



SICHTBARKEIT

Sichtbar werden: Das neue Kommunikationskonzept des SF BFK

Der Vorstand hat ein neues Kommunikationskonzept für den Schweizerischen Fachverband Beratung Frühe Kindheit erarbeitet. Es leitet sich aus der Strategie 2026-2029 ab und definiert, wie wir künftig intern wie extern kommunizieren wollen. Im Zentrum steht die Positionierung und Etablierung unseres neuen Namens «Beratung Frühe Kindheit». Teil des Konzepts ist auch ein eigener Social-Media-Leitfaden, der aufzeigt, wie wir unsere Zielgruppen auf LinkedIn und Instagram gezielt ansprechen und wie sich Mitgliedsorganisationen daran beteiligen können.

Kommunikation mit klarem Auftrag

Unsere externe Kommunikation verfolgt zwei strategische Ziele: Wir wollen die Bekanntheit und Positionierung der Beratung Frühe Kindheit stärken und unsere Inhalte und Botschaften gezielt bei Fachwelt, Politik und Gesellschaft platzieren. Intern soll unsere Kommunikation transparent und dialogorientiert sein und die Identifikation sowie aktive Teilhabe unserer Mitglieder fördern. Das Konzept bündelt dafür sämtliche Kanäle von der Webseite über das Fachmagazin clic, den Newsletter bis zur Medienarbeit und sorgt dafür, dass Inhalte

crossmedial und aufeinander abgestimmt eingesetzt werden.

Social Media als strategisches Instrument

Besonders in der aktuellen Aufbauphase kommt Social Media eine tragende Rolle zu. Unser Auftritt auf LinkedIn und Instagram verfolgt vier Ziele: Wir positionieren den Verband als nationale Stimme und Kompetenzzentrum für die Beratung Frühe Kindheit, etablieren konsequent unseren neuen Namen, bauen eine aktive Community auf und pflegen den fach-

lichen Austausch.

LinkedIn und Instagram – zwei Kanäle, zwei Zielgruppen

Die beiden Kanäle sprechen bewusst unterschiedliche Zielgruppen an. Auf LinkedIn, unserem Hauptkanal, erreichen wir Fachpersonen und Politiker:innen auf Augenhöhe von Expertise und Politik. Auf Instagram tragen wir unsere Themen niederschwellig in die breite Öffentlichkeit und in den Dialog mit Eltern und interessierten Personen aus der Gesellschaft. Weil auf LinkedIn derzeit die für uns wich-

tigsten Zielgruppen zu finden sind, liegt der Schwerpunkt in der Aufbau-phase auf diesem Kanal. Inhaltlich setzen wir auf vier Schwerpunkte: politische Positionierung, Fachwissen und Sensibilisierung, Praxisbeispiele aus den Mitgliedsorganisationen sowie Neuigkeiten aus Verband und Netzwerk.

Gemeinsam sichtbar werden

Ein wirkungsvoller Social-Media-Auftritt gelingt nur gemeinsam mit unseren rund 400 Mitgliedern (Organisationen und Fachpersonen). Während die Geschäftsstelle die strategische und redaktionelle Führung der Kanäle übernimmt, sind die Mitgliedsorganisationen zentrale Content- und Multiplikationspartnerinnen: Sie liefern Praxisbeispiele, Bild- und Videomaterial sowie Fachinputs, teilen und kommentieren unsere Beiträge und verweisen in ihren eigenen Kanälen auf uns. Wir laden alle herzlich ein, den SF BFK in Storys und Posts zu taggen und uns zusätzlich per Direktnachricht darauf aufmerksam zu machen – passende Inhalte reposten wir gerne. Für gemeinsame Themen sind zudem Collab-Posts auf Instagram möglich.

Auch abseits eigener Publikationen verstehen wir Social Media als Ort des Austauschs: Mit aktivem Community-Management folgen wir relevanten Organisationen und Fachstellen, liken und kommentieren ihre Inhalte und beantworten Reaktionen auf unseren eigenen Kanälen zeitnah. Dabei gilt: Qualität vor Quantität – Interaktionen sollen inhaltlich relevant und authentisch sein und einen erkennbaren Bezug zu unserer Arbeit haben.

Ein gemeinsamer Weg

Das neue Kommunikationskonzept gibt uns für die kommenden Jahre eine klare Grundlage: Für eine konsistente Positionierung, eine zielgruppengerechte Ansprache und einen professionellen Auftritt auf Social Media. Wir freuen uns, diesen Weg ge-

meinsam mit unseren Mitgliedsorganisationen und Fachpersonen zu gehen. Folgen Sie uns auf LinkedIn und Instagram, teilen Sie Ihre Praxisbeispiele mit uns und helfen Sie mit, die Beratung Frühe Kindheit noch sichtbarer zu machen.

Folge uns auf

- [Instagram](#)
- [LinkedIn](#)



Sharing is caring.

Andrea Trummer, Geschäftsführerin
SF BFK