



S P I T E X
Hilfe und Pflege zu Hause

Spitex Verband Kanton St. Gallen

Kommunikationskonzept

1. Leitgedanken zur Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Der Spitex Verband Kanton St. Gallen unterstützt mit seiner Kommunikation nach innen und nach aussen die Spitex bei ihren Aufgaben im Sozial- und Gesundheitswesen. Der Verband ergreift Partei für die gemeinnützige Spitex, für eine professionelle, flexible und menschliche Hilfe und Pflege zu Hause. Er betreibt Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung von Image, Akzeptanz und Unterstützung der Spitex als einheitliche Branche im Kanton St. Gallen.

2. Ziele

Für die Mitglieder, für die Partnerinstitutionen, für politische Gremien und Verwaltungen, für die Öffentlichkeit und die Medien ist der Spitex Verband Kanton St. Gallen ein sachkundiges Informations- und Beratungszentrum. Zusammen mit dem Spitex Verband Schweiz und andern Spitex-Kantonalverbänden setzt sich der Verband bei Bund, Kanton, Gemeinden, Krankenversicherungen und weiteren Institutionen für die Interessen der Spitex und der Mitglieder ein. Seine Tätigkeiten erfolgen in Ergänzung zu den Kommunikationsaktivitäten der Basisorganisationen (vgl. dazu Auszug aus dem *Kommunikationskonzept für die Non-Profit Spitex* im Anhang).

Art der Kommunikation

Der Spitex Verband Kanton St. Gallen kommuniziert nach innen und aussen

- im Interesse seiner Mitglieder und der gesamten Spitex-Branche
- in einer einheitlichen Sprache
- wahr und unverfälscht
- transparent
- kompetent
- proaktiv
- aktuell, rasch und kontinuierlich
- zuvorkommend, verbindlich und überzeugend.

Kommunikationsziele intern

- Die Mitglieder sind transparent und umfassend über die Verbandstätigkeit informiert.
- Die Mitglieder sind über die Entwicklungen in der Spitex-Branche und im Gesundheitswesen informiert.
- Prozesse und Entscheide können nachvollzogen werden.
- Die Mitglieder sind motiviert, sich aktiv an der Verbandsarbeit und der Branchenentwicklung zu beteiligen.
- Das Wir-Gefühl der Mitglied-Organisationen wird gefördert, sodass sie sich als einheitliche Spitex-Branche wahrnehmen und sich gegen Konkurrenten abgrenzen können.

Kommunikationsziele extern

- Das Verständnis und das Vertrauen in die Spitex-Branche wird gefördert.
- Das Ansehen der Spitex wird angehoben.
- Die Leistungen der Spitex werden auf breiter Ebene bekannt gemacht.
- Das Interesse an Spitex-Themen wird verstärkt.
- Die Bereitschaft, sich bei Bedarf selber für die Spitex in irgendeiner Form zu engagieren, wird erhöht.
- Die Öffentlichkeit wird für Spitex-Anliegen sensibilisiert.
- Die Meinungs- und Entscheidungsfindung wird bei Politiker/innen mit gezielten und umfassenden Informationen beeinflusst.

3. Kommunikationsmittel und -kanäle

Interne Kommunikation

- Elektronische oder postalische Versände
- Newsletter Ostschweiz
- Schauplatz Spitex
- Regio Treffen
- Elektronische Foren
- Delegiertenversammlung
- Jahresbericht
- Empfehlungen, Unterlagen und Hilfsmittel
- Fortbildungen und Informationsveranstaltungen
- Persönliche Kontakte und Beratungen

Externe Kommunikation

- Website
- Newsletter Ostschweiz
- Schauplatz Spitex
- Jahresbericht
- Nationaler Spitemtag
- Beteiligung an Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit Basisorganisationen
- Medienmitteilungen
- Vertretung der Spitex in Gremien und Arbeitsgruppen
- Information von Behörden und Entscheidungsträgern
- Stellungnahmen und Vernehmlassungen
- Corporate Design

4. Konkrete Massnahmen

Der Verband vertieft den Austausch und die Kontakte mit den Mitgliedern.

- Die Regio Treffen werden vom Verband noch stärker für Diskussionen mit den Mitglied-Organisationen genutzt.
- Mit Umfragen an den Regio Treffen oder zu spezifischen Fragen (z.B. Fachstelle Spitexentwicklung) wollen wir in Erfahrung bringen, was die Mitglieder vom Verband erwarten.
- Für bestimmte, alle Mitglied-Organisationen beschäftigende Probleme bildet der Verband Arbeitsgruppen, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der Mitgliedorganisationen und des Vorstands/Geschäftsstelle. Diese Arbeitsgruppen entwickeln Empfehlungen für die Mitglieder. Die Arbeitsgruppen können einen zeitlich befristeten Auftrag erhalten; für einzelne Themen könnte die Schaffung permanenter Gremien nützlich sein (z.B. RETeams, ERFA-Gruppen).
- Der Verband richtet sein Kursangebot spezifisch auf Vorstandsmitglieder und Spitex-Mitarbeitende aus. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sollen als wichtige Themen in den Fortbildungsplan aufgenommen werden.
- Der Verband fördert das Forum für einen Informationsaustausch im Kanton.
- Die Arbeitsunterlagen des Verbandes sind sachlich auf die Spitex bezogen, aktuell, leicht zugänglich, preislich vernünftig und in attraktiver Form präsentiert.

Der Verband nimmt Stellung zu sozial-und gesundheitspolitischen Fragen und platziert diese Stellungnahmen bei den geeigneten Adressaten/innen.

- Der Spitex Verband entwickelt zu speziellen Fragen, die die Spitex tangieren, eine klare, anschauliche Verbandsposition und kommuniziert diese den Mitgliedern und den Medien.
- Der Verband hat eine klare Vorstellung, was Spitex ist/sein soll. Er grenzt sich klar zu Konkurrenten ab.
- Der Verband bemüht sich, in allen kantonalen oder regionalen Gremien, in denen auch Spitex-Fragen behandelt werden, präsent zu sein (Einsatz in Gremien oder Anhörung).
- Wichtige, die Spitex betreffende Ereignisse werden als Aufhänger genutzt, um den Medien unsere Stellungnahmen zukommen zu lassen, und zwar in einer Form, die Aufmerksamkeit erregt (Probleme, eventuelle Konflikte aufzeigen, Schwierigkeiten und Lösungsmöglichkeiten ansprechen).
- Der Verband organisiert nach Bedarf auch Medienkonferenzen.
- Der Verband betreibt aktives Lobbying bei regionalen und kantonalen Entscheidungsträger/innen.

Der Schauplatz Spitex und der Ostschweizer Newsletter etablieren sich weiter als wichtige Spitex-Medien.

- Der Schauplatz wird zu einer Zeitschrift, in der in journalistisch attraktiver und kritischer Weise alle Spitex-Fragen (Spektrum von Arbeitsrecht bis Wundprophylaxe), Stellungnahmen der Verbände, Positionen der Spitex-Partner (wie Krankenversicherungen, Parteien, Behörden etc.), Spitex-Ereignisse etc. aufgearbeitet und behandelt werden.
- Der Ostschweizer Newsletter informiert aktuell und attraktiv aufbereitet über wichtige Ereignisse rund um Spitex und Gesundheitswesen. Er soll sowohl gegen innen wie aussen auf Spitexthemen im Kanton, in der Ostschweiz und auch auf Ebene Schweiz hinweisen.

Verabschiedet an der Vorstandssitzung vom 23. Januar 2009

Anhang

Auszug aus dem Kommunikationskonzept für die Non-Profit-Spitex des Spitex Verbands Schweiz

Der nachstehende Ausschnitt zeigt die Rollenteilung und die Zuständigkeiten der verschiedenen Ebenen.

...

3.2. Rollenteilung

Die Kommunikation der Non-Profit-Spitex basiert auf einem Drei-Säulen-Modell. Die drei Säulen sind:

- Spitex Verband Schweiz
- Kantonalverbände
- Basisorganisationen

Die konsequente Rollenteilung mit einer institutionalisierten Koordination erlaubt es, das vorhandene Fachwissen sowie die Kanäle und Kontakte der drei Kommunikationssäulen voll auszuschöpfen. Gleichzeitig werden Doppelspurigkeiten weitgehend vermieden.

Grundsatz:

- Die Massnahmen werden unter den drei Kommunikations-Säulen aufeinander abgestimmt.
- Spitex Verband Schweiz und Kantonalverbände sowie Kantonalverbände und Basisorganisationen informieren sich gegenseitig über relevante Medienaktivitäten und grössere Kommunikationsprojekte.
- Der Spitex Verband Schweiz stellt den KV/BO Fachwissen zur Verfügung (z.B. Coaching, Checklisten)

nächste Seite: Tabelle Zuständigkeiten/Aufgaben nach Bereichen

3.3. Zuständigkeiten/Aufgaben nach Bereichen

Bereich	Spitex Verband Schweiz (SVS)	Kantonalverbände (KV)	Basisorganisationen (BO)
Nationale elektronische Medien (wie Radio DRS/Fernsehen DRS, RSR/TVSR, RS/TVSI, Swissinfo)	- Aktive Betreuung/Beobachtung	- Bei Anfragen für Interviews immer SVS orientieren - Vor Herausgabe eigener Communiqués SVS orientieren	- Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe von Communiqués immer KV orientieren
Lokalradios/Lokale TV-Stationen (wie Radio 24, TeleBärn, Canal 3)	- Nicht aktiv bearbeitet	- Aktive Betreuung/Beobachtung	- Bei Interviewanfragen und vor Herausgabe von Communiqués zu <i>kantonal relevanten Themen</i> KV orientieren
Nationale Zeitungen/Zeitschriften/Agenturen (Sonntagsmedien, Blick, NZZ, Tages-Anzeiger, Beobachter, Cash, Brückenbauer/Construire, Coop Zeitung, Le Temps, Le Matin, 20 Minuten, SDA, AP)	- Aktive Betreuung/Beobachtung	- Bei Anfragen für Interviews etc. immer SVS orientieren - Vor Herausgabe eigener Communiqués immer SVS orientieren	- Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe von Communiqués immer KV orientieren
Regionale Zeitungen (wie Neue Mittelland Zeitung, Südostschweiz, BAZ, Bund, Neue Luzerner Zeitung, 24 heures, Tribune de Genève, Courrier, Journal du Jura etc.)	- z.T. bedient mit nationalen Communiqués (Absprache mit KV)	- Aktive Betreuung/Beobachtung - Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe von Communiqués zu Themen von <i>überkantonalen Bedeutung</i> immer SVS orientieren	- Bei Interviewanfragen und vor Herausgabe von Communiqués zu <i>kantonal relevanten Themen</i> KV orientieren
Lokale Zeitungen (wie: Willisauer Bote, Biel-Bienne, Oberhasler, Quartierblätter etc.)	- Nicht aktiv bearbeitet	- Nicht aktiv bearbeitet	- Aktive Betreuung/Beobachtung - Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe eigener Communiqués KV orientieren
Fachmedien	- Aktive Betreuung/Beobachtung	- Aktive Betreuung in kantonalen/regionalen Belangen - Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe von Communiqués zu Themen von <i>überkantonalen Bedeutung</i> immer SVS orientieren	- Bei Anfragen für Interviews und vor Herausgabe eigener Communiqués KV orientieren
Imagekampagnen (Prospekte, Plakate, Multimedia, nationale PR-Anlässe etc.)	Konzeption/Produktion nationale Kampagnen	- Mithilfe Umsetzung, kantonal abgestimmt	- Mithilfe Umsetzung, lokal abgestimmt
Argumentarien	- Bearbeitet nationale Themen - Stellt den KV Argumentarien zur Verfügung	- Bearbeitet kantonale/regionale Themen - Stellt den BO Argumentarien zur Verfügung	- Aktiv den KV um Erarbeitung von Argumentarien anfragen (Inputs geben, wo Informationsbedarf besteht)
Krisensituationen	- Leitet/koordiniert in überkantonalen Fällen die Kommunikation - Unterstützt/berät KV	- Aktive Rolle im Kanton, beobachtet - Warnt SVS frühzeitig vor sich abzeichnenden Krisensituationen - Kontaktiert bei Krisen SVS	- Aktive Rolle lokal, beobachtet - Warnt KV frühzeitig von sich abzeichnenden Krisensituationen - Kontaktiert bei Krisen den KV
Verbandsinterne Kommunikation	- Kommuniziert in erster Linie mit KV	- Hat Scharnierfunktion: kommuniziert sowohl mit SVS als auch BO	- Kommuniziert in erster Linie mit KV