



food-ok.ch

«Füür und Flamme für dini Gsundheit»

Kommunikationskonzept von:

Lisa Blaser, Tanja Schönholzer, Rahel Studer, Joëlle Trüb & Jasmine Zotti

Inhalt



ANALYSE



STRATEGIE



UMSETZUNG



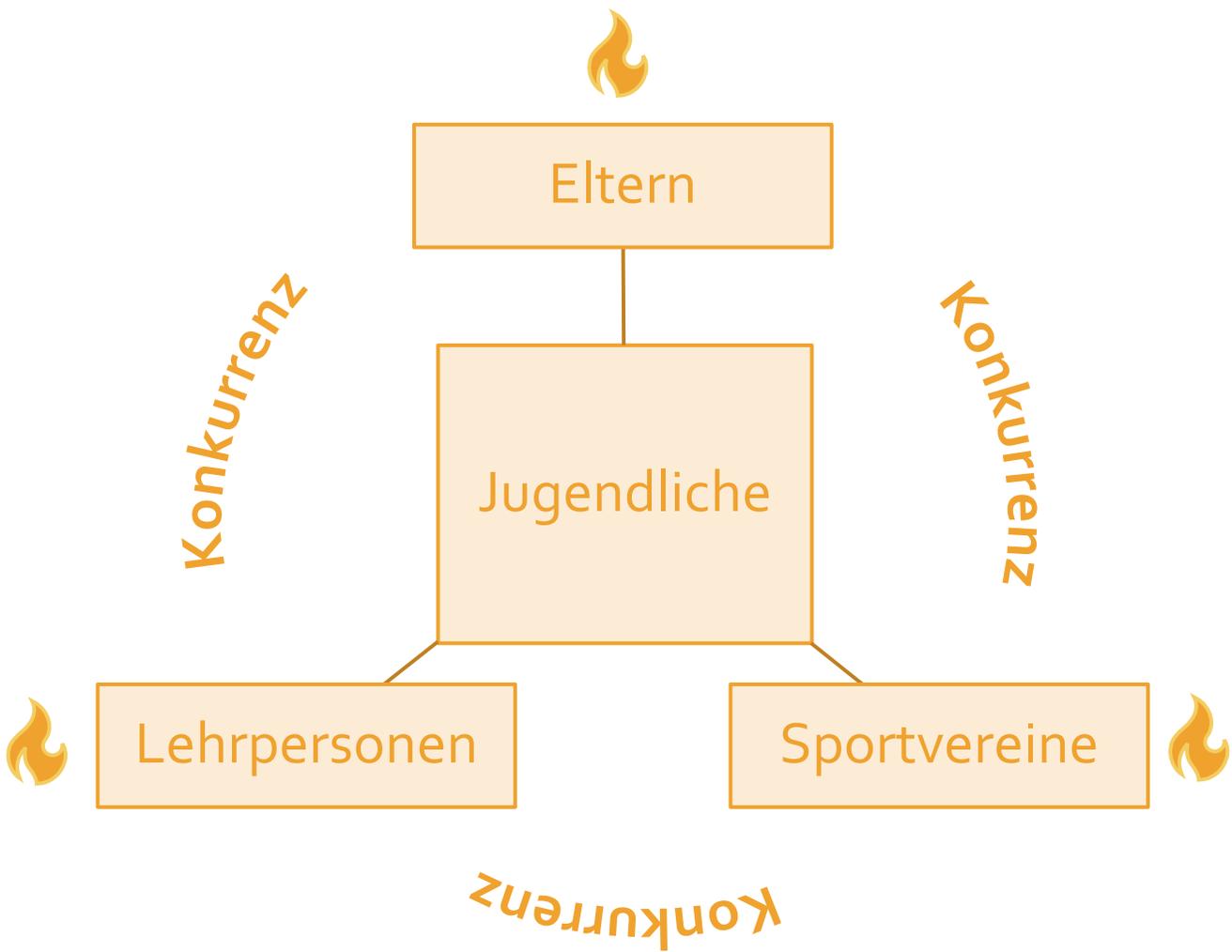
BUDGET



EVALUATION



 3 Brandherde



COOL & CLEAR

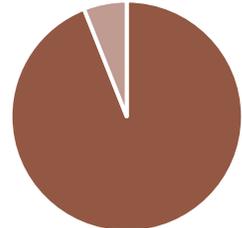
swiss olympic

147.ch macht dich stärker

PRO JUVEN TUTE

ZISCHTIG.COM SICHERHEIT + MEDIENKOMPETE

Kennst Du feel-ok.ch?



■ Nein ■ Ja



Stärken



- Zielgruppe & Multiplikatoren
- Hohe Qualität
- Didaktische Mittel

Schwächen



- Verbreitung via Printmedien
- Zu wenig bekannt
- Sportvereine vernachlässigt

Chancen



- Grosses Interesse der Eltern
- Ausbildungskontext nutzen
- Sportvereine ansprechen

Risiken



- Heisse Konkurrenz
- Kurzfristige Nutzung
- Beschränkte Ressourcen

→ Diese drei Aspekte sind zentral in unserem feurigen Kommunikationskonzept

Strategie



Dialoggruppen

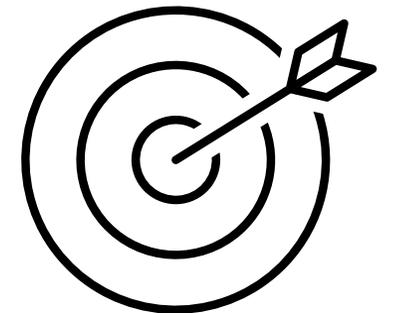
- Eltern
- Lehrpersonen
- Sportvereine





Kommunikationsziele

Hauptziele	Indikatoren	Sollwerte
Die (angehenden) Oberstufen- Lehrpersonen des Kantons Schaffhausen kennen das Angebot von feel-ok.ch.	Bis Ende 2022	60% aller Lehrpersonen im Kanton Schaffhausen kennen das Angebot von feel-ok.ch
Das Angebot von feel-ok.ch ist den Eltern der Oberstufenschüler/-innen im Kanton Schaffhausen bekannt.	Bis Ende 2022	An 80% den veranstalteten Elternabenden wurde das Programm vorgestellt
Das Angebot von feel-ok.ch ist den Sport-Vereinsleitenden des Kantons Schaffhausen bekannt.	Bis Ende 2022	Rubrik «Sportvereine» wird 100-mal über den QR-Code aufgerufen



Feurige Botschaften



Brännts? Feel-
ok.ch isch din
Durstlöscher!

Brandaktuelli
Themä!

Brännts dihei?

Füür und
für dini
Gsundheit!



Umsetzung



Massnahme 1

Feel-ok.ch an den pädagogischen Hochschulen des Kantons Schaffhausen vorstellen





Massnahme 2

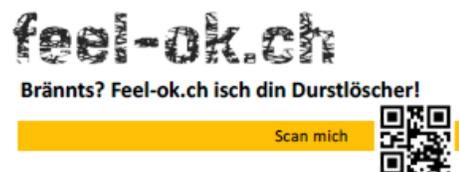
Feel-ok.ch an den Elternabenden in den Oberstufenzentren des Kantons Schaffhausen vorstellen





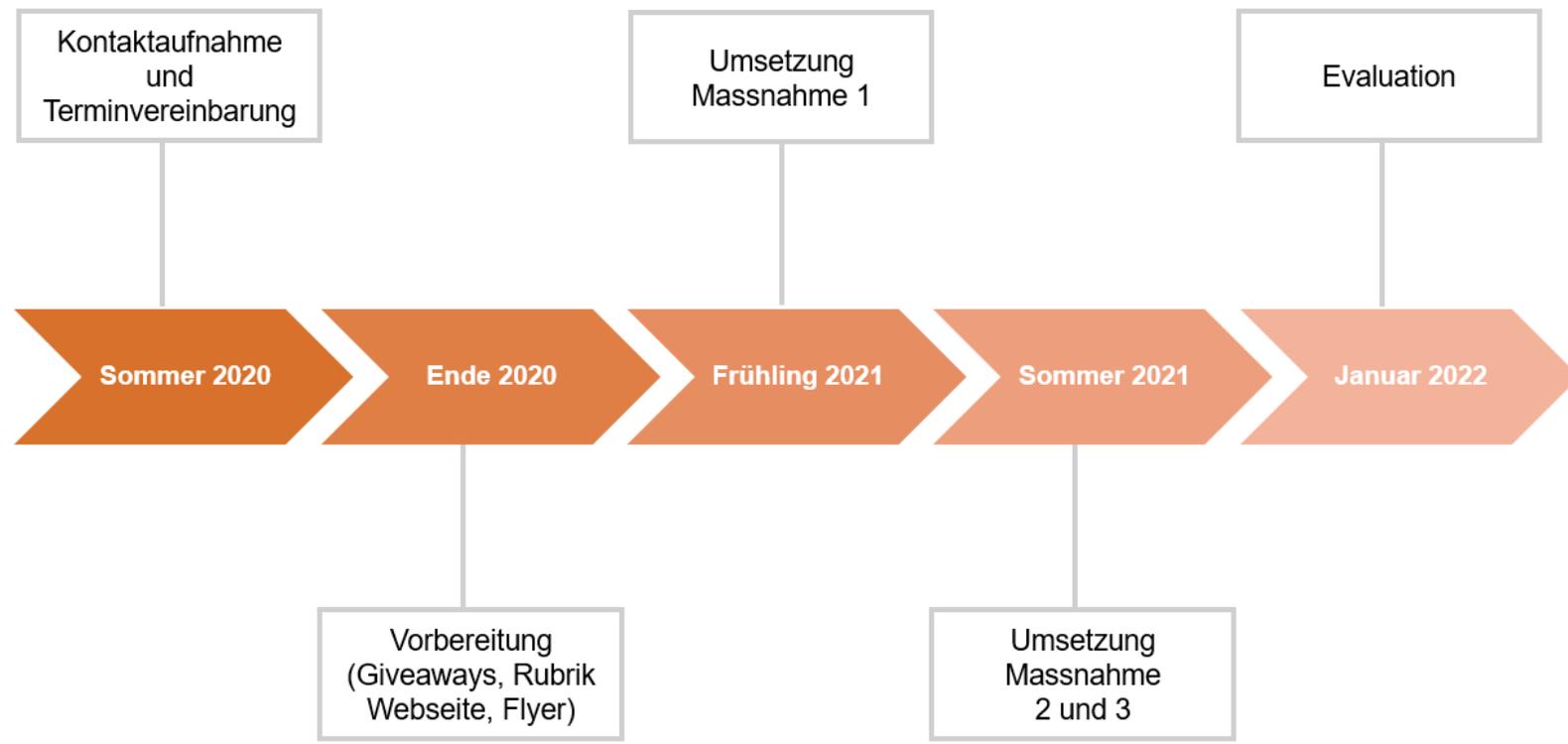
Massnahme 3

Feel-ok.ch am J + S Grundkurs vorstellen und bei Vereinsleitenden bekannt machen





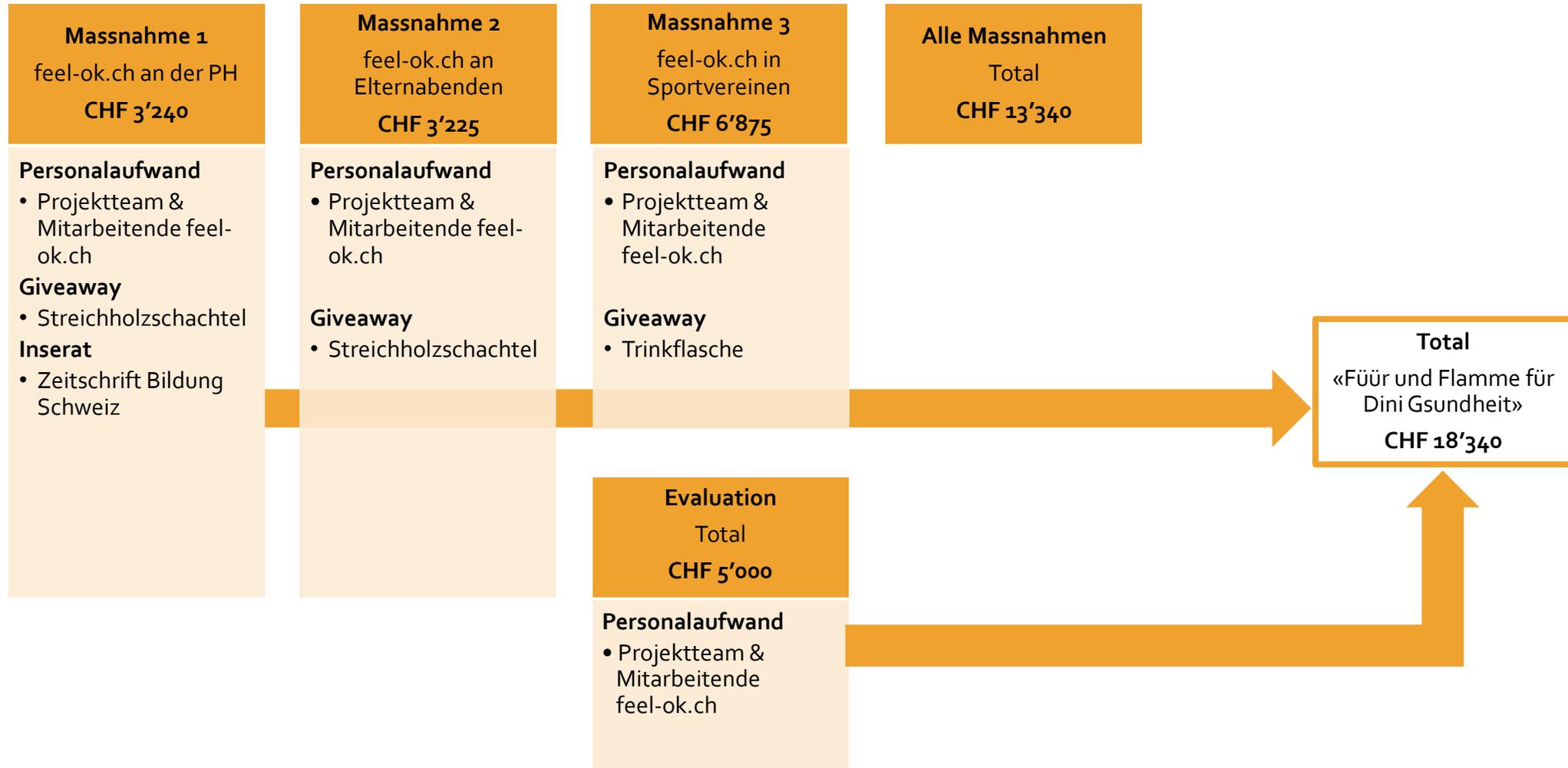
Zeitlicher Ablauf



Budget



Budget





Evaluation

Massnahme 1

feel-ok.ch an der PH

- **Quantitativ:**
 - Messung Anzahl Klicks in der Rubrik «Lehrpersonen» → QR Code
 - Schriftliche Online Befragung

Massnahme 2

feel-ok.ch an
Elternabenden

- **Qualitativ:**
 - Einzelinterviews mit Lehrpersonen
- **Quantitativ:**
 - Messung Anzahl Klicks in der Rubrik «Eltern» → QR Code

Massnahme 3

feel-ok.ch in
Sportvereinen

- **Qualitativ:**
 - Fokusgruppe mit Vereinsleitenden
- **Quantitativ:**
 - Messung Anzahl Klicks in der Rubrik «Sportvereine»

→ Die Datenquelle der quantitativen Methoden jeweils die Nutzungsstatistik von feel-ok.ch



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!