Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Schauplatz Spitex : Zeitschrift der kantonalen Spitex Verbände Zürich, Aargau, Glarus, Graubünden, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau**

Band (Jahr): **- (2000)**

Heft 3

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

SPITEX
Hilfe und Pflege zu Hause

schauplatz

Zeitschrift der kantonalen Spitex-Verbände
glarus · schaffhausen · st. gallen · zürich

13. Juni 2000 Nr. 3

editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Erinnern Sie sich noch? «Die Spitex tut gut daran, am Puls der Kundenbedürfnisse zu bleiben und ihren Auftrag durch kluge Öffentlichkeitsarbeit in der Bevölkerung zu verankern». Mit diesem «Auftrag» haben wir uns das letzte Mal von Ihnen verabschiedet.

Damit Sie sich nicht länger den Kopf darüber zerbrechen müssen, haben wir Ihnen in dieser Nummer nebst vielen andern Beiträgen ein reichhaltiges Programm rund um das Thema «Öffentlichkeitsarbeit in der Spitex» zusammengestellt.

Obwohl sich die Spitex gemäss einer kürzlich durchgeführten Bekanntheits- und Imageanalyse bei der Bevölkerung der Stadt St. Gallen eines sehr hohen Bekanntheitsgrades von 96,6 % erfreut (welcher Branche gelingt das schon!!!) und sie als eine bekannte, zeitgemässe, professionell organisierte Institution wahrgenommen wird, dürfen wir uns keinesfalls einfach zurücklehnen.

Indem die Spitex in Zukunft ihren Marktauftritt vermehrt einheitlich gestaltet, wird sie nicht nur bei der Bevölkerung, sondern auch in der Politik und bei den Versicherern noch mehr wahrgenommen.

Sowohl das einheitliche grün-blaue Logo, wie auch die neuen Plakate und Prospekte des Spitex Verbandes Schweiz sind aus unserer Sicht überzeugende Instrumente, die für alle bereit liegen. Auch sie sind weitere Meilensteine auf dem Weg in die Öffentlichkeit und tragen dazu bei, dass der Traum von einer allgegenwärtigen Spitex nicht mehr länger nur Zukunftsmusik bleibt. Wir wünschen Ihnen fürs erste viel Erfolg und hoffentlich auch Freude und Spass damit.

Annemarie Fischer
Geschäftsleiterin Spitex Verband Kt. Zürich

Öffentlichkeitsarbeit in der Spitex

Öffentlichkeitsarbeit, die eigenen Dienstleistungen anpreisen und verkaufen - das hat für manche Mitarbeitende von Sozialinstitutionen immer noch den schalen Beigeschmack des Kommerziellen und Unreinen. Dies, obwohl das Geld und dessen Beschaffung unmittelbare Voraussetzung sozialer Arbeit darstellen.

In diesem Artikel wird der Begriff «Marketing» verwendet. Marketing, verstanden als Marktbeobachtung und Gewinnung von Marktanteilen bzw. (neuen) Kundinnen und Kunden, umfasst eine Reihe anderer Instrumente der Kommunikation nach aussen und nach innen (siehe Kasten): Public Relations (PR), Werbung, Corporate Identity (CI), Corporate Design (CD), Corporate Communication (CC), Corporate Behaviour (CB). Marketing ist ein dynamischer Prozess, welcher verlangt, dass die Absichten und Wirkungen bei den Kundinnen und Kunden immer wieder überprüft werden. In unserer Zeit, die einem unglaublich raschen Wandel von materiellen Gegebenheiten, Wertvorstellungen und Bedürfnissen unterworfen ist, erweist sich dies als besonders nötig und wichtig. Marketing in diesem Sinne ist eine Führungsaufgabe.

Leitende Aspekte

Beim Marketing handelt es sich um ein Bündel von Aspekten, die gesamthaft die Wirkung und den Erfolg einer Spitex-Organisation ausmachen. Es sind dies:

1. Die Dienstleistungen, die klientengerecht, zeitgemäss, effizient und wirtschaftlich sein müssen;
2. Die Kommunikation, welche von den Zielgruppen verstanden werden muss (Klientinnen und Klienten, Mitarbeitende);
3. Das Image, bestehend aus Bekanntheitsgrad, Ansehen, Kompetenz, Vertrauen etc.;
4. Die Übereinstimmung des Aussenbildes der Organisation mit dem Bild, das sich das Umfeld macht (Ärzte, Spitäler, soziale Institutionen, Geldgebern etc.) und des Innenbildes von Mitarbeitenden der Organisation.

Wenn diese vier Aspekte harmonisch aufeinander abgestimmt werden, dann wird erfolgreich kommuniziert, z.B. mit einem Dienstleistungsprospekt.

Ist-Analyse

Vor aller Kommunikation nach aussen muss die Organisation sich selbst ken-

inhalt

editorial 1

thema 1
- Öffentlichkeitsarbeit 2
- Auf dem Weg in die Öffentlichkeit 4
- Imageanalyse 6

forum 7
- Prominente sehen Spitex 8
- Spätdienst 9

qualität 11
- Qualität ohne Grenzen, 3 12
- Restrukturierungen 13

nachrichten 13
- Spitex Verband Schweiz 14
- Einsatzkriterien und Leistungsrahmen 15

glarus 15
- Lernende in der Spitex 15
- Beratungsstelle für Alkoholgefährdete 16
- Pflegehelferinnen in der Spitex 16

schaffhausen 17
- Erfahrungsaustausch 17
- Mütter- und Väterberatung 18
- Pflegehelferinnen 19

st. gallen 19
- Weiterbildung 19
- Versicherungen 20
- Agenda

zürich
- Fallmanagement
- Messgrössen
- Spitex-Logo
- Palliativ-Forum
- Hinweise

bildungsangebote