den gesamten Inhalt in ihrem Bereich verantwortlich (Newsletter, Fachzeitschrift, Website), pflegen dazu ein Netzwerk und bereiten die Manuskripte redaktionell auf.
- Weitere Fachpersonen sorgen für **die Produktion**, sind also verantwortlich für eine adäquate Umsetzung der Inhalte im jeweiligen Medium.

- Die inhaltliche Gestaltung der Schwerpunkte der einzelnen Hefte (vgl. „Dossiers“ im jetzigen Panorama) wird an Dritte vergeben.

Eine solche Teilung der Aufgaben erfordert folgende Kompetenzen:

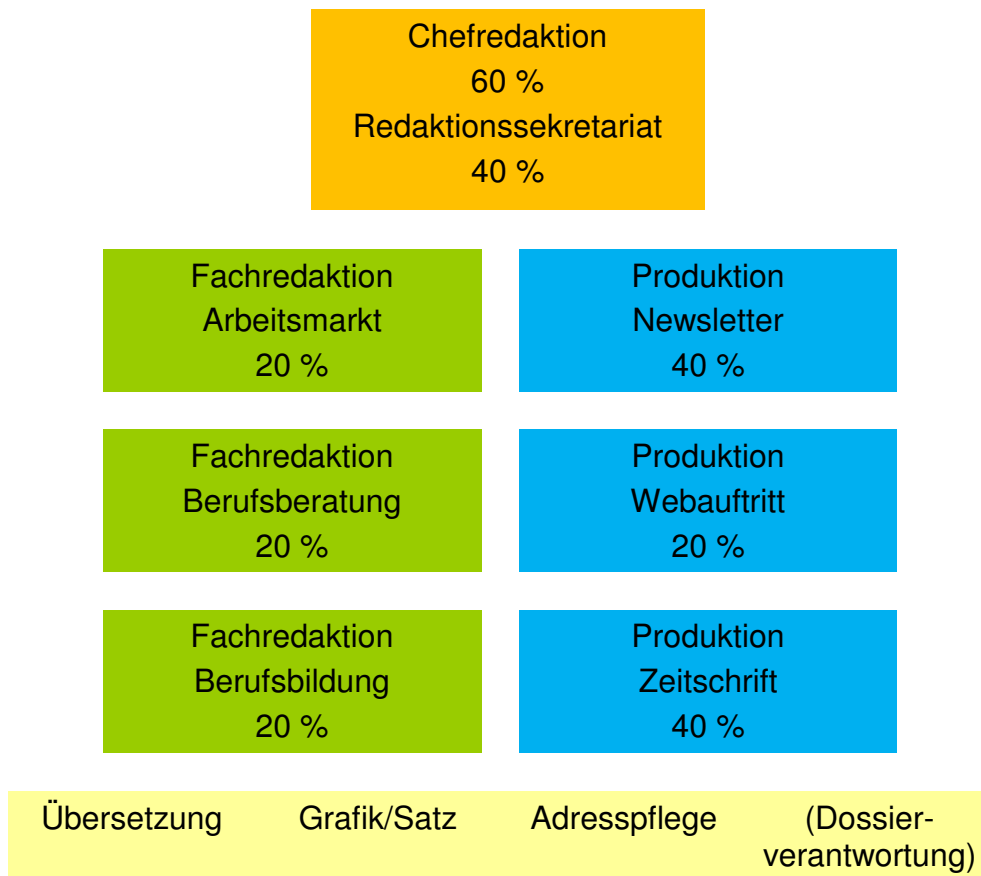
- Chefredaktion
Person mit mehrjähriger Erfahrung im Bereich Fachmedien (nicht Tagesjournalismus und auch nicht Wochenzeitung).
- Fachredaktionen
Personen mit fachlichem (Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, Arbeitsmarkt) und journalistischem Know-how sowie einem guten Netzwerk.
- Produzent/innen
Abhängig vom Medium, das betreut wird - einschlägige Erfahrung im Printbereich, im Newsjournalismus bzw. bei Onlinemedien.

Dieses Team wird ergänzt durch beigezogene Spezialist/innen aus den Bereichen

- Übersetzung, Korrektorat
- Bild
- Satz/Grafik
- Druck, Versand
- Rechnungswesen

Das können Leute des SDBB sein; die Funktionen können aber auch ausgelagert werden. Wichtig ist dabei, dass eine enge Verbindung (zeitlich, räumlich) mit dem Team besteht. Mindestens die Akquisiteur/innen haben periodisch an den Teamsitzungen teilzunehmen. Sie sind alle gegenüber der Teamleitung für den Erfolg ihrer Tätigkeit verantwortlich.

4.6.1 Organigramm der Fachredaktion SDBB



Der folgende Vorschlag definiert Funktionen. Es ist denkbar, dass eine Person mehrere Funktionen übernimmt, zum Beispiel diejenige der Chefredaktion und Fachredaktion.

Aufgaben der jeweiligen Funktionsträger/innen:

Chefredaktion

- Vertretung gegenüber dem Verlag und gegenüber Dritten
- Planung, Steuerung und Weiterentwicklung des Systems
- Budgetierung, Budgetverwaltung, Finanzverantwortung, soweit es die Redaktion betrifft
- Leitung Redaktionssitzungen; Entscheid bezüglich Wahl der Themen und Meldungen
- Festlegen der Dossier-Themen der Zeitschrift, Betreuung von Dossiers, die von Dritten produziert werden. Zusammenarbeit mit Fachredaktionen und Dritten, die die Verantwortung für je ein Dossier übernehmen.
- Autor/innen finden, briefen
- Sicherstellen der Einhaltung der Termine, inhaltlichen Übereinstimmung mit dem Briefing, Vollständigkeit bezüglich Aufbau und Inhalt, sachlichen Richtigkeit der Übersetzung
- Gut zum Druck der Zeitschrift
- Freigabe der Newsletter
- Aushandeln, abklären, bestimmen, welche Beilagen den verschiedenen Varianten von Newsletter und Zeitschrift beigelegt werden
- Mitarbeit bei der Abo- und Inseratenwerbung
- Organisation von Veranstaltungen für Lesende
- Zugeordnet: Redaktionssekretariat, Adresswesen, Abo-Kontrolle
- [Teilnahme an Sitzungen des Aufsichtsgremiums]

Fachredaktionen

- Vertretung des jeweiligen Bereichs in der Redaktion
- Aufbau und Pflege eines Kontaktnetzes
- Sprachliche Bearbeitung der Meldungen
- Auswahl der Meldungen für die jeweilige Ausgabe der Newsletter
- Teilnahme an Redaktionssitzungen
- Verantwortung für den jeweiligen Fachbereich in der Zeitschrift (5 Seiten/Ausgabe)
- Produktion von Meldungen für die Newsletter
- Beschaffung und Redaktion von Ergänzungsdokumenten zum jeweiligen Bereich
- Unterstützung der Werbung
- Mitarbeit bei der Abo- und Inseratenwerbung
- Produktion von Dossiers (mit zusätzlichem Zeitbudget)

Produktion

- Newsletter:
Vorbereitung von zusätzlichen Angeboten fürs Web
- (- Auslösen des Versands)
- (- Inserate bestätigen, Rechnung stellen)

Webauftritt:

Sicherstellen des Auftrittes

- Aktualisierung der Informationen
- Koordination mit den verwandten Abteilung (Online-Medien, Dokumentation)

Zeitschrift:

- Durchsetzen gewisser Standards, beispielsweise bezüglich des Aufbaus von Literaturhinweisen
- Durchführen oder Sicherstellen des Lektorats der Übersetzungen
- Vorbereitung von zusätzlichen Angeboten fürs Web

Redaktionssekretariat

- Abwickeln der Kommunikation zwischen allen Beteiligten
- Organisation von Sitzungen, Festhalten der Resultate

Adresspflege

Unter der Voraussetzung, dass sie mit dem Abo-Wesen zusammengefasst ist:

- Entgegennehmen, Bestätigen von An- und Abmeldungen (grösstenteils elektronisch)
- Bereitstellen von Adressdaten für den Versand der verschiedenen Varianten der Medien
- Bereitstellen der Daten für die Verrechnung der Abos
- Auswertung von Rücksendungen (Zeitschrift) bzw. Bouncing-Meldungen (Newsletter)
- Mitarbeit bei Abo- und Inseratenwerbung

Zusätzliche Funktionen (Mandate)

Übersetzung

- Übersetzung von bis zu 40 Seiten innert weniger Tage d-f bzw. f-d
- Diskussion mit Lektorat
- Sprachliche Bearbeitung der Texte der Autor/innen

Grafik/Satz

Gestaltung der beiden Hefte unter folgenden Rahmenbedingungen:

Grafiken müssen in der Regel neu erstellt werden, meist basierend auf Excel-Sheets.

90% der Texte sind Übersetzungen mit gleicher Struktur und gleichen Illustrationen.

Die Länge der Übersetzungen weicht höchstens 10% vom Original ab.

Die Zahl der Inserate variiert massiv, z.B. 1 Seite in der franz. Fassung, 5 Seiten in der deutschen.

Basis ist ein Konzept mit definierten Gefässen und Stilen – das regelmässig anzupassen ist.

4.7 Produktionsbedingungen

4.7.1 Corporate Identity und Corporate Design

Die Corporate Identity repräsentiert die Gesamtheit der Charakteristika eines Unternehmens oder einer Organisation und ist wichtig für die Identifikation mit und das Wiedererkennen von Unternehmen, respektive in diesem Fall, der Fachmedien. Unter Corporate Design wird die visuelle Identität verstanden, die als Erscheinungsbild Teil der Corporate Identity ist.

Die Corporate Identity zeigt sich im Auftritt: Der Wahl der Grafiken, des Illustrations- und Fotografiestils, des Layouts, der verwendeten Schriftarten, -größen- und -farben, des Aufbaus und Erscheinungsbildes von Print- und elektronischen Medien. Mit dem Corporate Design wird ein Image vermittelt, ein Charakter des Mediums und des dahinterstehenden Unternehmens oder der Organisation wird in kurzer Zeit ersichtlich. Das Corporate Design soll einen Wiedererkennungseffekt haben und Vertrautheit mit dem Medium schaffen.

Es ist zu empfehlen, dass die Fachmedien für alle Medien und Internetauftritte ein einheitliches Erscheinungsbild haben, das modern und frisch wirkt. Sie sollen als eigenständige Produkte erkennbar sein, die sich in die übrigen Produkte des SDBB einpassen. In Fragen des optischen Auftritts ist es ratsam, einen neuen, innovativen Weg zu beschreiten, der sich klar vom bisherigen abhebt. So ist es z. B. für den Newsletter wichtig, dass bei der Namensgebung und dem optischen Auftritt eine Anlehnung an das Bisherige vermieden wird. Der Newsletter soll als neues Produkt und nicht als Erweiterung von bbaktuell mit der Konnotation zu BBT erscheinen. Auch die Fachzeitschrift soll in neuem Gewand erscheinen. Vierfarbigkeit, ein neues Layout und die Zusammenarbeit mit einem innovativen Grafikatelier können dazu beitragen, das Image einer seriösen, fundierten, jedoch auch modernen und für alle Altersgruppen attraktiven Fachzeitschrift aufzubauen.

4.7.2 Marketing

In der Einführungsphase des neuen Systems Fachmedien SDBB sind gewisse Marketingmassnahmen erforderlich, die besondere Investitionen nach sich ziehen und die Erarbeitung eines Marketing- und eines Kommunikationskonzeptes notwendig machen. Die entsprechenden Kosten sind im vorliegenden Grobbudget im Kapitel 5 aufgeführt. Corporate Identity und Corporate Design müssen erarbeitet werden und gezielte Marketingmassnahmen getroffen werden. Organisation und Durchführung dieser Massnahmen, die beteiligten Fachpersonen und die Budgetierung sind durch die Projektleitung der 2. Projektetappe zu definieren.

4.7.3 Namensgebung

Diese wird ebenfalls in der zweiten Projektphase definiert. Es ist ratsam, für den elektronischen Newsletter einen Namen zu wählen, der sich deutlich vom bisherigen abhebt. Der aktuelle Name ist in Anlehnung an die Berufsbildung gewählt, wird auch immer wieder mit BBT-aktuell verwechselt. Der neue Name soll alle Fachleute der drei Bereiche gleichermassen ansprechen und illustrieren, dass ein neues Produkt mit weiteren Inhalten vorliegt. Die Fachzeitschrift Panorama richtet sich bereits an die drei fokussierten Zielgruppen, ist anerkannt und gut eingeführt, dies spricht dafür, eventuell bei diesem Namen zu bleiben.

5. Finanzen

Abhängig von der künftigen Projektstrategie der neuen Fachmedien ist die Finanzierung zu planen.

Nachfolgend eine Zusammenstellung der zu erwartenden Kosten und Einnahmen, ausgehend von einem 10-maligen Erscheinen der Fachzeitschrift und einem 14-täglichen des Newsletters. Diese Kostenschätzung kann als Grundlage für die weiteren Weiterentwicklung dienen und ist im Sinne einer Arbeitshypothese zu verstehen. Sie erfolgte in Zusammenarbeit mit den Zuständigen für Chefredaktion, Verlag, Druck und Vertrieb der bisherigen Fachmedien.

Grobbudget Projekt Fachmedien SDBB

Basis Vorschlag Weber AG gemäss

KOSTENKALKULATION REALISATION FACHZEITSCHRIFT JAHR 2009
10 X 48 SEITEN D/F PRO JAHR, AUFWAND exkl. MWSt.

KOSTEN

Redaktion

| | | |
|--|------|-----------|
| Chefredaktion | 60% | 90'000.— |
| Redaktionssekretariat, | 40% | 60'000.— |
| Fachredaktionen Arbeitsmarkt/Berufsberatung/ Berufsbildung mit einem Pensum von je 20%, total | 60% | 90'000.— |
| Fotoredaktion Zeitschrift/Newsletter | | 30'000.— |
| Produktion Newsletter, Web und Zeitschrift, Dossier-Fachredaktion, Honorarbudget extern | 100% | 150'000.— |
| Diverse Unkosten | | 10'000.— |

Zwischentotal: **480'000.—**

Produktion / Verwaltung / Vertrieb Fachzeitschrift:

| | |
|--|-----------|
| Übersetzungen | 150'000.— |
| Inseratenakquisition, -bearbeitung, -inkasso | 50'000.— |
| Realisation Fachzeitschrift | 144'000.— |
| Druck | 138'000.— |

Verwaltung/Vertrieb elektronischer Newsletter 40'000.—

| | |
|---------------------|----------|
| Abonnenten/Adressen | 40'000.— |
| Versand/Porto | 20'000.— |

| | |
|---|---------|
| Dokumentationen und WEMF-Beglaubigung | |
| Kosten pro Jahr für Drucke | 5'800.— |
| Aufbereitung aller dafür notwendigen Unterlagen | 2'000.— |

Zwischentotal 2 **589'800.—**

Total jährlich wiederkehrender Aufwand **1'069'800.—**

ERTRAG exkl. MWSt.

Abonnenten Fachzeitschrift & Newsletter
(Ohne Garantie Weber AG Verlag)
900 Abonnenten à Fr. 158.— Fr. 142'200.—
1'200 Abonnenten SECO à Fr. ?.— (bisher) Fr. 105'000.—
300 Abonnenten SGAB 50% Fr. 79.— Fr. 23'700.— Fr. 270'900.—

Inserate
(Mit Garantie durch Weber AG Verlag)
10 Ausgaben à Fr. 15'000.— Einnahmen
(entspricht einer Vervielfachung der
Inserateneinnahmen gegenüber bisher) Fr. 150'000.—
20 Beilagen à Fr. 2'500.— Fr. 50'000.—
Bannerwerbung usw. Website Fr. 30'000.— Fr. 230'000.—

Budget SDBB Fr. 350'000.—

Total jährlich wiederkehrender Ertrag **Fr. 850'900.—**

Total jährlich wiederkehrender Aufwand **Fr. 1'069'800.—**

Voraussichtlicher Fehlbetrag, ca. **Fr. 220'000.—**

Einmaliger Aufwand

Erscheinungsbild/Namen der neuen Zeitschrift
Website/Newsletter 25'000.—
Umsetzung des Erscheinungsbildes 20'000.—
Marketingkonzept /-budget 40'000.—
Kommunikationsbudget 15'000.—

Total einmaliger Aufwand **100'000.—**

6.Quellen

Folgende Abklärungen und Grundlagenpapiere bilden die Basis für den Geschäftsplan:

- Amos, J.; Biland, G.; Fleischmann, D.; Stauer, H.; Wettstein, E. (2006). Weiterentwicklung der Fachmedien für Berufsberatung und -bildung. Grundsätzliche Überlegungen.
- Stauer, H. (2007). Fachmedien für Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung: Grobkonzept und Empfehlungen zur Weiterbearbeitung. Grundlagenpapier SDBB.
- Umfrage zur Mediennutzung in der Berufs- und Studienberatung, durchgeführt im Auftrag der PIM-Kerngruppe (heute bb.ch) (2003). www.vum.ch/PIM/Project/Etape1/Module/Newsdienst.html [Stand 01. 07. 2008]
- Abklärungen im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Zeitschrift PANORAMA, durchgeführt im Auftrag der Herausgeber
- Externe Evaluationen von bbaktuell, Fachhochschule Nordwestschweiz, im Auftrag des BBT (2005). www.bbaktuell.ch/pdf/bba3496.pdf [Stand 01. 07. 2008]
- AGAB-Informationskonzept (2004).
- Informationskonzept des Verlages SVB (2005), SVB, Dübendorf.

Quellen SWOT-Analyse:

- Baumann, S.; Brändli, J. (2006). Erfolgsfaktoren für Strategic Public Management (SPM) am Praxisbeispiel der Direktion für Bildung, Soziales und Sport der Stadt Bern. Unveröffentlichte Masterarbeit Universität Bern, Bern.
- www.wissen.sfg.at [Stand 01. 07. 2008]
- www.wikipedia.ch [Stand 01. 07. 2008]

ANHANG

Anhang 1: Zusammensetzung der Arbeitsgremien

Projektgruppe

Ballenegger Christian, SDBB
Berthod Damien, FaKo Information + Verlag
Göggel Monika, SDBB
Fleischmann Daniel, Redaktor bbaktuell, PANORAMA
Keller Beatrice, SDBB
Knutti Peter, SDBB
Moser Viktor, Redaktor PANORAMA
Staufer Heinz, SDBB
Wettstein Emil, Chefredaktor bbaktuell, PANORAMA

Begleitgruppe

Arrigoni Gisela, Kanton Tessin
Duttweiler Dani, BBT, Steuergruppe bba-afpr
Epprecht Curdin, Herausgeber PANORAMA
Galliker Robert, EDK, Steuergruppe bba-afpr
Giezendanner Emil, SVB
Robert Geneviève, SECO
Rohrbach Michel, Dokumentenserver IDES
Romanutti Chester, SDBB
Weber Annette, Herausgeberin PANORAMA, Weber AG
Wenger Beat, Folio B-CH

Projektleitung

Knutti Peter, SDBB

Extern

Hübscher Bettina, projektbezogene Mitarbeit

Anhang 2

Zeitplan Projekt MOBILE

Erstellen des Geschäftsplanes für die Fachmedien SDBB

Stand 1. Juli 2008

| Datum | Aktivität |
|-------------------------|---|
| 29. Oktober 2007 | Workshop mit externen Expert/innen und Fachleuten. |
| Januar und Februar 2008 | Ergänzung des Kapitels 2 durch Heinz Staufer, Emil Wettstein und Beatrice Keller. Diskussion mit Viktor Moser. |
| 25. Februar | Sitzung mit Frau Weber, Weber Verlag. Austausch, Information über Prozess, Sichtweise Verlag PANORAMA. |
| 28. Februar | Workshop mit Projektgruppe. Themen: Stärken/Schwächen, Chancen/Risiken (Kap. 4 und 5) Weiteres Vorgehen 2. Teil. Überarbeitung 1. Teil. |
| März | Gespräche Peter Knutti mit Dani Duttweiler (BBT), Frau Robert (SECO), Beat Wenger, Robert Galliker (10.3.) Information über Projektverlauf Chester Romanutti und Jean Paul Jacquod. |
| Bis 23. März | Erster Entwurf des 2. Teiles Geschäftsplanes an Projektgruppe. |
| 27. März | Workshop mit Projektgruppe. Stossrichtung Gesamtprojekt und einzelne Medien. Erstellen 2. Teil Geschäftsplan. |
| 22. April | Dritte Sitzung mit Projektgruppe. Diskussion des 1. Entwurfes des 2. Teiles. Überarbeitung desselben. |
| 15. Mai | Vorstellen des ganzen Geschäftsplanes bei Begleitgruppe. |
| 23. Mai | Vierte Sitzung der Projektgruppe. Diskussion der 2. Version des 2. Teils des Geschäftsplanes. |
| Bis 10. Juni | Fertig stellen des Geschäftsplanes, an Leitung SDBB. |
| 24. Juni | Sitzung Fachkommission Information und Verlag SDBB. Vorstellen des ganzen Geschäftsplanes; Diskussion des Umsetzungsmodells. |
| 28. August | Sitzung Aufsichtsrat SDBB. Vorstellen des ganzen Geschäftsplanes. Allfällige Diskussion von Finanzierungsmodellen auf der Basis der Stellungnahme der Fachkommission Information und Verlag SDBB. Zweite Phase des Projektes: Planung Vorbereitungsphase 2008, Start neues System Fachmedien 2009, schrittweise Implementierung 2009- 2010. |