

## **Ziele**

Stakeholder sind stolz auf das BBZ BL und identifizieren sich mit dem BBZ BL.

Mitarbeitende sind zu jeder Zeit auf dem aktuellen Informationsstand.

Das BBZ BL und seine Angebote sind bei den Lehrbetrieben und der Wirtschaft verankert.

Stakeholder wissen, dass das BBZ BL ein zuverlässiger Bildungspartner ist, der qualitativ hochstehende Leistungen erbringt.

Der Brand «BBZ BL» ist in der Öffentlichkeit positioniert und mittelfristig etabliert.

Steigerung der Präsenz in der Öffentlichkeit.

## **Kommunikationsleitsätze**

Es wird eine permanente Kommunikation gegen innen und aussen aufgebaut.

Die Kommunikation erfolgt von innen nach aussen.

Die Kommunikation erfolgt zeitgerecht und widerspruchsfrei.

Wir kommunizieren aktiv und partizipativ.

Die Kommunikation ist systematisch und koordiniert sowie einheitlich gegenüber allen Zielgruppen.

Die Strategie baut auf der Vision und dem Leitbild auf.

Es wird mit einer Stimme kommuniziert. GIBL und GIBM kommen in der künftigen Kommunikation nicht mehr vor.

Die Kommunikation erfolgt medien- und zielgruppengerecht.

Die Kommunikation ist inhaltlich und gestalterisch professionell.

Die Massnahmen sind aufeinander abgestimmt und folgen einer zeitlichen und thematischen Agenda.

Unsere Kommunikation hat eine positive Grundhaltung. Sie unterstützt die konstruktive Zusammenarbeit aller Beteiligten. Das BBZ BL pflegt eine Kultur des direkten Austauschs. Wir setzen uns ein für einen guten Ruf und eine hohe Bekanntheit der Schule.

Die Kommunikation ist systematisch und koordiniert sowie einheitlich gegenüber allen Zielgruppen.

Die Information ist fair, vollständig, transparent, glaubwürdig, offen und ehrlich.

Die Mitarbeitenden und die Schulleitung sind Imagerträger und Botschafter der Schule.

Die Kommunikation fördert eine Kultur des Vertrauens, der Toleranz und des Respekts.

Wir fördern die Vernetzung aller Akteure.

Als Teil der Gesellschaft ist es unsere Aufgabe, aktiv zu kommunizieren und Rechenschaft abzuliefern.

Wir suchen den Dialog mit unseren Stakeholdern und warten nicht, bis dass wir kontaktiert werden.