

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

Band: - (2000)

Heft: 3

Vorwort: Editorial

Autor: Fischer, Annemarie

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



S P I T E X
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
Geschäftsführerin 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 Spi-

tex-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, Geldgeber 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

thema

- Öffentlichkeitsarbeit
- Auf dem Weg in die Öffentlichkeit
- Imageanalyse

forum

- Prominente sehen Spitex
- Spätdienst

1 qualität

- Qualität ohne Grenzen, 3
- Restrukturierungen

2 nachrichten

- Spitex Verband Schweiz
- Einsatzkriterien und Leistungsrahmen

7 glarus

- Lernende in der Spitex

- Beratungsstelle für Alkoholgefährdete
- Pflegehelferinnen in der Spitex

11 schaffhausen

- Erfahrungsaustausch
- Mütter- und Väterberatung
- Pflegehelferinnen

13 st. gallen

- Weiterbildung
- Versicherungen
- Agenda

zürich

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

15 bildungsangebote

16
16
16
17
17
18
19
19
20