



PROJEKTABLAUF 2024, EIN DETAILLIERTER PROJEKTBESCHRIEB

Das Projekt «#AltSuchtNeu, das Regionalmuseum Chüechlihus entsammelt, mach mit!» war auf drei Jahre angelegt. Jedes Jahr gab es einen Durchlauf in drei Phasen¹. Die Vorbereitungen für den Durchgang starteten jeweils im September des Vorjahres. Der Abschluss erfolgte mit der Nachbearbeitung nach dem Chüechlihus-Sunndig. Der folgende, detaillierte Projektablauf bezieht sich auf den finalen Durchlauf 2024.

VORBEREITUNG (SEPTEMBER 2023 BIS MÄRZ 2024)

Die Vorbereitungsphase für den kommenden Durchlauf läuft unmittelbar nach dem Chüechlihus-Sunndig an und parallel zum Abschluss des aktuellen Durchlaufs. Die Termine sind so gelegt, dass z.B. Rückmeldungen aus dem Debriefing direkt umgesetzt werden können.

September 2023

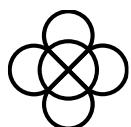
MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION ¹
Bei Bewerber:innen von nicht abgeholtenden Objekten 2023 nachfragen und Abholtermin festlegen	Website-Inhalte kontrollieren und anpassen	Dokumentation des gesamten Programms 2023	Rückblick Chüechlihus-Sunndig zusammenstellen und kommunizieren (offizielles

¹ Die einzelnen Phasen beispielhaft auf ENTSAMMELN.CH nachvollziehen: <https://entsammeln.ch/demo/> ENTSAMMELN.CH > <https://entsammeln.ch>

			öffentliches Finale jedes Entsammlungsdurchgangs)
Debriefingtermine mit Involvierten ausmachen (inkl. Abschlussessen) & Umfrage für Feedbacks von Involvierten vorbereiten	Ausstellung 2023 abbauen	Termine für nächsten Durchlauf (2024) festlegen, Zeitplan erstellen (Sitzungen, Anlässe etc.)	
	Mögliche Entsammlungsobjekte auswählen (teilweise unterstützt durch externe Expert:innen): erste Triage von Dubletten, Abklärung der Provenienz, Dokumentation etc.		

Oktober 2023

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Feedback bei Beteiligten 2023 (Bewerber:innen und Abstimmende) abholen: Online-Umfrage erstellen und verschicken	Objektauswahl für nächste Entsammlungsrounde 2024 bestimmen	Jour Fixe des Kernteams nach Ferienzeit wieder wöchentlich durchführen	Bestehendes Kommunikationskonzept aktualisieren
Abschlusstreffen mit Objektrat 2023 vorbereiten, Feedback Objektrat abholen: Online-Umfrage erstellen und verschicken	Prüfen, ob bei den Objekten eine Gefahr der Belastung durch Gefahrenstoffe besteht	Rollen und Verantwortlichkeiten prüfen und definieren	



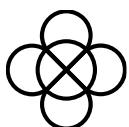
Abschlussessen mit Objektrat 2023 = Projektabschluss intern	Grobkonzept Objekt-Ausstellung nächste Entsammlungsrunde	Programm Projektplanung und Finissage 2024 (Chuechlihus-Sunndig) planen, inkl. Gäste und Kulturprogramm)	Grafik, Druck, Werbung und Versände 2024 planen
---	--	--	---

November 2023

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Debriefings mit Mitarbeitenden, Medienpartnern, Fotograf:in, Webagentur, Grafik durchführen	Objektdaten sammeln und erfassen, Objektgruppen und -kategorien bilden	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Online-Umfragen auswerten und Blogbeitrag erstellen (transparente Kommunikation)
Learnings aus Debriefings besprechen und in neue Prozessplanung implementieren	Objektfotos planen und vorbereiten, Testfotos für Flyer in Absprache mit Grafiker:in	Fotograf:in für Veranstaltungen/Dokumentation suchen	Abschluss und Ausblick kommunizieren: Beteiligte, Website (inkl. Blogbeiträge), Social Media Website archivieren
Regionale Schlüsselperson für nächsten Durchlauf bestimmen			Offerten einholen (Anpassungen Website, grafischer Auftritt > Plakate, Flyer, Visuals etc.)

Dezember 2023

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Auslosung der neuen Objektrat-Mitglieder vorbereiten: Information an Gemeindeverwaltung zu Anzahl und Termin	Objektfotografien	Termine für Lieferung der Fotos und Inhalte an Grafiker:in bestimmen	Brief für Objektrat mit Testimonials (aus Debriefing 2023) schreiben
Regionale Schlüsselperson als Vertreter:in im Objektrat anfragen	Vorgehen bez. Objekte mit pot. Belastung durch Gefahrenstoffe	Infoanlässe in der Langnauer Café-Bar	Inhalte für Drucksachen definieren



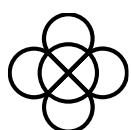
	definieren und umsetzen	Käpt'n Holger vorbereiten, Tisch reservieren	
		Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	

Januar 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Erster Infoanlass für mögliche Objekträt:innen im Käpt'n Holger	Objektfotografien	Get-Together Objektrat im März planen	Briefe für Objektrat versenden
	Website-Software updaten und testen	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Gut zum Druck der Inhalte für Drucksachen (Bsp.: Plakat und Flyer)
	Website anpassen und aktualisieren, Verbesserungsvorschläge aus Debriefing umsetzen		Laufend: Blogbeiträge und Social-Media-Posts

Februar 2024

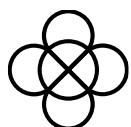
MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Zweiter Infoanlass für mögliche Objekträt:innen im Käpt'n Holger	Bearbeitung Objektfotografien für auf Website	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Projektstart kommunizieren: Beteiligte, Website (inkl. Blogbeiträge), Social Media, Inserate, Plakate (Sticker für Events), Produktion Radiotrailer, Medienmitteilung, Ein-



			ladung Projektlan- cierung, Team intern in- formieren > alle Ka- näle
	Objekttransporte, Aus- stellungsaufbau begin- nen & Texte für Aus- stellung schreiben		Einladung zur Projekt- lancierung und Flyer versenden > alle Ka- näle

März 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Neuen Objektrat einla- den und informieren für Get-Together mit Depotbesuch	Objekte (Foto, Text, Systemnummer, Um- frage Phase 1, Katego- rie) auf Website erfas- sen, Website testen und Inhalte kontrollie- ren	Letzte Vorbereitungen für die Projektlan- cierung starten	Inserate vorbereiten, Google Ads-Kampagne planen, erstes Inserat erscheint, Trailer im Radio werden ausge- strahlt
Get-Together Objektrat: Einführung ins Projekt, gegenseitiges Kennenlernen, Grup- penfoto	Ausstellungsübergabe, Signaletik im Museum anpassen	Betriebsanleitung & Einführung Gastge- ber:innen Museum, die die Ausstellung wäh- rend der Öffnungszei- ten betreuen, erstellen	Medienmitteilung zur Lancierung und Be- ginn schreiben, ver- schicken und persönl- iche Kontaktaufnahme
	Go-Live der Website kurz vor der Projekt- lancierung: ab nun sind die Objekte online sichtbar & die erste Abstimmungsphase startet.	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Im- plementierung Pro- zessoptimierung & Dokumentation intern	Newsletterverteiler Kulturverbände und Gemeinden etc. mit In- formationen beliefern
			Hausierer:innen-Tag: Plakat- und Flyerak- tion in allen Geschäf- ten und an allen Pla- katwänden in Langnau i. E.



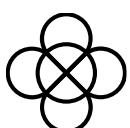
PHASE 1: ABSTIMMEN UND BESICHTIGEN (APRIL 2024)

In der ersten Projektphase sind auf ENTSAMMELN.CH alle Objekte sichtbar, die für die Entsammlung infrage kommen. Die Vorauswahl erfolgte durch die Museumsmitarbeitenden. Nun können alle Emmentaler:innen (Einwohner:innen und Heimatberechtigte) darüber abstimmen, ob ein Objekt entsammelt werden soll, oder nicht. Konkret wird nach Gründen gefragt, weshalb ein Objekt in der Sammlung bleiben soll. Wir fordern Alltags- und andere Expert:innen aktiv dazu auf, unsere Wissenslücken zu füllen.

Die Projektierung mit Live-Musik und -Abstimmung am 3. April 2024 bildet den Auftakt dieser Abstimmungsphase. Ab diesem Zeitpunkt können die zu entsammelnden Objekte in der Ausstellung im Dachstock des Museums besichtigt werden (während der ganzen Projektdauer jeweils zu den Museumsöffnungszeiten). Vor Ort informieren die Gastgeber:innen des Regionalmuseums und unterstützen die Abstimmungswilligen.

April 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Projektierung: Besichtigung der Objekte, Live-Abstimmung vor Ort, Apéro und Musik	Website-Inhalte für den Phasenwechsel vorbereiten	Auf- und Abbau Projektierung & Informationsstand am Maimarkt vorbereiten	Veranstaltungs-Sticker auf Plakaten mit Sticker für Maimarkt überkleben
Objektrat einladen und informieren für erstes «Objektrat-Treffen»		Monitoring Abstimmungen über Website: funktioniert's, wie viele, braucht es Anpassungen in der Kommunikation, um Partizipation anzukurbeln?	Projekt erklären, Beteiligungsmöglichkeiten kommunizieren -> Regelmässiger Kontakt zu Medienpartner, Journalist:innen, diversen Kommunikationsplattformen, Netzwerk updaten, weitere Blogbeiträge publizieren und vorbereiten sowie Museumsteam und Objektrat über entsprechende Kanäle informieren
Maimarkt: Entsammln am Märit: jetzt abstimmen!		Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Veranstaltungs-Sticker auf Plakaten mit Sticker für Flohmarkt überkleben



ZWISCHENPHASE 1 (ENDE APRIL BIS ANFANG MAI 2024)

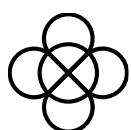
Mit Abschluss der ersten Abstimmungsphase wird die Website für die nächste Phase angepasst. Der Objektrat geht Objekt für Objekt durch und stimmt über den jeweiligen Verbleib ab. Die Resultate aus der Online-Abstimmung fließen in die finale Entscheidung³ mit ein. Diese Zwischenphase dauert eine knappe Woche.

April 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Online-Entscheide für «Objektrat-Treffen» aufbereiten, Hilfestellung an Objektrat verschicken inkl. Traktanden für «Objektrat-Treffen»	Website: Objektseite umschalten, Umfrage Phase 1 ausblenden, Website-Inhalte kontrollieren und anpassen & Website-Inhalte für den Phasenwechsel vorbereiten	Informationsstand am Flohmarkt vorbereiten	

Mai 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Erstes Treffen des Objektrats: Entscheide zur Entsammlung fällen und dokumentieren	Objektliste auf Website anpassen, Objekte, die nicht entsammelt werden, werden ausgebündet	Letzte Vorbereitungen erstes Objektrat-Treffen vorbereiten, u.a. Briefing Fotograf:in für «Objektrat-Treffen»	Medienmitteilung zu den Abstimmungsergebnissen und Beginn der Bewerbungsphase schreiben
		Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Wechsel kommunizieren (Wie geht es weiter?) & erreichbar bleiben: Div. Kommunikation, u.a. Blogbeitrag, Inserate updaten, GoogleAds überprüfen, Inhalte mit Medienpartner besprechen, red. Beiträge mit Medien organisieren, Museumsteam & Objektrat über entspr. Kanäle informieren



PHASE 2: BESICHTIGEN UND BEWERBEN (MAI BIS JUNI 2024)

Sobald die Objektliste auf der Website angepasst wurde, beginnt die **zweite Phase**. Wenn alles wie geplant läuft, startet die Bewerbungsphase am ersten Maiwochenende, so dass sich die ersten Personen bereits am Langnauer Flohmarkt bewerben können. Auf ENTSAMMELN.CH können nun alle, die sich für ein bestimmtes Objekt interessieren, mit einer Idee für eine Weiterverwendung bewerben.

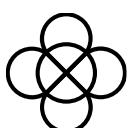
Die Bewerber:innen müssen nicht aus dem Emmental sein, nur die Abstimmenden. Alle – Museen, Institutionen, Vereine, Privatpersonen – können mitmachen, die einem alten Gegenstand ein neues Leben einhauchen möchten.

Mai 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Flohmarkt: Entsam- meln am Märit: jetzt bewerben!	Website: Objektseite umschalten, Bewer- bungsformular ein- blenden, Website-In- halte kontrollieren und anpassen	Monitoring Bewerbun- gen über Website: funktioniert's, wie viele, braucht es An- passungen in der Kommunikation, um Partizipation anzukur- beln?	Entscheide und Beginn der Bewerbungsphase & Einladung zum Event kommunizieren: Medienmitteilung, Social Media, Inserate, Medienkontakte pfle- gen, Blogbeitrag etc., Museumsmitarbei- tende und Objektrat informieren
		Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Im- plementierung Pro- zessoptimierung & Dokumentation intern	Veranstaltungs-Sti- cker auf Plakaten mit Sticker für Sommer- markt überkleben

Juni 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
	Bewerbungen erfas- sen und auf Website übertragen, mit Objek- ten und Umfrage Phase 3 verknüpfen	Monitoring Bewerbun- gen über Website: funktioniert's, wie viele, braucht es An- passungen in der Kommunikation, um	Kommunikationska- näle aktualisieren und beliefern – evtl. noch- mal Anforderungen für Bewerbungen kommu-



		Partizipation anzukurbeln?	nizieren (Fristen, Ansprechperson, Kriterien, Mehrwert), regelmässige Updates an Objekträt:innen und Museumsteam via WhatsApp und Threema
	Website-Inhalte für den Phasenwechsel vorbereiten	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Ende Bewerbungsphase nochmals intensiv kommunizieren (intern/extern)

ZWISCHENPHASE 2 (ENDE JUNI 2024)

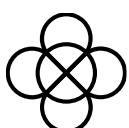
Nach dem Ende der Bewerbungsphase gibt es auf der Website eine kleine Wartephase, um die letzten Bewerbungen zu kontrollieren und aufzubereiten. Falls sich bei einzelnen Objekten die Bewerbungen häufen und es gleichwertige Objekte gibt, werden die Bewerbungen – in Rücksprache mit den Bewerber:innen – entsprechend verteilt.

Jetzt ist bereits ersichtlich, welche Objekte keine Bewerbung erhalten haben und die Suche nach einer alternativen Weiterverwendung beginnt. Im ersten Durchlauf 2022 liessen wir mit diesen Objekten eine Skulptur bauen. 2023 fanden die verbleibenden Entsammlungsobjekte in einem unserer Upcycling-Projekte im Museum oder im Rahmen von zwei Hochschulkooperationen ein neues Leben.

Verspätete Bewerbungen werden nur für Objekte ohne Bewerbung bis zum Ende der Zwischenphase berücksichtigt.

Juni 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
	Website: Objektseite umschalten, Bewerbungsformular ausblenden und Wartehinweis einblenden	Ideen für die Weiterverwendung der Objekte ohne Bewerbung suchen und mögl. Weiterverwender:innen kontaktieren	Phasenwechsel kommunizieren auf allen Kanälen



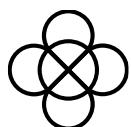
	Website-Inhalte kontrollieren und anpassen	Programm für Chuechlihus-Sunndig festlegen	Laufend: Kommunikation und Dokumentation aller Schritte (auch Fotos) und interne Ablage pflegen
	Letzte Bewerbungen erfassen, übertragen, mit Objekten und Umfrage Phase 3 verknüpfen	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	
	Allfällig verspätete Bewerbungen berücksichtigen und gehäufte Bewerbungen verteilen		
	Website-Inhalte für den Phasenwechsel vorbereiten		

PHASE 3: ABSTIMMEN UND ABHOLEN (JUNI BIS MITTE AUGUST 2024)

In der dritten Phase wird wiederum auf ENTSAMMELN.CH abgestimmt. Nun entscheiden die Emmentaler:innen über die Bewerbungen und welche Ideen für eine Weiterverwendung am meisten überzeugen. Die Abstimmung dauert bis Ende Sommerferien.

Juni 2024

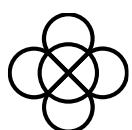
MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
	Objektseite umschalten, Bewerbungen aufschalten, Objekte ohne Bewerbung erhalten einen entsprechenden Hinweis, Wartehinweis ausblenden, Umfrage Phase 3 einblenden	Monitoring Abstimmungen über Website: funktioniert's, wie viele, braucht es Anpassungen in der Kommunikation, um Partizipation anzukurbeln?	Medieninfo zu Anzahl Bewerbungen und Inhalt schreiben und verschicken, persönliche Kontaktaufnahme mit ausgewählten Redaktionen und Medien-



			personen sowie Updates an Objekträt:innen und Museumsteam via WhatsApp und Threema
	Website-Inhalte kontrollieren und anpassen	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Aufruf zum Abstimmen auf allen Kanälen

Juli 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Sommermarkt: Entsammeln am Märit: jetzt abstimmen!		Informationsstand am Sommermarkt vorbereiten	Veranstaltungs-Sticker auf Plakaten mit Sticker für Chuechli-hus-Sunndig überkleben
Objektrat einladen und informieren für zweites «Objektrat-Treffen»		Monitoring Abstimmungen über Website: funktioniert's, wie viele, braucht es Anpassungen in der Kommunikation, um Partizipation anzukurbeln?	Kommunikation der vielseitigen Bewerbungen: Website (inkl. Blogbeiträge), Social Media, Inserate, Medieninfo, Infos an WhatsApp und Threema-Gruppen (interne Kommunikation)
		Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Laufend Kommunikation auf allen Kanälen pflegen, Einladung zum Event



August 2024

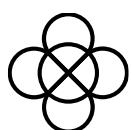
MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
	Website-Inhalte für den Phasenwechsel vorbereiten	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Ende Abstimmungsphase auf allen Kanälen kommunizieren (extern/Intern)
			Inserat "Chüechlihus-Sunndig" mit Grafiker:in vorbereiten, Einladung zum Chüechlihus-Sunndig und zum Abschluss des Entsammlungsprojekts versenden

ZWISCHENPHASE 3 (2. HÄLFTE AUGUST 2024)

Nachdem die zweite Abstimmung beendet ist, kommt der Objektrat ein weiteres Mal zusammen und entscheidet abschliessend, wer die zu entsammelnden Objekte erhält. Auch hier fliesst die Online-Abstimmung der Emmentaler Bevölkerung in den finalen Entscheid mit ein. Der Objektrat geht Objekt für Objekt durch und stimmt abschliessend über die sinnvollste Weiterverwendung ab. Anschliessend werden die Personen informiert, die ein Objekt zur Umsetzung ihrer Idee erhalten. Sie können ihr/e Objekt/e am Chüechlihus-Sunndig beim Regionalmuseum Chüechlihus abholen. Alle anderen Bewerber:innen sind ebenfalls eingeladen im Museum vorbeizuschauen. Den Projektabschluss feiern wir im Rahmen des Chüechlihus-Sunndigs vor und im Museum mit einem ganz-tägigen Kulturprogramm für die ganze Familie.

August 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Online-Entscheide für Objektrat-Treffen aufbereiten und verschiicken	Objektseite umschalten, Umfrage Phase 3 beenden und Resultate ausblenden, Wartehinweis einblenden, die Bewerbungen bleiben sichtbar	Regelmässiger Jour fixe inkl. direkter Implementierung Prozessoptimierung & Dokumentation intern	Entscheid und Abschluss kommunizieren: Bewerber:innen, Website (inkl. Blogbeiträge), Social Media, Inserate, Infos an Whats-App und Threema-Gruppen (interne Kommunikation)



Zweites Treffen des Objektrats: Entscheide zu den Bewerbungen	Website-Inhalte kontrollieren und anpassen	Chüechlihus-Sunndig vorbereiten inkl. Briefing Fotograf:innen und ev. Ersatz sicherstellen	Medienmitteilung finale Entscheidung und Chüechlihus-Sunndig
Information der Bewerber:innen zu den Entscheiden	Website-Inhalte anpassen, Entscheide publizieren Objekte für Gewinner:innen gruppieren, Übergabequittungen vorbereiten		Letzte Inserate erscheinen

September 2024

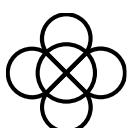
MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Chüechlihus-Sunndig: die Bewerber:innen holen ihre Objekte ab	Chüechlihus-Sunndig: die Bewerber:innen holen ihre Objekte ab	Vor- und Nachbereitung Chüechlihus-Sunndig	Chüechlihus-Sunndig live dokumentieren und kommunizieren

NACHBEARBEITUNG (SEPTEMBER BIS NOVEMBER 2024)

Mit der Übergabe der Objekte beginnt die Nachbearbeitung und Dokumentation des Durchlaufs und des gesamten Projekts. Ein weiteres Mal werden die Meinung und die Verbesserungsvorschläge aller Beteiligten abgeholt.

September 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Bei Bewerber:innen von nicht abgeholtenden Objekten 2024 nachfragen und Abholtermin festlegen	Website-Inhalte kontrollieren und anpassen	Dokumentation des gesamten Programms 2024	Rückblick Chüechlihus-Sunndig zusammenstellen und kommunizieren (offizielles öffentliches Finale jedes Entsammlungsdurchgangs)



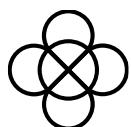
Debriefingtermine mit Involvierten ausmachen (inkl. Abschlussessen) & Umfrage für Feedbacks von Involvierten vorbereiten	Ausstellung 2024 abbauen		
--	--------------------------	--	--

Oktober 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Feedback bei Beteiligten 2024 (Bewerber:innen und Abstimmende) abholen: Online-Umfrage erstellen und verschicken		Projekt-Dokumentation überprüfen und nachführen	Kommunikation Projektabschluss planen
Abschlusstreffen vorbereiten, Feedback Objektrat 2024 abholen: Online-Umfrage erstellen und verschicken		Regelmässiger Jour fixe inkl. Dokumentation intern	Projektrückblick des gesamten Durchlaufs dokumentieren und schreiben
Abschlussessen mit Objektrat 2024 (+ 2022 & 2023) = Projektabschluss GESAMT			

November / Dezember 2024

MENSCHEN	OBJEKTE	(PROZESS) PLANUNG	KOMMUNIKATION
Debriefings mit Mitarbeitenden, Medienpartnern, Fotograf:in, Webagentur, Grafik durchführen		Letze Jour fixe inkl. Abschlussessen Kern-team	Online-Umfragen auswerten und Blogbeitrag erstellen (transparente Kommunikation)



Abschlusstreffen mit Objektrat: Debriefing, Dankeschön und Abendessen			Rückblick inkl. Auswertungen und Ausblick kommunizieren: Beteiligte, Website (inkl. Blogbeiträge), Social Media Website archivieren Allen Beteiligten danken
---	--	--	--

Langnau, 23. Januar 2026

¹ Wir haben für in der Kommunikation verschiedene Kanäle bespielt

Information

- Website <https://entsammeln.ch/> inkl. Projektblog
- Flyer und Plakate inkl. Veranstaltungssticker
- Inserate in regionalen Medien (inkl. Medienpartnerschaft)
- Aktionen wie «Hausierer:innentag» und andere Veranstaltungen
- Social Media: FB, IG, LinkedIn, YouTube
- Medienarbeit
- Newsletter per Mail an Interessierte
- Museumschat für Museumsmitarbeitende

Partizipation

- Website und Veranstaltungen
- Chatgruppe Objektrat und Objektrat-Treffen

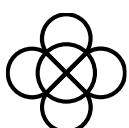
Dokumentation

- Extern: <https://entsammeln.ch/doku/>
 - o Blogbeiträge
 - o Eigene Publikationen
- Intern: Ablage von gesamter Projektdokumentation auf dem Server

²Auslosung von 84 Personen durch die Einwohnerkontrolle, zufällig gemäss folgenden Vorgaben:

- 12 weibliche Personen, 18-25 Jahre alt (d.h. für 2024: Jahrgänge 1998-2005)
- 12 männliche Personen, 18-25 Jahre alt
- 12 weibliche Personen, 26-35 Jahre alt
- 12 männliche Personen, 26-35 Jahre alt
- 12 weibliche Personen, 36-45 Jahre alt
- 12 männliche Personen, Jahrgänge: 36-45 Jahre alt
- 6 weibliche Person, Jahrgänge: 46 Jahre oder älter
- 6 männliche Person, Jahrgänge: 46 Jahre oder älter

Jüngere Personen werden bei der Auslosung bevorzugt, da die Personen, die durch ihre Funktion im Objektrat Einsatz nehmen, bereit in die zwei höchsten Alterskategorien fallen.



³ Der Objektrat ist ein eigens für das Projekt gegründetes Gremium. Damit er abschliessend über die Entsammlung entscheiden konnte, musste dies der Gemeinderat von Langnau – der sonst entschieden hätte – erlauben.

Der Objektrat setzt sich zusammen aus zufällig ausgelosten Menschen aus Langnau, den Stimmen aus der Online-Abstimmung sowie Personen aus Verwaltung, Politik und Museum. Der Vorentscheid aus der Online-Abstimmung zählt dabei 3 oder 4 Stimmen, so dass das Total der Stimmen eine ungerade Zahl ergibt.

Die ausgelosten Langnauer:innen und die Emmentaler:innen, die online mitbestimmen, haben gemeinsam eine Mehrheit der Stimmen. Die üblichen Entscheidungsbefugten sind in der Minderheit.

