

Kommunikationskonzept

Projekt A1.12 eUmzugCH

eUmzugCH kommt!

Empfänger:
Informatiksteuerungsorgan des Bundes ISB
Geschäftsstelle E-Government Schweiz
Stephan Rötlisberger
Schwarztorstrasse 59
CH-3003 Bern

Absender:
confident gmbh
Dominique Walser
Senta van de Weetering
Hard 5
8408 Winterthur

3 Management Summary

6 Einleitung

Ausgangslage
Aufgabenstellung
Vorgehen

8 Grundsätze und Ziele

11 Phasen der Kommunikation

Aufgleisen
Vorbereitung
Einführung
Verbreitung

31 Name und Logo

36 Ergänzungen

37 Anhang

Kommunikationsmittel

Bedürfnisse, Erwartungen und
Befürchtungen, Dokument

Recherche Markenname und
Markenzeichen

Workshop

Management Summary

Mit eUmzugCH erhalten EinwohnerInnen die Möglichkeit, sich bei einem Umzug innerhalb der Schweiz online am bisherigen Wohnort ab- und am neuen anzumelden. Über die gleiche Anwendung können sie ihre Umzugsmeldung an Banken, Versicherungen etc. und an ihren gesamten Freundeskreis verschicken. Je mehr teilnehmende Gemeinden wir dafür gewinnen können, desto attraktiver wird der Service für die Nutzer.

Das vorliegende Kommunikationskonzept für eUmzugCH gliedert sich in drei Schwerpunkte:

1. Grundlagen und Inhalte

Wenn wir über die Möglichkeiten von eUmzugCH informieren, lesen die einen Empfänger dies als Erleichterung der Administration, andere jedoch stufen es als eine zusätzliche Gefahr für Datenmissbrauch ein. Was eine Gemeinde als innovativen und attraktiven Service für ihre Einwohner betrachten, sehen andere als Gefahr für hohe Investitionen oder als Ankündigung einer Effizienzsteigerung und somit eines möglichen Stellenabbaus.

Die Kommunikation muss diesen Befürchtungen entgegentreten und Vertrauen schaffen. Das setzt in allen Bereichen Offenheit und Transparenz voraus. Eine weitere vertrauensbildende Massnahme, vor allem im Hinblick auf die Gemeinden, ist die Personalisierung des Projektes: Es braucht einen «Herrn eUmzugCH» oder eine «Frau eUmzugCH» – eine Person, welche das Projekt an Veranstaltungen vertritt. Sie ist Ansprechperson und Absender auf sämtlichen Informationsmaterialien.

Grundlage für die Kommunikation bilden der Service und das Geschäftsmodell. Diese müssen deshalb den im vorliegenden Konzept aufgeführten Grundsätzen wie Transparenz, Sicherheit und Einfachheit vollumfänglich entsprechen. So werden wir auf die erwähnten Befürchtungen eine glaubwürdige Antwort haben und bei den verschiedenen Zielgruppen Offenheit, Neugier und Begeisterung wecken können.

2. Vorgehen und zeitlicher Ablauf

Die Ansprechgruppen und Botschaften ändern im Verlauf des Aufbaus von eUmzugCH. Damit stellen wir sicher, dass die Kommunikation die Projektentwicklung optimal begleitet und unterstützt.

Im Vorfeld muss das Projektteam in persönlichen Kontakten Unternehmen gewinnen, welche an verifizierten Umzugsmeldungen von eUmzugCH interessiert sind. Erst dann können verbindliche Aussagen zum Finanzierungsmodus gemacht werden können.

Einige Monate vor der Einführung wird der Service durch Mitglieder des Projektkernteam und der Projektbegleitgruppe an verschiedenen Veranstaltungen angekündigt (Datenschützer für Datenschützer, Mitarbeiter Einwohnerdienste bei Mitarbeitern Einwohnerdienste etc.). Aufbauend auf dieser Beziehung mit Gleichgesinnten soll ein Vertrauen geschaffen und der Dienstleistung ein Gesicht gegeben werden.

Während der Einführung muss ein direkter Kontakt zwischen eGovernment und den Gemeinden bestehen, damit mögliche Hürden schnell genommen werden können und der Service zügig eingeführt werden kann. Die Softwareanbieter für die Gemeinden spielen hier eine wesentliche Rolle; sie tragen den Service zu den Gemeinden. Eine entsprechende Präsentation und ein Flyer soll sicherstellen, dass eUmzugCH den Gemeinden im Sinne von eGovernment präsentiert wird. Sobald der neue Service in einer Gemeinde eingeführt ist, übernimmt die Gemeinde die Kommunikation mit den EinwohnerInnen auf ihren Kanälen. Von Seiten des Projektes werden dafür auf Wunsch ebenfalls Kommunikationsmittel zur Verfügung gestellt.

Ist eUmzugCH bei einer ausreichenden Anzahl Gemeinden eingeführt, erhält die Dienstleistung eine Eigen-dynamik: Die Anwender selber werden sich bei einer Umzugsmeldung für die Verbreitung einsetzen, indem sie die Umzugsmeldung von eUmzugCH an ihre Kontakte versenden werden.

3. Markenstrategie

eGovernment bietet mit eUmzugCH ihre erste Online-Dienstleistung für EinwohnerInnen der Schweiz an. Weitere sollen folgen. Dieser Strategie entsprechend schlagen wir eine klare Anbindung des Services an die Dachmarke eGovernment vor. Diese schafft die Basis, zukünftig noch weitere folgende Services ebenso zu integrieren und damit zu einem gesamten Angebot des Bundes lesbar zu machen.

Einleitung

Ausgangslage

Ein Umzug ist naturgemäss eine aufwändige Angelegenheit – es gilt vieles zu tun, zu bedenken, zu erledigen. Und die Zeit wird dabei meistens knapp. Das Projekt A1.12. eUmzugCH vereinfacht für die Umziehenden eine Aufgabe, die zum Wohnungswechsel gehört: Die Abmeldung am einen, die Anmeldung am neuen Ort. Zusätzlich bietet die Dienstleistung eine weitere Erleichterung: Formalitäten wie Umzugsmeldungen an Banken, Versicherungen und sogar Freunde sollen bei einem Umzug innerhalb der Schweiz im gleichen Arbeitsgang wie die An- und Abmeldung daheim am eigenen Computer erledigt werden können.

Noch ist es nicht so weit; die technischen Voraussetzungen werden im Moment erarbeitet, Lösungskonzept und Geschäftsmodell sind in Vorbereitung. Parallel dazu haben wir das Kommunikationskonzept entwickelt. Naturgemäss müssen die drei Papiere noch auf einander abgestimmt werden.

Aufgabenstellung

Für das Kommunikationskonzept galt es zunächst, die Stakeholder und ihre jeweiligen Bedürfnisse zu identifizieren und in einem zweiten Schritt die Absender und Informationswege der Kommunikation zu definieren – kurz: die klassischen W-Fragen zu beantworten: Wer gibt wem wann auf welchem Weg welche Information? Wer soll ab wann welche Information wo finden können?

Dieses Dokument enthält die Ergebnisse unserer Recherche und der daraus abgeleiteten konzeptuellen Arbeit. Es ist eine Auslegung für die Kommunikation mit den Gemeinden, die für die Beteiligung an eUmzugCH gewonnen werden sollen, mit den Unternehmen, die für das Geschäftsmodell wesentlich sein werden, mit den Politikern, die Resultate der Bemühungen im Rahmen eGovernment sehen wollen, und mit den Einwohnerinnen und Einwohnern, denen die Dienstleistung eUmzugCH zuletzt zu Gute kommen soll.

Vorgehen

Wir haben drei zeitlich aufeinander folgende Phasen definiert, da die Einführung von eUmzugCH schweizweit eine längere Zeit in Anspruch nehmen wird und sich das Informationsbedürfnis in dieser Zeit wandelt.

Wie die Nutzerinnen und Nutzer auf der Plattform geführt werden, ist eng mit der gewählten Lösung verknüpft. Hier bieten wir gerne Hilfestellung an, doch ist das Thema nicht Teil des Konzepts. Die Kommunikation mit Stakeholdern, die in die Entwicklung von Lösungskonzept und Geschäftsmodell einbezogen sind (Software-Anbietern, Vertreter von Umzugsmeldungsabnehmern oder Datenschützer) ist ebenfalls nicht Bestandteil. In einigen Kantonen braucht es möglicherweise eine Gesetzesänderung, damit die elektronische Abwicklung der Ab- und Anmeldung möglich wird. Dies betrachten wir als politische Frage und nicht als Gegenstand des Kommunikationskonzepts.

Im ersten Schritt ging es uns darum, die verschiedenen Stakeholder zu eruieren und möglichst viel über ihre Haltung gegenüber dem Projekt sowie ihre Erwartungen und Befürchtungen herauszufinden. Zu diesem Zweck führten wir an der Begleitgruppensitzung vom 14. März einen Workshop mit Vertretern verschiedener Stakeholder durch, der eine gute Grundlage gab. Die Resultate liessen wir in strukturierter Form per E-Mail den Mitgliedern des Kernteams zukommen, die sie ergänzten. Schliesslich führten wir zwei telefonische Interviews mit Leiterinnen der Einwohnerkontrolle von Gemeinden mit jeweils ca. 8'500 EinwohnerInnen. Sie hatten bis jetzt mit dem Projekt nichts zu tun – womit sie in einem wesentlichen Punkt unserem Zielpublikum auf Seiten der Gemeinden entsprechen. Ihnen schickten wir die Fragen im Vorfeld zu, so dass sie sich vor dem Telefoninterview bereits Gedanken machen konnten.

In den Gesprächen hat sich gezeigt, dass die Fragen und Bedenken sehr schnell sehr konkret werden. Vielfach handelt es sich dabei um Themen, die nicht erst in der Kommunikation berücksichtigt werden können, sondern die bereits ins Lösungskonzept integriert sein müssen. Aus diesem Grund haben wir bereits am 31. Mai dem Kernteam eine Zusammenfassung unserer Gespräche übergeben. Sie befindet sich im Anhang.

Auf der Grundlage dieser Recherche entwickelten wir einen Vorgehensvorschlag dessen erste Version wir am 31. Mai dem Projektkernteam präsentierten. Input dieser Sitzung floss auch in die Version ein, die der Projektausschuss am 14. Juni per E-Mail erhielt, damit wir dessen Feedback wiederum ins vorliegende Konzept einbauen konnten.

Grundsätze und Ziele

Anliegen und Bedürfnisse der EinwohnerInnen

Die Dienstleistung eUmzugCH muss in erster Linie den EinwohnerInnen, zu Gute kommen. Für die Lösungsentwicklung und die Kommunikation stellen sich zahlreiche Aufgaben und Probleme, die zwar vordringlich gelöst werden müssen, jedoch mit den NutzerInnen direkt nichts zu tun haben. Umso wichtiger ist es, sich im gesamten Prozess immer wieder vor Augen zu halten:

Damit die Dienstleistung erfolgreich eingeführt werden kann und von den Einwohnern genutzt wird, müssen die Anliegen und Bedürfnisse der EinwohnerInnen im Vordergrund stehen: Eine einfach zu handhabende Dienstleistung und Sicherheit für ihre Daten.

Vertrauen vermitteln

In Interviews mit Mitarbeitenden verschiedener Einwohnerdienste hat sich Skepsis vor allem in zwei Bereichen bemerkbar gemacht: bei der Qualität der Daten und beim Datenschutz. Dies sehr berechtigt, geht es doch im Projekt A1.12 um persönliche Daten.

Vertrauen zu vermitteln ist deshalb das A und O der gesamten Kommunikation. Dieser Aspekt muss von der Entscheidung für den Absender der Kommunikation über den visuellen Auftritt und die Aufbereitung der Inhalte alle Aspekte durchdringen.

Glaubwürdiger Absender

Für wie vertrauenswürdig eine Nachricht gehalten wird, hängt wesentlich vom Absender ab. In der Kommunikation mit den Gemeinden braucht es deshalb eine glaubwürdige Instanz, die dafür bürgt, dass die Daten und die Dienstleistung sicher sind. Eine weitere vertrauensbildende Kommunikationsmassnahme ist die Personalisierung des Projektes.

Es gibt eine Ansprechperson für alle Fragen (sie muss nicht alles beantworten können, aber wissen, wer die Antwort geben kann). Sie stellt das Projekt an Veranstaltungen vor, ihre E-Mail-Adresse wird in der Kommunikation angegeben.

Diese Person ist strukturell bei eGovernment angesiedelt, hat auch eine entsprechende E-Mail-Adresse und kommuniziert im Auftritt von eGovernment.

Die Dienstleistung eUmzugCH wird in die Website von eGovernment eingebaut. Das stärkt ihre Vertrauenswürdigkeit und hat den positiven Effekt, dass eGovernment mehr Präsenz verschafft wird.

Transparente Kommunikation

In Zeiten von Facebook, Supercard und Kummuspunkten legen die kommunalen Einwohnerdienste ebenso grossen Wert auf datenschutzrechtliche Aspekte wie die EinwohnerInnen selbst. Deshalb ist der Datensicherheit eine entsprechende Bedeutung zuzumessen. Es sollen keine grundlegende, datenschutzrechtlichen Einwände gegen das Angebot gemacht werden können. Diese Sicherheit kann nur eine transparente Kommunikation vermitteln.

Die Informationen darüber, wem die Datensätze gehören, wo sie gelagert sind und wer dazu Zugang hat, sind Teil der offensiven Kommunikation den Gemeinden gegenüber. Wenn Einwohner das Angebot nutzen wollen, so müssen sie sich leicht darüber informieren können, ob und wie die Daten von eUmzugCH gespeichert werden.

Für die NutzerInnen muss klar werden, dass die beiden Operationen «An- und Abmelden» und «Umzug melden» von einander getrennt sind. Weder die Bank hat Einblick in die Daten der Gemeinde, noch benötigt die Gemeinde die Kontaktadressen der Einwohner.

Timing: Dann sprechen, wenn wir etwas zu sagen haben

Die Mitarbeitenden der Einwohnerdienste, die wir in Vorbereitung auf dieses Konzept interviewt haben, kamen in ihren Äusserungen immer sehr schnell auf konkrete Fragen zu sprechen. Wenn diese nicht beantwortet werden können, wird es auch nicht gelingen, Vertrauen für den Service aufzubauen.

Deshalb ist das Timing wichtig: Breit gestreut dürfen die Informationen erst dann werden, wenn es auf präzise Fragen präzise Antworten gibt. Da die Kommunikation eines Angebotes auch ein Bedürfnis danach schafft, muss eine verbindliche Zeitplanung für die Einführung feststehen und die Sicherheit bestehen, dass sie eingehalten werden kann.

Ein detaillierter Kommunikationsplan soll das Zusammenspiel und das Abstimmen der Aktionen sicherstellen.

Stakeholder

In das Projekt sind viele verschiedene Stakeholder mit unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen involviert. Die Projektleitung hat Vertreter verschiedener Gruppen für die Projektentwicklung früh ins Boot geholt.

Für die Kommunikation erweist sich dies als Vorteil, da diese Personen nun für ihre jeweilige Gruppe als Garant dienen können. Niemand ist zum Beispiel besser geeignet, Datenschützer zu überzeugen, als ein Datenschützer selber.

Die Lösung der Zukunft

Einzelne Softwareanbieter haben bereits Möglichkeiten zur elektronischen Umzugsmeldung entwickelt. Diese werden sie möglicherweise nicht einfach aufgeben wollen. Die Kommunikation muss hier vermitteln, dass die Lösung von eUmzugCH in der Schweiz die Zukunft sein wird.

Dreisprachigkeit

Dass Kommunikation dreisprachig erfolgt, versteht sich in der Schweiz von selbst.

Phasen der Kommunikation

Wir stellen im folgenden den Verlauf der Kommunikation in vier Phasen gegliedert dar. Diese sind in Realität nicht immer scharf zu trennen, manche Veränderungen geschehen fließend. Die Unterteilung hilft, den jeweiligen Kommunikationsbedarf klar zu definieren. Veränderungen des Projektstandes werden damit optimal genutzt und die Übersichtlichkeit gewährleistet. So setzen wir innerhalb einer Phase einen Fokus und behalten diesen im Auge.

Im Vorfeld müssen Unternehmen, die an aktuellen, verifizierten Umzugsmeldungen interessiert sind, angesprochen und die Software-Anbieter für das Projekt gewonnen werden. Diese Phase gehört zur Projektentwicklung und noch nicht zur externen Kommunikation. Wir haben sie deshalb als Phase 0 ins Konzept einbezogen.

Phase 0: Aufgleisen

An aktuellen, verifizierten Umzugsmeldungen interessierte Unternehmen und Software-Anbieter werden im Vorfeld für das Projekt gewonnen.

Phase 1: Vorbereitung

Ankündigen der Einführung

In dieser Phase wird der Rollout vorbereitet.

Phase 2: Einführung

Motivieren zur Teilnahme

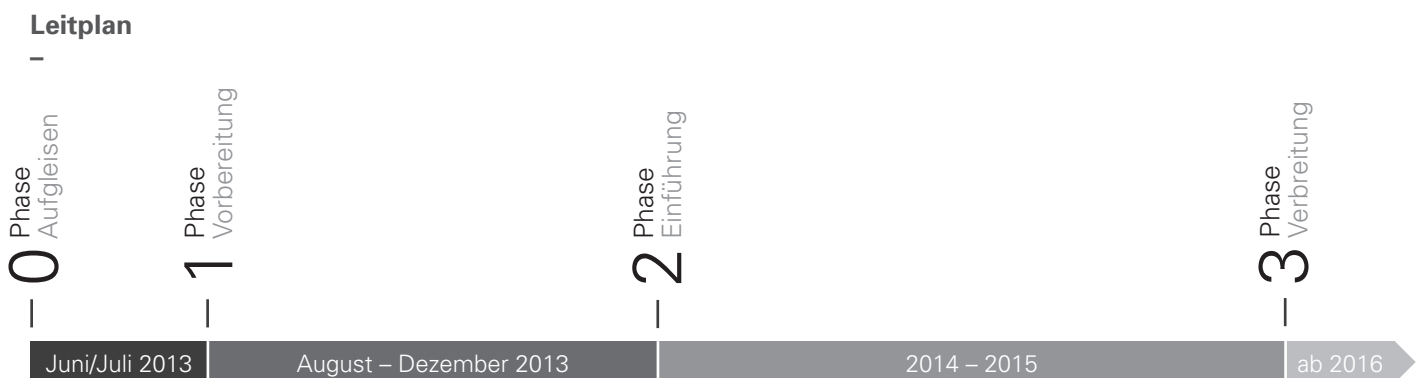
In der zweiten Phase geht es um die effektive Einführung in möglichst vielen Gemeinden.

Phase 3: Verbreitung

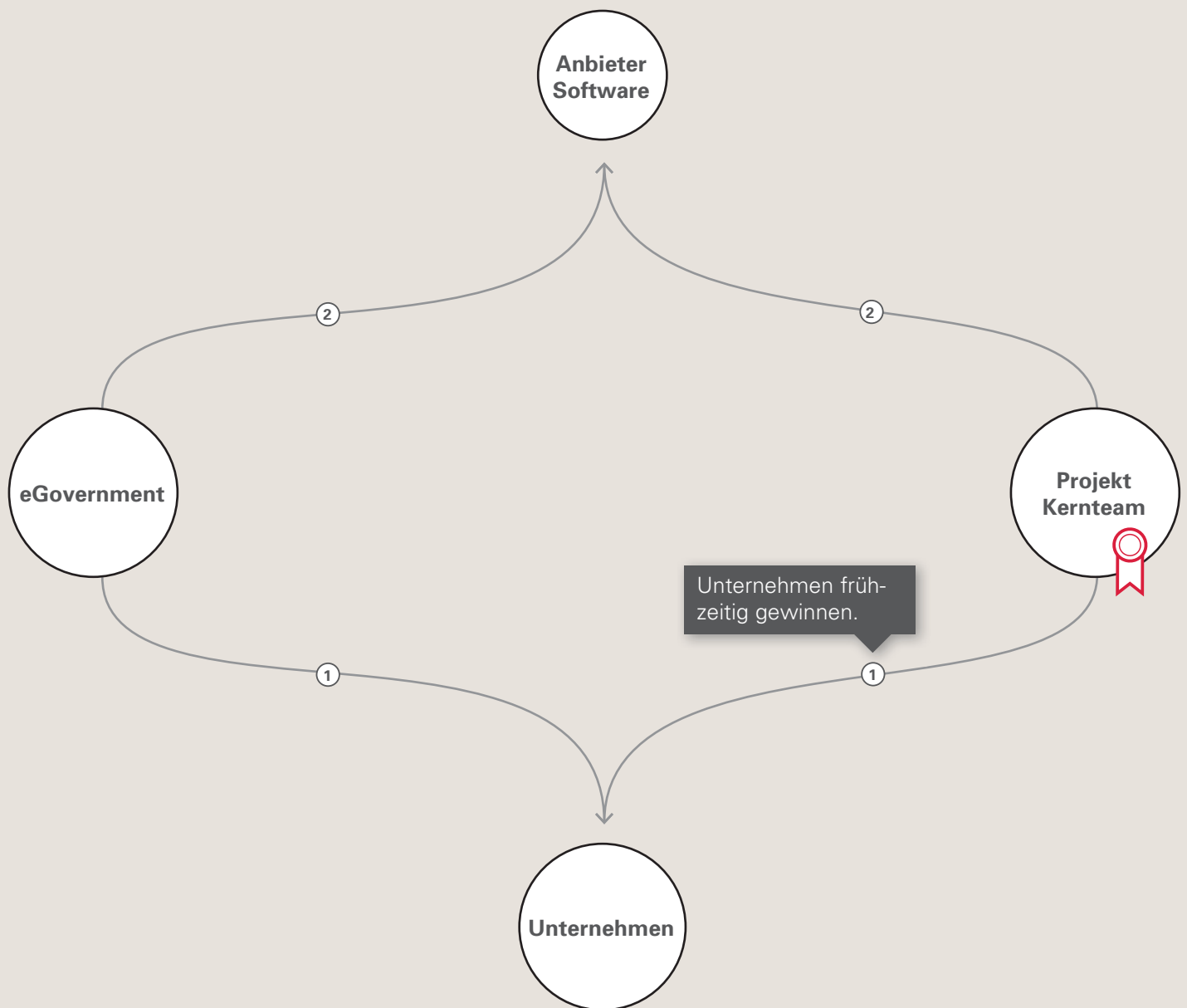
Etablieren der Dienstleistung

In der dritten Phase ist es das Ziel, die noch verbleibenden Gemeinden für eine Beteiligung zu gewinnen sowie die EinwohnerInnen über das Angebot zu informieren und für die Nutzung zu motivieren.

Manche Massnahmen werden sinnvollerweise über das Ende einer Phase hinaus weitergeführt, andere beginnen in gewissen Gemeinden zu einem jeweils anderen Zeitpunkt.



«eUmzugCH ist für
Sie eine Chance –
machen Sie mit!»



①

Persönliche Meetings
PP-Präsentationen
Factsheet

②

Persönliche Meetings
PP-Präsentationen
Factsheet



Treibende Kraft

0 Phase Aufgleisen

Zwei Voraussetzungen müssen erfüllt sein, bevor wir auf die Gemeinden zugehen. Ziel dieser Phase ist es, diese sicherzustellen.

Ziele

Eine ausreichende Anzahl Unternehmen hat für eine Beteiligung an eUmzugCH zugesagt.

Die grossen Software-Anbieter sind mit im Boot.

Zeitpunkt

Ab sofort. Kernbotschaften: «eUmzugCH ist für Sie eine Chance – machen Sie mit!»

Zielgruppen

Unternehmen als Empfänger verifizierter Adressen (im Folgenden einfach «Unternehmen» genannt), Software-Anbieter

Treibende Kraft

Projektkernteam

Voraussetzungen:

1. Die Software-Anbieter können eine Anbindung an die Lösung «ihrer» Gemeinden gewährleisten und sind bereit, den Gemeinden die neue Dienstleistung zu empfehlen.

2. Das Geschäftsmodell sieht eine Finanzierung durch Unternehmen wie z.B. Versicherungen, Krankenkassen und Banken vor. Dies geschieht, indem die Unternehmen für verifizierte Umzugsmeldungen bezahlen, die ihnen die Kunden durch eUmzugCH zukommen lassen. Für die Gemeinden werden die Kosten bei der Entscheidung für oder gegen eUmzugCH eine wesentliche Rolle spielen. Deshalb ist es zwingend, dass eine ausreichende Anzahl Unternehmen tatsächlich bereit ist, sich an dem Projekt zu beteiligen, bevor wir auf die Gemeinden zugehen.

Verantwortlich dafür, diese beiden Voraussetzungen zu schaffen, ist das Projektkernteam.

Diese Kommunikationsphase gehört in Bezug auf die Software-Anbieter zur Lösungsentwicklung und in Bezug auf die Unternehmen zum Geschäftsmodell; sie folgt nur beschränkt der Logik externer Kommunikation, da die Überzeugungsarbeit und die Verhandlungen wesentlich in face-to-face-Gesprächen stattfinden.

Schritt 1

Unternehmen kontaktieren

-
- Sender:
Projektkernteam
-
- Empfänger:
Unternehmen (die konkrete Ansprechperson muss jeweils ermittelt werden)
-
- Botschaften:
«Mit eUmzugCH erhalten Sie verifizierte Umzugsmeldungen und sparen damit aufwändige Recherchearbeit.»
-
- Kanäle:
Persönliche Meetings mit den Verantwortlichen in den Unternehmen.
-
- Kommunikationsmittel:
PP-Präsentation, Factsheet
-
- Inhalte:
Information zu den Leistungen von eUmzugCH, Trägerschaft, Geschäftsmodell, zum Schutz der Daten und zu den Vorteilen verifizierter Umzugsmeldungen.
-

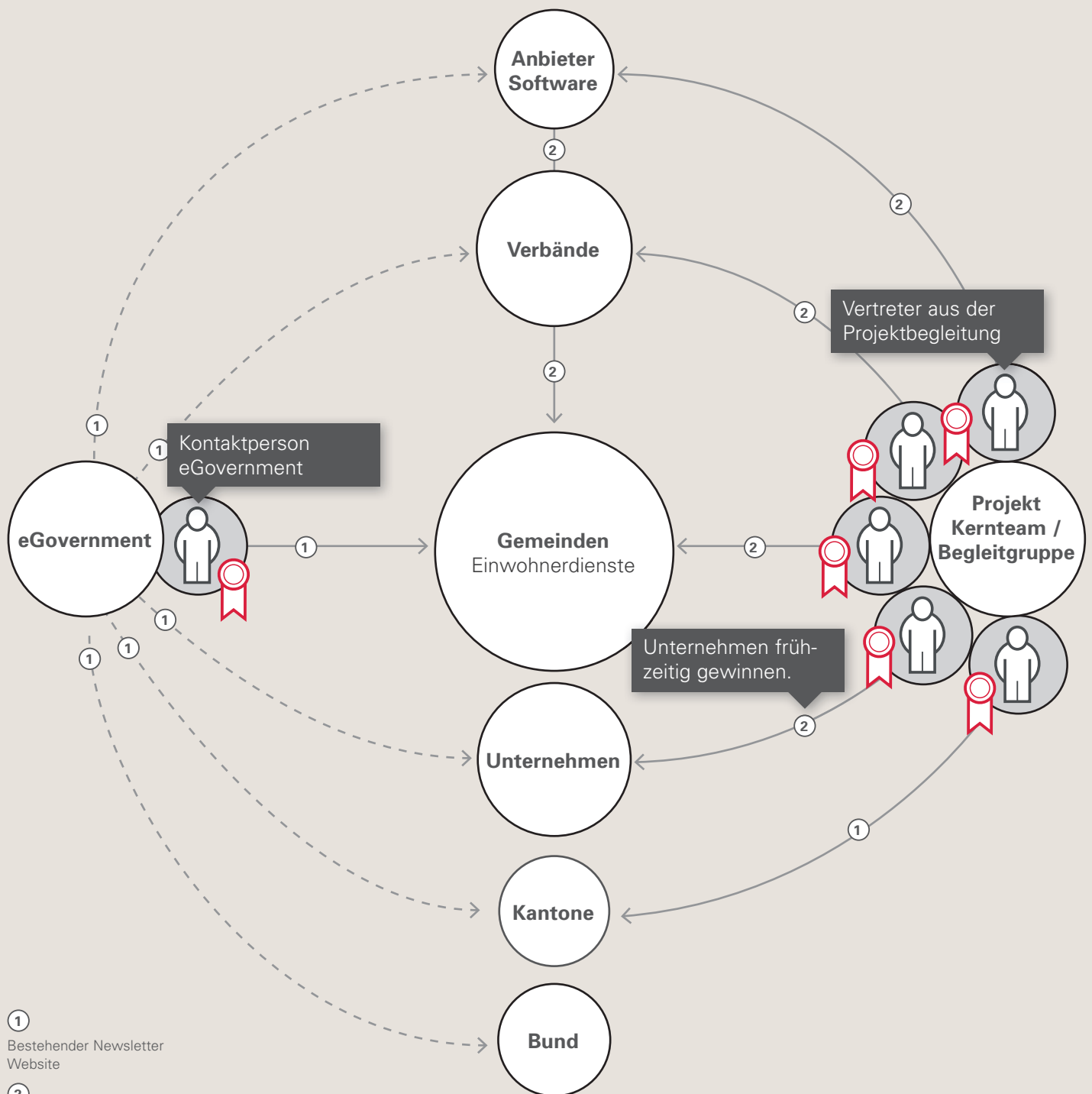
Vorbereitend muss eine ausreichende Anzahl Unternehmen gewonnen werden, damit das Geschäftsmodell zum Laufen kommt. Weitere Unternehmen können im Laufe der nächsten Phasen dazukommen; dieser Schritt endet also nicht mit der Vorbereitung.

Schritt 2

Software-Anbieter kontaktieren

-
- Sender:
Projektkernteam
-
- Empfänger:
Software-Anbieter
-
- Botschaften:
«eUmzugCH ist die Lösung, die sich in der Schweiz durchsetzen wird. Für Euch ist es eine Chance, Euer Angebot für Eure Gemeinde-Kunden auszuweiten.»
-
- Kanäle:
Persönliche Meetings mit den Verantwortlichen in den Unternehmen.
-
- Kommunikationsmittel:
PP-Präsentation, Factsheet
-
- Inhalte:
Information zu den Leistungen von eUmzugCH, zu Trägerschaft, Lösungskonzept, Geschäftsmodell und Datenschutz. Technische Informationen für die Anbindung von eUmzugCH an die bestehenden Lösungen.
-

«2014 startet
eUmzugCH.
Informieren
Sie sich!»



①
Bestehender Newsletter
Website

②
Veranstaltungen
Gastauftritte
Persönliche Meetings


Treibende Kraft

1 Phase Vorbereitung

In der Vorbereitungsphase werden die Gemeinden und beteiligte Verwaltungsstellen positiv auf eUmzugCH eingestimmt. Treibende Kraft und Absender ist hier eGovernment zusammen mit dem Projektkernteam und der Begleitgruppe.

Ziele

Das positive Interesse von allen Seiten ist geweckt, es besteht ein klares Bild von den Leistungen, die eUmzugCH anbietet.

Bund und Kantone wissen, dass die Investitionen in eGovernment Früchte tragen.

Die Datenschützer und andere potenziell kritische Instanzen stehen hinter dem Projekt.

Die Verbände (Einwohnerdienste, Gemeinde- und Stadtverbände etc.) sind bereit, die Kommunikation von eUmzugCH zu unterstützen.

Weitere Unternehmen registrieren sich für den Erhalt von verifizierten Umzugsmeldungen.

Zeitpunkt

Ca. 5 Monate vor Beginn der Einführung. Parallel zur Evaluation des Pilots, wenn der Zeitplan der Einführung steht und sicher ist, dass er eingehalten werden kann.

Kernbotschaft

«2014 startet eUmzugCH. Informieren Sie sich!»

Zielgruppen

Gemeinden (Einwohnerdienste und Politiker), Bund und Kantonale Ämter, Datenschützer, Verbände, Unternehmen

Treibende Kraft

eGovernment mit Projektkernteam / Begleitgruppe

Wie unsere Recherche im Vorfeld gezeigt hat, wurden Fragen auf Seiten der Gemeinden sehr konkret. Deshalb beginnt die erste Phase, in der breit kommuniziert wird, erst zu einem Zeitpunkt, an dem Antworten darauf auch bereitstehen.

Das Schwergewicht liegt in dieser Phase auf der Kommunikation mit den Gemeinden. Ihr Interesse soll jetzt bereits geweckt werden, damit sie einige Monate später für die konkrete Einladung zur Teilnahme empfänglich sind – es braucht mehrere Begegnungen mit einem Thema, bis es zur Kenntnis genommen wird.

eGovernment hält die Kontrolle über die Kommunikation in der Hand – sei es an Veranstaltungen oder als Absender des eigenen Newsletters und Information auf der Website.

Dank der Projekt-Begleitgruppe sind viele verschiedene Berufsgruppen bereits in die Entwicklung des Lösungskonzeptes involviert.

Dies sorgt für eine breite Abstützung und soll auch für die Kommunikation genützt werden: Die Mitglieder der Begleitgruppe können ihren Kolleginnen und Kollegen die neue Dienstleistung als Peers weiterempfehlen.

Auf Seiten von eGovernment braucht es eine Ansprechperson, die möglichst sichtbar ist, und deren Kontakt auf allen Medien angegeben wird. Durch die Personifizierung ist eUmzugCH keine anonyme und abstrakte Grösse mehr, sondern ein reales Projekt, hinter dem Menschen stehen. Das unerlässliche Vertrauen in das Projekt und vor allem den vorsichtigen Umgang mit den Daten, lässt sich so leichter herstellen. Die Ansprechperson muss deshalb über ausreichende zeitliche Ressourcen verfügen.

Kontakte zu Unternehmen und zu Software-Anbieter werden in dieser Phase weiterhin gepflegt und ausgebaut.

Schritt 1

Infos auf Website eGovernment hinterlegen

–
Sender:
eGovernment (die Informationen kommen vom Projektkernteam)
–
Empfänger:
Interessierte aus Gemeinden, Unternehmen, Kantonen etc.
–
Botschaften:
«eUmzugCH ist in Vorbereitung, der Terminplan für die Einführung steht fest.» «Das Projekt ist gut durchdacht und breit abgestützt.» «eUmzugCH ist eine einwohner-nahe Dienstleistung.» «Die Daten sind sicher, die Datenqualität ist gewährleistet.»
–
Kanal:
Website von eGovernment
–
Kommunikationsmittel:
Website
–
Inhalte:
Information zu den Leistungen von eUmzugCH, zu Geschichte, Trägerschaft, zum Schutz der Daten und zu den nächsten Schritten, ev. erste Infos zu Lösungskonzept und Geschäftsmodell. Vorteile von eUmzugCH, mit Testimonials von Gemeindevertretern, ev. Datenschützer. FAQ (müssen laufend mit den Fragen ergänzt werden, die tatsächlich kommen). Kontaktformular.

Politische Entscheidungsträger von Bund und Kantonen kontaktieren

–
Sender:
eGovernment / Mitglieder Projektkernteam / Projektausschuss
–
Empfänger:
Politische Entscheidungsträger von Bund und Kantonen
–
Botschaften:
«eGovernment als Gemeinschaftsprojekt bringt Nutzen und Einsparnisse für die Gemeinden.» «eGovernment ist eine gute Investition in die Informationsgesellschaft.»
–
Kanäle:
Direkte Kontakte der Mitglieder des Steuerungsausschusses und des Projektkernteam. Veranstaltungen.
–
Kommunikationsmittel:
Präsentation
–
Inhalte:
Leistungen von eUmzugCH, Einbettung in sämtliche eGovernment-Projekte, Vorteile und Einsparungen durch die zentrale Erarbeitung

Gemeinden kontaktieren

–
Sender:
eGovernment
–
Empfänger:
Abonnenten des eGovernment-Newsletters
–
Botschaften:
«eUmzugCH ist in Vorbereitung, der Terminplan für die Einführung steht fest.» «Das Projekt ist gut durchdacht und breit abgestützt.» «eUmzugCH ist eine einwohner-nahe Dienstleistung.» «Die Daten sind sicher, die Datenqualität ist gewährleistet.» «Wir unterstützen Sie gerne bei der Einführung von eUmzugCH.»
–
Kanal:
Newsletter eGovernment
–
Kommunikationsmittel:
Newsletter
–
Inhalte:
Information zu den Leistungen von eUmzugCH, zu Geschichte, Trägerschaft, zum Schutz der Daten und zu den nächsten Schritten. Vorteile von eUmzugCH. Verweis auf Website. Kontaktperson.
–

Die Informationen entsprechen denen auf der Website, sind jedoch wesentlich kürzer gehalten.

Schritt 2

Auftritte an Veranstaltungen verschiedener Verbände und Institutionen

–
Sender:
Projektkernteam, Projektbegleiter /
Koordination und Begleitung
eGovernment

–
Empfänger:
Vertreter aus Gemeinden,
Kantonen, bestimmten
Interessegruppen

–
Botschaften:
«eUmzugCH ist in Vorbereitung,
der Terminplan für die Einführung
steht fest.» «Das Projekt ist gut
durchdacht, funktioniert bereits
als Pilot und ist breit abgestützt.»
«Die Daten sind sicher, die
Datenqualität ist gewährleistet.»

–
Kanäle:
Gastauftritte an Veranstaltungen
anderer Anbieter (Kongresse,
Verbandsversammlungen,
Weiterbildungen)

–
Kommunikationsmittel:
PP-Präsentation für Veranstaltungen,
Kurzfilme zu Funktion, Flyer
für Veranstaltungen.

–
Die Selektion der Veranstaltungen
und Kontaktaufnahme mit den

Veranstaltern muss frühzeitig erfolgen. Auswahlkriterium sind dabei die Reichweite und die Abdeckung der verschiedenen Zielgruppen.

Die Kontaktperson von eGovernment ist an möglichst vielen Veranstaltungen präsent, nach Möglichkeit mit einem Vertreter aus der Projektbegleitung, der selber zum jeweiligen Zielpublikum gehört: eine DatenschützerIn bei dem Auftritt vor Datenschützern, ein Leiter Einwohnerdienste beim Verband Schweizerischer Einwohnerdienste etc. eGovernment recherchiert die in Frage kommenden Veranstaltungen und lädt Mitglieder der Begleitgruppe ein, daran teilzunehmen.

Zu diesem Zeitpunkt können Weiterbildungsveranstaltungen für Controller auch ein Weg sein, um Verantwortliche aus den Unternehmen zu erreichen.

Informationen zu eUmzug können als Textbausteine für die Websites anderer Verbände zur Verfügung gestellt werden, mit Link zu eGovernment.ch für ausführlichere Informationen.

Kontakt zu Unternehmen und Software-Anbieter

–
Sender:
Projektkernteam
–
Empfänger:
Software-Anbieter

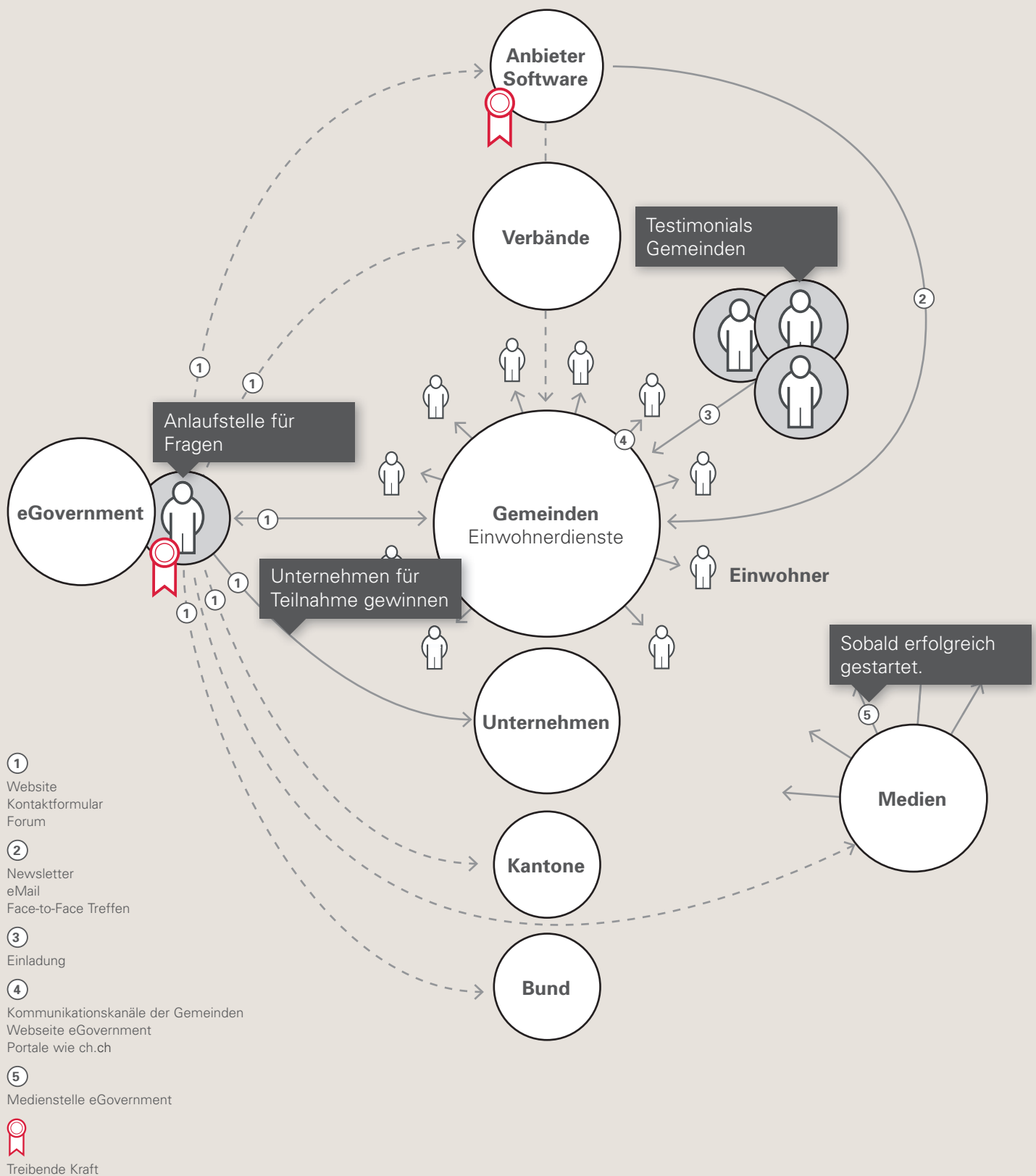
–
Botschaften:
«eUmzugCH ist die Lösung, die sich in der Schweiz durchsetzen wird. Für Euch ist es eine Chance, Euer Angebot für Eure Gemeinde-Kunden auszuweiten.»

–
Kanäle:
Persönliche Meetings mit den Verantwortlichen in den Unternehmen.

–
Kommunikationsmittel:
PP-Präsentation, Factsheet

–
Inhalte:
Information zu den Leistungen von eUmzugCH, zu Trägerschaft, Lösungskonzept, Geschäftsmodell und Datenschutz. Technische Informationen für die Anbindung von eUmzugCH an die bestehenden Lösungen.

«eUmzugCH ist
online. Machen
Sie mit!»



2 Phase Einführung

Sobald die Software-Anbieter ihren Gemeinden eUmzugCH anbieten können, gilt es, diese zur Einführung zu gewinnen.

Ziele

eUmzugCH ist in möglichst vielen Gemeinden schnell eingeführt. In diesen Gemeinden wissen EinwohnerInnen, dass es eUmzugCH gibt, finden sich auf der Plattform zurecht und haben Vertrauen in einen verantwortungsvollen Umgang mit ihren Daten.

Weitere Unternehmen werden als Abnehmer von verifizierten Umzugsmeldungen gewonnen.

Zeitpunkt

Anfang 2014. Voraussetzung: Die meisten Software-Anbieter verfügen über eine Lösung, eUmzugCH an die Website Ihrer Gemeinde anzubinden. Kommunikation mit EinwohnerInnen: sobald eUmzugCH in einer Gemeinde eingeführt ist.

Kernbotschaften

Für Gemeinden: «eUmzugCH ist online. Machen Sie mit!»

Für EinwohnerInnen: «eUmzugCH ist online. Nützen Sie es».

Zielgruppen

Gemeinden, weitere Unternehmen, EinwohnerInnen

Treibende Kraft

eGovernment und Software-Anbieter

Weiterhin ist eGovernment die treibende Kraft hinter der Kommunikation und ihr Absender.

Die Kommunikation mit den EinwohnerInnen erfolgt über die Gemeinden und auf deren etablierten Kanälen. Hilfestellung in Form eines Flyers und von Textbausteinen für die Website oder die Medienmitteilung können sie über das Projekt erhalten.

Schritt 1

Detaillierte Infos auf Website eGovernment hinterlegen

–
Sender:
eGovernment
–
Empfänger:
Gemeinden
–
Botschaften:
«eUmzugCH startet jetzt!»
«eUmzugCH ist eine einwohner-
nahe Dienstleistung und gut für das
Image.» «eUmzugCH ist vertrau-
enswürdig, der Umgang mit den
Daten sicher.» «Die Aufgaben der
Einwohnerdienste verändern sich
– das ist eine Chance!» «Je mehr
Gemeinden mitmachen, desto
attraktiver die Dienstleistung.»
–
Kanal und Kommunikationsmittel:
Website, mit statischen Informatio-
nen, Kurzfilmen und Kontaktformu-
lar. Ev. Forum für Austausch unter
Gemeinden.
–
Inhalte:
Information zu den Leistungen
von eUmzugCH, zu Geschichte,
Trägerschaft, Lösungskonzept und
Geschäftsmodell, Einführungskos-
ten, Arbeitsaufwand, zum Schutz
der Daten und zu den nächsten
Schritten. Vorteile von eUmzugCH,
mit Testimonials von Gemeindever-
tretern, ev. Datenschützer. Info-
grafik, welche Gemeinden bereits
online sind. FAQ (müssen laufend
mit den Fragen ergänzt werden,
die tatsächlich kommen). Kontakt-
formular.

Die Informationen auf der Website
sind detaillierter im Vergleich zu
Phase 1. Die Site dient allen an-
deren Kommunikationsschritten,
die sich an Gemeinden und Unter-
nehmen richten, die Web-Adresse
wird auf Flyer etc. angegeben für
weitere Informationen.

–
Die Informationen auf der Website
sind unterteilt nach Zielgruppen:
Gemeinden, EinwohnerInnen, Un-
ternehmen. Der Service eUmzugCH
selbst ist hier ebenfalls aufgeschal-
tet. Er kann bei eGovernment oder
der jeweiligen Gemeinde aufgeru-
fen werden.

Gemeinden kontaktieren

–
Sender:
eGovernment, Vermittelnde Ver-
bände: VSED, Kantonale Verbände
Einwohnerdienste, Schweizerischer
Städteverband, Schweizerischer
Gemeindeverband; ev. andere
Verbände
–
Empfänger:
Gemeinden (Einwohnerdienste,
Verwaltungen, Politiker)
–
Botschaften:
«eUmzugCH startet jetzt!»
«eUmzugCH ist eine einwohner-
nahe Dienstleistung und gut für
das Image einer Gemeinde.»
«eUmzugCH ist vertrauenswürdig,
der Umgang mit den Daten sicher.»
«Die Aufgaben der Einwohner-
dienste verändern sich – das ist
eine Chance!» «Je mehr Gemein-
den mitmachen, desto attraktiver
die Dienstleistung».
–

Kanäle:
eMail via Verbände an ihre Mitgliederadressen, eGovernment-Newsletter, Mail-Adressen von Zivilstandsregister-Mailing.

–

Kommunikationsmittel:
Elektronischer Newsletter.

–

Inhalte:
Information zu den Leistungen, zum Lösungskonzept und dem Geschäftsmodell von eUmzugCH, dem Schutz der Daten und zu den nächsten Schritten. Testimonials von Gemeindevertretern, ev. Datenschützer. Verweis auf ausführlichere Informationen auf eGovernment.

Ansprechperson.

–

Kantonale Ämter und Bund kontaktieren

–

Sender:
eGovernment

–

Empfänger:
Kantonale Ämter (Steuern, Migration), betroffene Bundesstellen.

–

Botschaften:
«eUmzugCH startet jetzt!»
«eUmzugCH macht Eure Arbeit leichter» (vorausgesetzt, das wird der Fall sein). Bund: «Das Investitionen in eGovernment tragen Früchte.»

–

Kanal:
eMail

–

Kommunikationsmittel:
Newsletter

–

Inhalte:
Informationen zu den Leistungen von eUmzugCH, zu Zeitplanung und auf jeweilige Gruppe zugeschnittene Infos, wie die Umstellung sie betrifft und welche Vorteile (und allfällige Nachteile – dies am besten mit Lösungsvorschlag) sie bringt.

Ansprechperson.

–

Schritt 2

Software-Anbieter kontaktieren Gemeinden

–

Sender:
Softwareanbieter

–

Empfänger:
Gemeinden (Einwohnerdienste, für IT und Webkonzept Verantwortliche).

–

Botschaften:
Wie Schritt 1 und: «Wir können die technische Lösung dafür anbieten.»

–

Kanäle:
Bestehende Kommunikationskanäle der Software-Anbieter. Face-to-face-Treffen Softwareanbieter und Gemeindevertreter; allenfalls Newsletter.

–

Kommunikationsmittel:
Präsentation für Softwareanbieter; Flyer zum Abgeben, Webseite egovernment.

–

Inhalte:
Information zu eUmzugCH, Leistungen, Geschäftsmodell, Schutz der Daten. Testimonials von Gemeindevertretern mit Erfahrung aus dem Pilotprojekt.

–

Schritt 3

Veranstaltung für alle Beteiligten

-
- Sender:
eGovernment, Mitglieder Begleitgruppe (Gemeindevertreter)
-
- Empfänger:
Gemeinden (Politiker, Einwohnerdienste, andere betroffene Abteilungen), betroffene Ämter von Kantonen
-
- Botschaften:
Wie Schritt 1.
-
- Kanäle:
Einladung ev. in Schritt 1 verschicken.
-
- Kommunikationsmittel:
Veranstaltung; Flyer zum Abgeben.
-
- Inhalte:
Vorstellen von eUmzugCH: Geschichte, Leistungen, Geschäftsmodell, Massnahmen zum Schutz der Daten, Vorteile. Testimonials von Gemeinden, ev. Datenschützer.
-

Schritt 4

Gemeinden informieren EinwohnerInnen

-
- Sender:
Gemeindeverwaltung
-
- Empfänger:
EinwohnerInnen der Gemeinden, die eUmzugCH eingeführt haben
-
- Botschaften:
«Wir haben ein neues Dienstleistungsangebot: An- und Abmelden geht jetzt bequem über das Internet.», «eUmzugCH ist vertrauenswürdig, der Umgang mit den Daten sicher.» «Banken, Versicherungen oder Freunde können auf Wunsch auch gleich mit informiert werden.»
-
- Kanäle:
Kommunikationskanäle der Gemeinden (z.B. Website, regionale Medien, Social Media, Schalter.)
-
- Kommunikationsmittel:
Vorlage für Flyer für Einwohner, Unterstützung für Website mit Textvorlagen und Kurzfilm zu Funktion und Nutzen.
-
- Inhalte (in den verschiedenen Medien unterschiedlich ausführlich):
Wir bieten eine neue Dienstleistung an. Leistung, Funktionen und Nutzungsbedingungen von eUmzugCH. Datenschutz.
-

eGovernment informiert EinwohnerInnen

-
- Sender:
eGovernment
-
- Empfänger:
EinwohnerInnen
-
- Botschaften:
«An- und Abmelden geht jetzt bequem über das Internet.»
«eUmzugCH ist vertrauenswürdig, der Umgang mit den Daten sicher.»
«Banken, Versicherungen oder Freunde können auf Wunsch auch gleich mit informiert werden.»
-
- Kanäle:
Website www.egovernment.ch, Website ch.ch
-
- Die Informationen von Phase 1 werden hier ausgebaut.
- Anders als in den bisherigen Schritten findet hier keine offensive Kommunikation statt – die Informationen müssen jedoch leicht auffindbar sein, wenn sie gesucht werden.

Schritt 5

Medienarbeit überregionale Medien

–

Sender:
Medienarbeit eGovernment

–

Empfänger:
Gemeindevertreter und
EinwohnerInnen

–

Botschaften:
«eUmzugCH startet jetzt!»
«eUmzugCH ist eine Dienstleistung des Bundes für die EinwohnerInnen.» «eUmzugCH ist vertrauenswürdig, der Umgang mit den Daten sicher.» «Je mehr Gemeinden mitmachen, desto attraktiver die Dienstleistung»

–

Kanal:
Medienstelle eGovernment

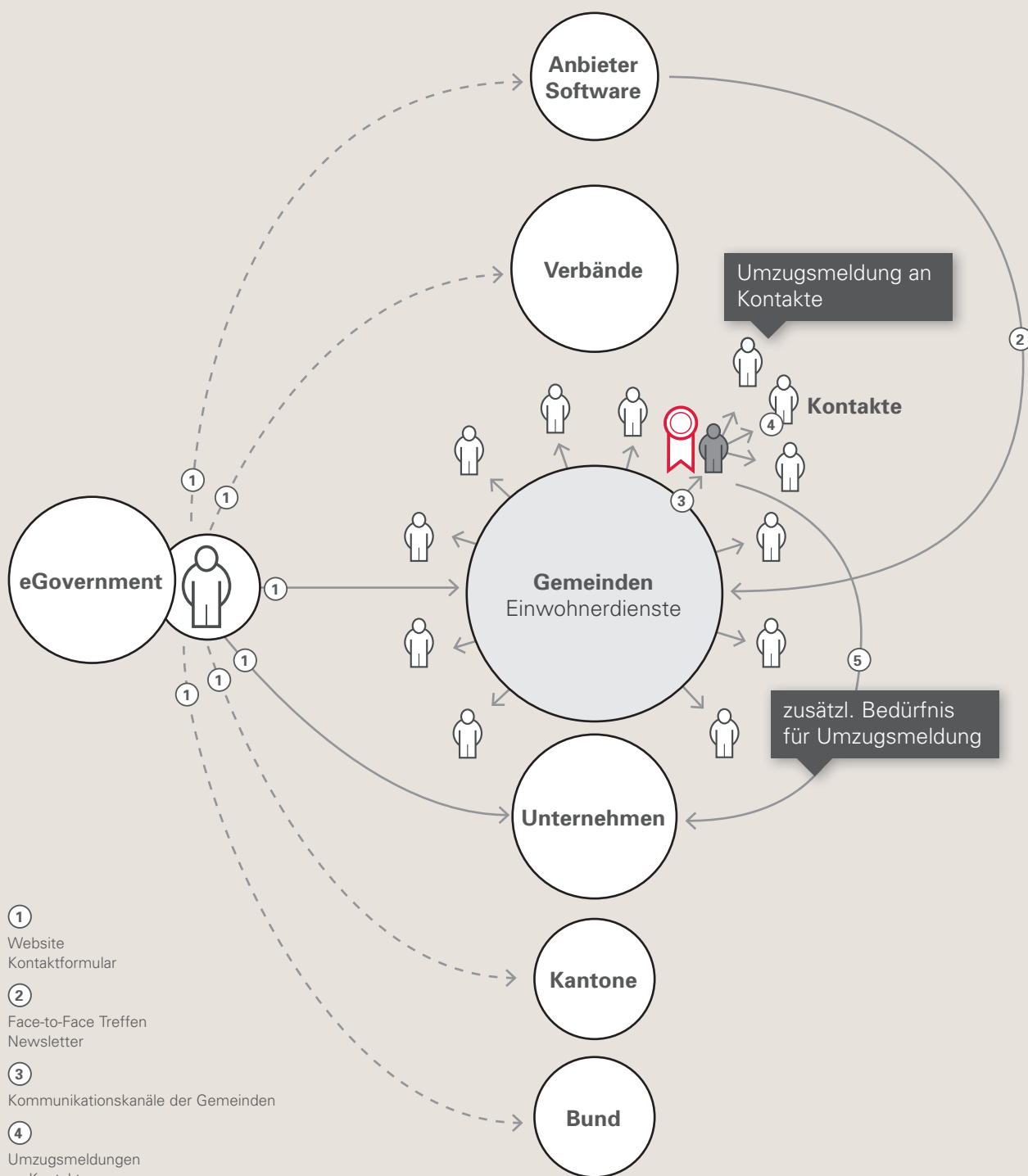
–

Kommunikationsmittel:
Medienmitteilung, Kontakt
Redaktionen

–

Die Medien werden informiert, sobald erste Erfolge zu verzeichnen sind. Möglicherweise ist dies gleich nach Abschluss Pilot, ansonsten nach der Einführung bei ersten Gemeinden.

«eUmzugCH ist
verbreitet. Bei
Ihnen auch?»



3 Phase Verbreitung

In dieser Phase haben bereits zahlreiche Gemeinden eUmzugCH eingeführt. Es gilt nun, auch die verbleibenden dafür zu gewinnen.

Ziele

Alle Gemeinden bieten eUmzugCH an.

Möglichst viele Unternehmen sind dabei.

Die Einwohner nutzen mehrheitlich eUmzugCH, um sich an- und abzumelden.

Zeitpunkt

Fliessender Übergang von Einführung zu Verbreitung, wenn eine grössere Anzahl Gemeinden eUmzugCH eingeführt hat.

Kernbotschaften

eUmzug ist verbreitet. Bei Ihnen auch?

Zielgruppen

Weitere Gemeinden, weitere Unternehmen, EinwohnerInnen

Treibende Kraft

Einwohner, die umziehen und eUmzugCH benutzen.

Da die Einwohner zahlreicher Gemeinden die Dienstleistung nun nutzen, transportieren sie ihrerseits die Information weiter. Zusätzlich sollen sie die Möglichkeit erhalten, noch fehlende Unternehmen als Wunsch anzugeben. Das gibt ein starkes Argument, wenn es darum geht, diese davon zu überzeugen, sich an eUmzugCH zu beteiligen.

Schritt 1

Updates auf Website und in Newsletter eGovernment

-
- Sender:
eGovernment
-
- Empfänger:
Gemeinden
-
- Botschaften:
«eUmzugCH bewährt sich.»
«eUmzugCH ist eine einwohner-
nahe Dienstleistung und gut für das
Image.» «eUmzugCH ist vertrau-
enswürdig, der Umgang mit den
Daten sicher.» «Die Aufgaben der
Einwohnerdienste verändern sich
– das ist eine Chance!» «Je mehr
Gemeinden mitmachen, desto
attraktiver die Dienstleistung.»
-
- Kanal und Kommunikationsmittel:
Website, mit statischen Informatio-
nen, Kurzfilmen und Kontaktformu-
lar. Ev. Forum für Austausch unter
Gemeinden.
-
- Inhalte (zusätzlich zu den Inhalten
von Phase 2):
Infografik beteiligte Gemeinden,
positive Testimonials von beteiligten
Gemeinden.
-

Schritt 2

Software-Anbieter kontaktieren Gemeinden

-
- Sender:
Softwareanbieter
-
- Empfänger:
Gemeinden (Einwohnerdienste,
für IT und Webkonzept Verant-
wortliche)
-
- Botschaften:
Wie Schritt 1 und: «Wir können die
technische Lösung dafür anbieten.»
-
- Kanäle:
Bestehende Kommunikationskanäle
der Software-Anbieter. Face-to-
face-Treffen Softwareanbieter
und Gemeindevertreter; allenfalls
Newsletter.
-
- Kommunikationsmittel:
Präsentation für Softwareanbieter;
Flyer zum Abgeben, Webseite
eUmzugCH
-
- Inhalte:
Information zu eUmzugCH, Leistun-
gen, Geschäftsmodell, Schutz der
Daten. Testimonials von Gemeinde-
vertretern mit Erfahrung aus dem
Pilotprojekt.
-

Schritt 3

Gemeinden informieren EinwohnerInnen

-
- Sender:
Gemeindeverwaltung
-
- Empfänger:
EinwohnerInnen der Gemeinden,
die eUmzugCH eingeführt haben
-
- Botschaften:
«Wir haben ein neues Dienstleis-
tungsangebot: An- und Abmelden
geht jetzt bequem über das Inter-
net.», «eUmzugCH ist vertrauens-
würdig, der Umgang mit den Daten
sicher.» «Banken, Versicherungen
oder Freunde können auf Wunsch
auch gleich mit informiert werden.»
-
- Kanäle:
Kommunikationskanäle der Ge-
meinden (z.B. Website, regionale
Medien, Social Media, Schalter.)
-
- Kommunikationsmittel:
Vorlage für Flyer für Einwohner,
Unterstützung für Website mit Text-
vorlagen und Kurzfilm zu Funktion
und Nutzen.
-
- Inhalte (in den verschiedenen
Medien unterschiedlich ausführlich):
Wir bieten eine neue Dienstleis-
tung an. Leistung, Funktionen und
Nutzungsbedingungen von
eUmzugCH. Datenschutz.
-

eGovernment informiert EinwohnerInnen

-
- Sender:
eGovernment
-
- Empfänger:
EinwohnerInnen
-
- Botschaften:
«An- und Abmelden geht jetzt
bequem über das Internet.»,
«eUmzugCH ist vertrauenswürdig,
der Umgang mit den Daten sicher.»
«Banken, Versicherungen oder
Freunde können auf Wunsch auch
gleich mit informiert werden.»
-
- Kanäle:
Website www.egovernment.ch,
Website ch.ch
-

Die Informationen von Phase 1
werden hier ausgebaut.

Es findet keine offensive Kommu-
nikation statt – die Informationen
müssen jedoch leicht auffindbar
sein, wenn sie gesucht werden.

Schritt 4

EinwohnerInnen informieren EinwohnerInnen

- - Sender:
EinwohnerInnen
 -
 - Empfänger:
EinwohnerInnen
 -
 - Botschaften:
«Ich nütze eUmzug.» «eUmzug ist
praktisch.» – The medium is the
message.
 -
 - Kanal und Kommunikationsmittel:
Umzugsmeldungen via eUmzugCH
 -
- Zusätzlich können EinwohnerInnen
Wünsche von Unternehmen ange-
ben, denen sie die Adressänderung
schicken möchten. So können
weitere Unternehmen motiviert
werden, wenn sie genannt werden.

Name und Logo

Die EinwohnerInnen geben auf der Website eUmzugCH Daten mit einem hohen Vertraulichkeitswert bekannt. Die Befürchtung, dass die Daten an Werbeunternehmen weitergeleitet werden können oder die Sicherheit nicht gewährleistet ist, muss aus dem Weg geräumt werden. Zu diesem Zweck braucht die Dienstleistung einerseits ein klares Gesicht und andererseits muss erkennbar sein, dass sie von einem vertrauenswürdigen Anbieter – nämlich dem Staat – stammt. Dies müssen Name und Logo der Dienstleistung gewährleisten.

Name und Logo Konzept

Die Anliegen der EinwohnerInnen an die Dienstleistung müssen immer an erster Stelle stehen. Bevor wir deshalb Namen und Logo vorstellen, widmen wir uns der Frage, wo die BenutzerInnen ihm begegnen werden.

Wir gehen davon aus, dass Personen ohne Umzugspläne sich nicht brennend für die Möglichkeit einer elektronischen Umzugsmeldung interessieren. Im täglichen Kampf um Aufmerksamkeit geraten die Informationen, die nicht von unmittelbarem Interesse sind, bekanntlich schnell ins Hintertreffen, wenn sie nicht mit einer aufwändigen und teuren Kampagne unzählige Male wiederholt werden können.

Mit etwas Glück bleibt eine vage Erinnerung, so dass man sich vor einem Umzug an den Computer setzt und sich auf die Suche macht. Hier können wir davon ausgehen, dass dies auf zwei Wegen geschieht: Entweder über die Website der Gemeinde (wahrscheinlich der Wegzugsgemeinde) oder über eine Suchmaschine. Auf beiden Wegen muss die Dienstleistung also möglichst leicht auffindbar sein.

Geht jemand den Weg über die Gemeinde, so ist durch diese Instanz eine gewisse Glaubwürdigkeit bereits gegeben. Ein eigenes Logo und ein eigener Name ist in diesem Fall nur von kleiner Bedeutung.

Geht jemand jedoch den Weg über die Suchmaschine, so wird die Person kaum bei seiner Gemeinde landen, sondern auf einer eigenständigen Website. Auf dieser Website muss einerseits auf den ersten Blick sichtbar sein, dass man am richtigen Ort ist, und es muss mit allen möglichen Mitteln Vertrauen geschaffen werden.

Hier kommen nun Name und Logo, aber auch die Anbindung der Website ins Spiel.

Wir schlagen vor, die Website direkt bei egovernment.ch anzugliedern. Damit ist unmittelbar ersichtlich, dass es sich um eine Dienstleistung des Bundes handelt. Der Service selbst sollte entweder auf dem Portal der Gemeinde aufgeschaltet werden können oder ebenfalls auf egovernment.ch angeboten werden.

An den Namen des Services ergeben sich aus den bisherigen Ausführungen folgende Anforderungen:

- Möglichst selbsterklärend und gleichzeitig möglichst einfach
- In allen Landessprachen funktionierend
- Vertrauensbildend
- Seriös
-

Wir bewegen uns im elektronischen Zeitalter und kommunizieren eine elektronische Dienstleistung. Ein englischer Name ist deshalb als «sprachneutrale» Variante sinnvoll. Es gibt auch Beispiele von schweiz-bezogenen Webdomains in englischer Sprache wie tel.search.ch oder map.search.ch, die sich bestens eingebürgert haben. Zudem ist e-Voting als Begriff etabliert und bekannt. Weitere Recherchen befinden sich im Anhang.

Name und Logo

Vorschlag

Ideen

e-address
e-moving
addressCHange
EasyMove
newAddress
emoveSuisse
changeAdd
egovAddress
eUmzug
egovUmzug

Vorschlag

Dachmarke

egovernment
schweiz · suisse · svizzera

Service

emove

Elektronische Umzugsmeldung Schweiz
Électronique message émouvant Suisse
Elettronica in movimento messaggio Svizzera
Annunzia midada electronic Svizra

Organisation



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Variante

Dachmarke

egovernment
schweiz · suisse · svizzera

Service

eUmzug
Elektronische
Umzugsmeldung
der Schweiz

eTrasloco
Elettronica in movimento
messaggio di Svizzera

eDéménagement
Électronique annonce de
déménagement Suisse

Organisation

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Ergänzungen

Krisenkommunikation

Der schlimmstmögliche Fall ist ein Datenleck der Plattform. In diesem Fall, und auch bei Pannen und Verzögerungen während der Einführung muss eGovernment die Kommunikation übernehmen. Das bedeutet, dass die Zuständigkeiten für diesen Fall und die Kommunikationswege im Vorfeld geklärt sein müssen.

Support

Es muss von Anfang an klar sein, wer für den Support von Gemeinden und EndnutzerInnen zuständig ist.

Anhang

Kommunikationsmittel

Phasen	0 Aufgleisen	1 Vorbereitung	2 Einführung	3 Verbreitung
Detaillierter Kommunikationsplan	●	●	●	●
Kurzfilme	◐	●	●	●
Präsentationsvorlage	◐	●	●	●
Fact Sheet		●	●	●
Internetauftritt emove.egovernment.ch		●	●	●
Newsletter eGovernment			●	●
Mailversand		●	●	●
Veranstaltungen			●	●
Flyer Gemeinde			●	●
Internetauftritt Gemeinden, CH.CH und weitere			●	●
Flyer Einwohner			●	
Medienbegleitung	●	●		
User Interface eUmzugCH				

Anhang

Bedürfnisse, Erwartungen und Befürchtungen von Seiten Gemeinden

Bedürfnisse/Erwartungen

- Eine möglichst korrekte und einfache Abwicklung des Umzugs.
- Tatsächliche Effizienzsteigerung, ohne Mehraufwand durch die Hintertüre.
- Technischer Support bei Problemen, für Gemeinden und für Kundschaft.
- Möglichst wenige zusätzliche technische Infrastruktur und Software.
- Berücksichtigung vorhandener regionaler Lösungen wie NEST.
- Gesicherter Datenschutz.
- Sicherung der Datenqualität.
- Medienbruchfreie Übertragung der Daten aus dem Internet (Sedex).
- Schweizweite klare Regelungen, was möglich ist (z.B. nur Familienmitglieder können mit-umgezogen werden, nicht Konkubinat).
- Schweizweite Standards (z.B. Namen der Eltern scheinen bei Ausländern uneinheitlich zu sein).
- Möglichkeit, kommunale Dienstleistungen wie Hundemarke oder Parkkarte weiterhin anbieten können.
- Gut durchdachte und getestete Lösung, problemlose Einführung.
- Imagegewinn.

Konkrete Anliegen

- Mitberücksichtigung der administrativen Wohnungsnummern und

Online-Schnittstelle für Meldungen an Immobilienverwaltung.

- Klare Regelungen und restriktive Vergabepraxis bei den Online-Zugriffsrechten auf zentrale Datenbanken aus Datenschutzgründen.
- Einheitliche Regelungen für die Angaben (nicht nur bei den EWD, sondern auch z.B. bei dem, was die Polizei wissen will, wie zum Beispiel Namen der Eltern bei Ausländern).
- Sicherheit, dass Scheinwohnsitze vermieden werden.
- Die Frage nach dem Heimatschein taucht sehr schnell auf.
-

Bedürfnisse in Bezug auf Kommunikation

- Information; der Wissensstand zum Inhalt des Projekts ist sehr unterschiedlich.
- Dreisprachigkeit.
- Eine klare Ansprechperson.
- Kommunizieren, dass es sich um eine Dienstleistung für die Bürger und nicht um eine Sparmöglichkeit handelt.
- Klarheit zur Zeitplanung Befürchtungen.
- Datenhandel.
- Mehraufwand anstatt Arbeitersparnis wegen Unklarheiten bei den Angaben, die Rückfragen erfordern, während die Politiker sich Effizienz-

steigerung, Kostenersparnis und möglicherweise Abbau von Stellen erhoffen.

-
- Ausufernde Kosten.
-
- Noch mehr Geräte und Software.
-
- Mangelnde Personalressourcen für die Einführung.
-
- Schwierigkeiten, der Informationspflicht nachzukommen (Abfall- und Parkkonzept etc.).
-
- Anonymisierung.
-
- Komplizierung statt Vereinfachung für die Einwohnerdienste wegen vieler Unklarheiten bei den Angaben.
-
- Zu kompliziert oder zu aufwändig in der Anwendung für die EinwohnerInnen – was braucht es auf ihrer Seite für technische Voraussetzungen?
-
- Datensicherheit nicht gewährleistet, vor allem, wenn Infos an die Privatwirtschaft gehen.
-
- Fehlerquellen, wenn EinwohnerInnen Daten selber eingeben. Ursache von Mehraufwand.
-
- Sind Migrationsämter bereit, die Abläufe zu vereinfachen?
-

Konkrete Befürchtungen und Fragen

-
- Insgesamt stellen die Gesprächspartnerinnen auf Seiten der Einwohnerdienste sehr schnell Detailfragen. Hier die Anliegen:
-

Unklarheit bei Nachnamen der Eltern bei Ausländern.

-
- «Wie identifizieren sich die Bürger?»
-
- «Wie funktioniert es, wenn die eine Gemeinde die elektronische Ummeldung bereits anbietet, die andere nicht?»
-
- «Wie identifizieren sich die Bürger?»
-
- «Wie funktioniert die Überprüfung beim Kantonswechsel für Drittstaatenangehörige?»
-
- «Wie überprüfen wir Krankenkassen-Obligatorium?»
-
- «Wie kommen wir unserer Informationspflicht nach? Am Schalter kann man Leute begrüßen, informieren über Parkplatzkonzept, Abfall etc. – wie geschieht das nachher? Per Post landen die Infos ev. im Abfall.»
-
- «Bei der Abmeldung schicken wir die Leute gleich zur Finanzverwaltung, weil es einfacher ist, Vorbezüge etc. gleich zusammen anzuschauen (das geschieht auf Wunsch der Finanzverwaltung, die sonst mehr Aufwand hat mir Erklären, nachfragen, Dokumenten anfordern etc.)»

-
- «Die Gemeindeverordnung sieht bei uns vor, dass die Leute vorbeikommen.»
-
- Wie sieht das mit der Drittmeldspflicht aus? «Wie kommen die ED

zur Information, wer in welcher Wohnung lebt? Das steht nicht immer im Mietsvertrag. Wenn es nicht die Vermieter melden, wie kommen die ED dann zu der Information?»

-
- «Wenn die Einwohner hören, dass die Informationen an Banken weitergegeben werden können, werden sie sofort misstrauisch.»
-
- «Wer weiss dann alles, welche Bank ich habe?»
-
- Einzugsgemeinde muss Daten kontrollieren können, bevor sie weitergeleitet werden.
-
- «Im Moment bekommen wir für eine verifizierte Adressauskunft Fr. 20.—. Müssen wir dann darauf verzichten?»
-
- «Wie geht das medienbruchfrei, solange es einen Heimatschein gibt?»
-
- «Wie geben wir Hundemarken und Parkkarten ab?»
-
- «Wie machen wir Untermieter darauf aufmerksam, dass sie unbedingt eine c/o-Adresse brauchen?»
-
- «Im Gespräch merkt man manches, was im Internet nicht festgestellt werden kann.»
-

Quelle:
Informationen aus den Interviews mit MitarbeiterInnen des Einwohnerdienstes aus verschiedenen Gemeinden.

Anhang

Informationsmaterialien und Massnahmen mit externer Unterstützung

Sprachen

- Sprachen DE, FR und IT.

Logo für Service

- Überarbeitung und Reinzeichnung.
- Kurzmanual erstellen.
- Nutzerrechte und Pflichten.
- Abgabe des Zeichens in den gängigen Formaten für Klassische und Neue Medien.

Kurzfilme

- Kurzfilme für Einwohner, Gemeinden und Unternehmen.
- Dauer max. 90 Sekunden.

Internetauftritt

move.egovernment.ch

- Erarbeitung der Inhalte für Gemeinden / Einwohner / Unternehmen – mit Kontaktmöglichkeiten und FAQ.

Internetauftritt Gemeinden, CH.CH und weitere

- Erarbeitung der Text- und Bildbausteine.

Newsletter eGovernment

- Erarbeiten der Text- und Bildinhalte für 3 Ausgaben.

Flyer Einwohner

- Konzept, Inhalt und Umsetzung. Erstellen der fertigen Druckdaten.

- Einrichtung der Flyer für Online-Bestellung mit Individualisierung (z.B. Kontaktangaben) für Gemeinden mit Export für Druckereien.

Flyer Gemeinde

- Konzept, Inhalt und Umsetzung. Abgabe der fertigen Druckdaten an eGovernment.
- Aktualisierungen pro Phase 1 x.

Präsentationsvorlage

- Vorlage (PowerPoint) für Präsentationen mit Bild und Text. Abgabe als Bausteine, welche für die Benutzergruppen spezifisch zusammengestellt werden kann.

Medienarbeit

- Wir gehen davon aus, dass der Kontakt zu den Medien über eGovernment oder eine andere offizielle Pressestelle des Bundes läuft. Bei Bedarf können wir bei den folgenden Schritten Unterstützung anbieten:
- Vorbereitung: Pressemitteilung schreiben, mit den Beteiligten abstimmen.

Medienmitteilung:

Themen und Geschichten für die überregionalen Medien entwickeln.

Medienbegleitung:

Kontakt zu den überregionalen Medien herstellen (Schweizer Fernsehen, Sonntagszeitungen, Blick).

– Timing/Kontakte/Interviews koordinieren.

– Gegenlesen.

Veranstaltungen

In folgenden Punkten können wir Unterstützung anbieten:

– Konzept und Inhalt.

– Räumlichkeiten finden.

– Koordination.

– Einladung gestalten.

– Koordination Ablauf, Verpflegung, Betreuung Gäste vor Ort.

User Interface eUmzugCH

– Unterstützung bei der Konzeptionierung und Ausarbeitung der Benutzerführung und Kommunikation.

Anhang

Markennamen und Markenzeichen

Brainstorming Recherchen

Ansatz 1

Wir befinden uns im elektronischen Zeitalter

Durch Verwendung des «E» im Produktnamen wird deutlich, dass es sich um einen elektronischen Service handelt.

Bestehende Bezeichnungen:

E-Adresse E-Payment E-ID E-Zugang E-Formular E-Portal E-Voting
E-Education E-Learning E-Book E-Business E-Cash E-Shop E-Consult
E-Rechnung eCH E-Domizil E-dec (Zoll) eHealth eAutoindex

Ideen:

E-Box eMove eNotification eNotice eHabitation e-home e-moving.CH
e-away echeck eDomi eDomus eScriptio E-Residence E-Domicile
etrans emover eaddress e-AdressCHange

Ansatz 2

Wortkombinationen

Durch die Kombination von Begriffen soll rasch erfasst werden können, um was es sich bei dem Service handelt.

Bestehende Bezeichnungen:

adminpay AnimalTracing PaymentCalculations swisstopo – Kartenservice
suisselD

Ideen:

addressTracking addressTracing addressRetrace addressDocument
addressCHange adressMove swissmove swissaddress transfersuisse
swissreg swissnet swisshome suisseonline swissresident services-
wiss domicilsuisse swisslocation movetracking moveaway easymove
hellohome homenet chome myhome homeadmin homecheck helve-
tia24 habitation24 myresident eresidence myadmin domicil.info

Ansatz 3

Abkürzungen (Fantasienamen)

Wird der Service abgekürzt, entstehen kurze, prägnante Bezeichnungen.

Bestehende Bezeichnungen:

ProS: Protokollierung Service Tacho: ManageLabourTime CodE: Mana-
geEnterpriseInspections sedex: Sicherer Datenaustausch (secure data
exchange) IdM: IdentityManagement

Ideen:

Adnot (address-change notification) Adtrace Addleave Admove

Recherche

Übersicht des Bundes

Übersicht Services Bund

Die vorhandenen E-Services des Bundes sind in folgenden Rubriken eingeordnet:

Administrative:

Protokollierung Service (ProS)

Daten austauschen:

Sicherer Datenaustausch (sedex)

Daten überprüfen:

E-Adresse

Rechnungen:

adminpay
Billing In
Billing out
E-Payment

Lebensmittelkette

AnimalTracing
ISVetCore Services
PaymentCalculations

Geodaten:

Kartenservice

Geschäftsabwicklung:

GEVIS (GEVER Integration Service)

Unternehmensdaten:

BURWEB
BUDIS (Betriebs- und Unternehmensdaten-Integrationsservice)
ManageEnterpriseInspections (CodE)
ManageLabourTime (Tacho)

Zugriffsberechtigungen:

E-ID
E-Zugang
IAM-WBF
IdentityManagement (IdM)

Web:

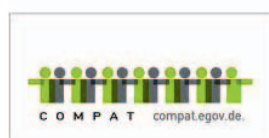
E-Formular
E-Portal

Neben dem Zugang über Rubriken ist es auch möglich, über die Hauptrubrik "Service-Anbieter" nach Services der betreffenden Anbieter zu suchen.



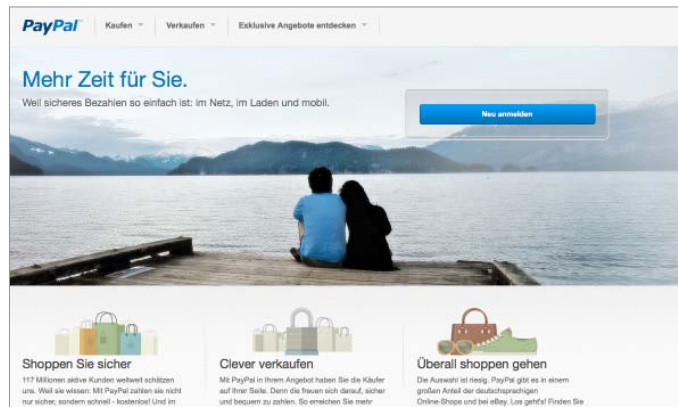
Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Recherche Fremdlogos



Recherche

Webauftritt bestehender Anbieter



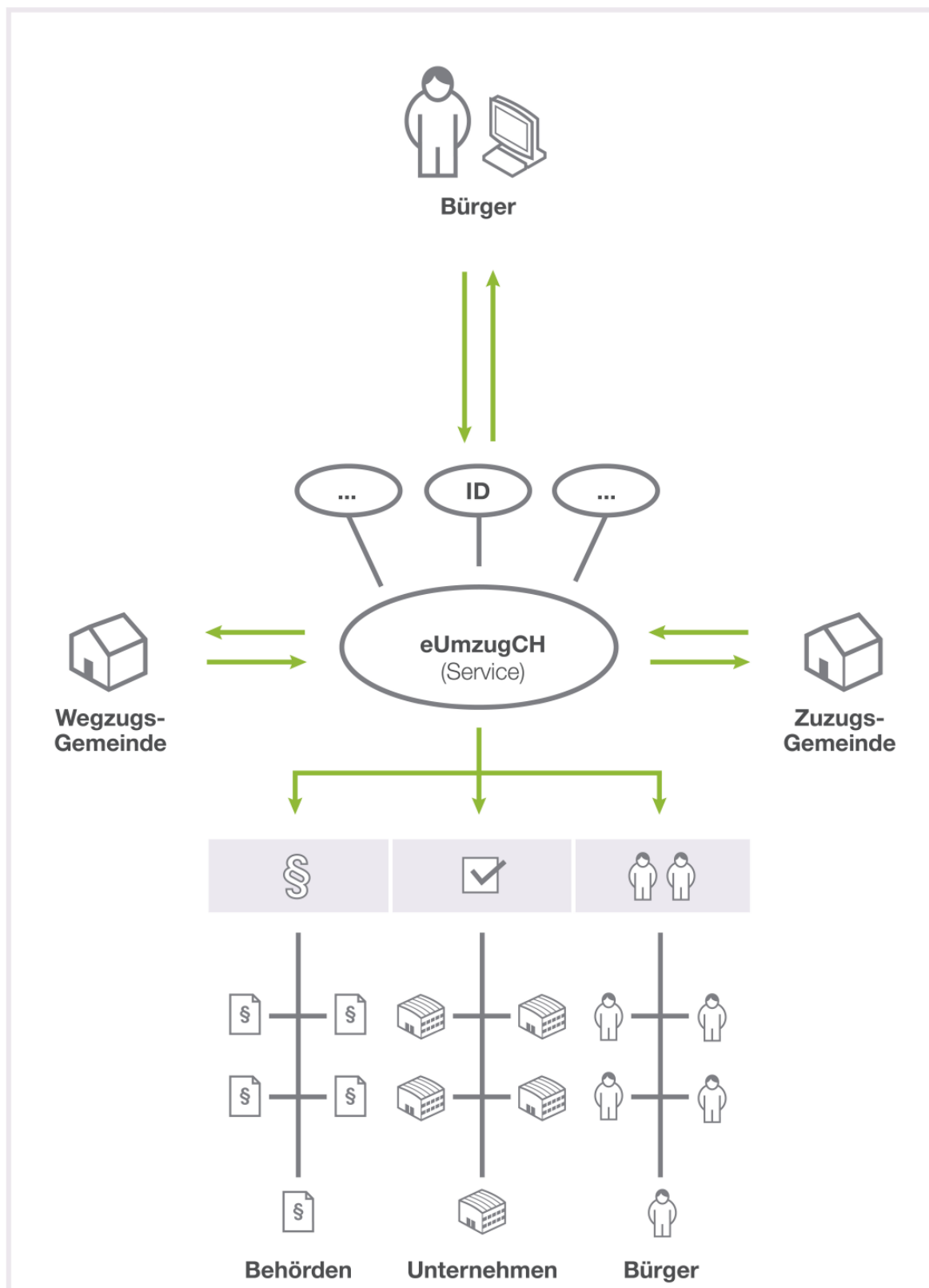
Recherche

Workshop Begleitgruppensitzung

eUmzugCH

Stakeholderanalyse

confident gmbh



AUFTRAG

ABWICKLUNG

VERTEILUNG

eUmzugCH

Stakeholderanalyse

confident gmbh

Gruppe: EINWOHNER



Bedürfnisse



Nutzen



Widerstand

	Bedürfnisse	Nutzen	Widerstand
1 Umziehende z.B. innerhalb Gemeinde, innerhalb Schweiz, innerhalb Ausland	– Umzugsinformationen effektiv verteilen, nachführen lassen – Kontrolle über Verteilung / Adressanten – Einfachheit / Sicherheit / Mobilität – Ohne Click > ...	– Wenig Aufwand und Porto für Verteilen der neuen Adressen – Weniger Behördengänge – Zeit sparen / ... – Ortsunabhängig – Jederzeit einsehbar	– Ängste betr. Missbrauch – Zu komplizierte Lösung, zu komplizierte Identifikation, unbekannter Ort führen zu Nicht-Nutzung – Datenschutz – Missbrauch – Hohe ...
2 Freunde, Verwandte, Bekannte z.B. mit Outlook	– Adressen sollen sich selbst aktualisieren – Gibt es ... mit ... – Einzugs-App (?) – Outlook-Adressen stets nachgeführt	– Adressen aktualisieren sich selbst – Kein Fehlversand	– Es sollte nichts kosten
3			
4			
5			



Bedürfnisse



Nutzen



Widerstand

	Bedürfnisse	Nutzen	Widerstand
1 Wegzugsgemeinde / Zuzugsgemeinde	– Umzug effizient und korrekt abwickeln – In der eigenen Software – Kleine Gemeinde / Grosse Gemeinde / Regionen – Regieren – Image-Effizienzsteigerung	– Weniger Arbeit pro Umzug – Mehr Qualitätskontrollen – Daten 1x erfasst – kein Medienbruch	– Eigene Vorstellungen – Trägheit gegenüber Wechsel – Umdenken ... (weg von persönlicher Anmeldung) – Wer ist für eUmzug zuständig? – Finanzierung? – ... Bezug zum Bürger
2 Ämter die zu informieren sind z.B. Steueramt, Migrationsamt auf Ebene Gemeinde, Kanton, Bund	– Von Umzug korrekt erfahren – Elektronisch verarbeitbare Meldungen – Rasche Information einfaches Handling der Informationen	– Automatismen werden ermöglicht – Weniger Bearbeitungs- aufwand / Zeit – Rascher Informationsfluss	– Nicht alle auf Prozesse / Automatismen vorbereitet – Wem «gehört» eUmzugCH (Datenschutz?)
3 Ämter / Behörden die Zusatzinfos liefern	– Adressverifikation bei Bedarf (Service-Anfrage) – Komplette Informationen	– (Automatisch) – Korrekte Daten bei Nutzung – Weniger Fehlerkosten	– Bereitschaft zu zahlen (?) – Rechtliche Grundlagen
4 Mitarbeiter der Einwohnerdienste			– Stellenabbau (?)
5			

Gruppe: UNTERNEHMEN



Bedürfnisse



Nutzen



Widerstand

	Bedürfnisse	Nutzen	Widerstand
1 Unternehmen mit Vertragsverhältnis z.B. Banken, Versicherungen	- Keine Fehlvorsände - Personen anschreiben / erreichen - Adresspfeiler weg-delegieren - Über Änderung beim Kunden über Umzug informiert werden	- Automatische Personen-Stammdatenpflege - Kostensenkung - Qualitäts-Steigerung der internen Prozesse - Schneller ...	- Allgemeine Trägheit - Keine Betreuungsorganisation bekannt - Trägheit gegenüber notwendigen Anpassungen - Unsicherheit - Kosten (?) - Rentabel (?)
2 Unternehmen allgemein z.B. Adresshändler, Umzugsfirmen	- Auf Umzug des (Pot.) Kunden mit Aktivitäten reagieren - Geschäft machen - Leads kaufen	- Frühzeitiges autom. Anstossen der Prozesse - Mögliche Leads	- Nicht alle sind prozessorientiert - Datenschutz
3 Software-Anbieter für Gemeinden z.B. Einwohnerkontrolle, Portale	- Aktuellen Adressbestand haben - Adressen verkaufen - Einsatz bestehender Standards, z.B. eCH 93 - Eigene Einsicht / Lösung integrieren / Behalten können / Keine Zugänge	- Geld verdienen - Quelle mit offizieller Qualität und Automatismen (Konzentration) - O-Label für die eigene ... - Kundennutzen kann verifiziert werden	- eUmzugCH evtl. teuer - Konkurrenz tendenziell Adresshandel - Verlust Einkommen - Wer bezahlt unsere Arbeit (?) - Müssen wir an unserer ...
4			
5			

