

«Die Spitex – modern und systemrelevant» Spitex-Tag 2022

Gemeinsame Aktion der Ostschweizer Spitex Verbände:

Spitex Verband Graubünden
Spitex Verband Kanton Schaffhausen
Spitex Verband SG|AR|AI
Spitex Verband Thurgau
Spitex Verband Kanton Zürich

Inhalt

1	Ausgangslage	2
2	Beschreibung Motto von Spitex Schweiz	2
3	Aktivitäten Spitex Schweiz	2
4	Idee SVKO.....	2
5	Kommunikatives Ziel.....	2
6	Zielgruppen.....	2
7	Kommunikative Botschaften.....	3
8	Strategie	3
9	Visuelle Umsetzung	3
10	Massnahmen	3
10.1	Video «relevant»	4
10.2	Profil-Bild Social Media	4
10.3	Aufkleber.....	4
10.4	Signatur	4
10.5	Online-Banner	4
10.6	Interne Kommunikation	4
10.7	Externe Kommunikation	4
11	Kosten	4
12	Weiteres Vorgehen	4

1 Ausgangslage

- Der jährliche, nationale Spitex-Tag findet dieses Jahr am 3.9.2022 statt.
- Das Motto ist: «die Spitex – modern und systemrelevant».
- Spitex Schweiz hat das Motto festgelegt und plant gewisse Aktivitäten.
- Die Spitex-Verbandskonferenz Ost (SVKO) hat beschlossen, gemeinsam zusätzliche Aktivitäten zu entwickeln und in allen 7 Kantonen (TG, SH, SG, AR, AI, GR, ZH) umzusetzen.

2 Beschreibung Motto von Spitex Schweiz

«Spitex Schweiz hat das Motto vom Spitex-Tag folgendermassen umschrieben:

Das Motto des Spitex-Tages vom 3.9.2022 lautet «die Spitex – modern und systemrelevant». Durch das Aufzeigen der vielfältigen Tätigkeitsgebiete und Berufsprofile bei der Spitex soll einerseits die Professionalität und andererseits die Systemrelevanz der Spitex zum Ausdruck kommen. Dadurch sollen potenzielle Mitarbeitende für die attraktiven Berufsfelder bei der Spitex sensibilisiert beziehungsweise die Rekrutierung der Spitex-Organisationen unterstützt werden.

Zu den geplanten Kommunikationsmassnahmen gehören insbesondere Berufsporträt-Videos, welche die Spitex-Organisationen rund um den Spitex-Tag auf ihren Webseiten platzieren und auf ihren Social-Media-Kanälen streuen, teilen und « liken » können. Dabei handelt es sich um voraussichtlich rund ca. 8 Videos von Spitex-Mitarbeitenden mit unterschiedlichen Berufen, sowohl ausgewählte bestehende Videos von Spitex-Basisorganisationen als auch neu produzierte Videos. Zudem wird eine Social-Media-Wall erstellt werden».

3 Aktivitäten Spitex Schweiz

- Berufsporträt Videos
- Social-Media-Wall
- Inserat-Vorlage
- Vorlage Medienmitteilung

4 Idee SVKO

Während der Corona-Krise und durch die Pflegeinitiative ist die Pflege in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. Am Spitex-Tag wollen wir an diese Aufmerksamkeit gegenüber der Pflege anknüpfen und die Spitex (statt die Akutpflege) ins Zentrum stellen.

Die Mitarbeitenden selbst werden aktiv in den Spitex-Tag miteinbezogen und ihnen wird eine Plattform geboten. Schliesslich sind sie ja diejenigen, die die Spitex ausmachen. Wir stellen die Relevanz der einzelnen Personen aber auch der Spitex in den Vordergrund. Zudem möchten wir die Grundlage für weiterführende Gespräche schaffen. Die Mitarbeitenden sollen durch die Aktivitäten gestärkt und geehrt werden, es soll an ihren Berufsstolz appelliert und ein Zusammengehörigkeitsgefühl (über die Kantonsgrenzen hinaus) geschaffen werden («Spitex-Familie»): Sie sind enorm wichtig, leisten täglich hochprofessionell Ausserordentliches und verdienen Anerkennung und Dank.

5 Kommunikatives Ziel

Die Arbeit der Spitex-Mitarbeitenden wird als (system)relevant und hochprofessionell erkannt und sie erfahren Anerkennung und Wertschätzung.

6 Zielgruppen

- Mitarbeitende
- Personen aus dem sozialen und beruflichen Umfeld der Mitarbeitenden
- Öffentlichkeit
- ...und somit auch potenzielle neue Mitarbeitende/Ausbildungsinteressierte

7 Kommunikative Botschaften

- Die Spitex ist (system)relevant.
- Jede/r einzelne Spitex-Mitarbeitende/r ist relevant.
- Ohne die Spitex geht es nicht.
- Die Arbeit ist komplex, anspruchsvoll, vielfältig.
- Die Spitex arbeitet hochprofessionell und modern.
- Den Spitex-Mitarbeitenden gebührt Wertschätzung und Anerkennung.

8 Strategie

Mit den Aktivitäten soll es eine Innen- und eine Aussenwirkung sowie Interaktion geben.

- Innenwirkung (Mitarbeitende): Bestätigung, Stärkung Berufsstolz, Motivation, Identifikation mit Beruf und Branche, Schaffung eines Zusammengehörigkeitsgefühls
- Aussenwirkung (Öffentlichkeit): Wichtigkeit und Professionalität der Arbeit der Spitex-Mitarbeitenden soll erkannt und geschätzt werden
- Interaktion: Zwischen Mitarbeitenden und ihrem privaten und beruflichen Umfeld (Familie, Bekannte, Kunden, Partner) soll das Thema «Relevanz» zum Gesprächsthema werden.

9 Visuelle Umsetzung

Für die visuelle Umsetzung wird mit dieser typografischen Lösung gearbeitet:



10 Massnahmen

- Video «relevant»
- Profil-Bild Social Media
- Aufkleber
- Signatur
- Online-Banner
- Interne Kommunikation
- Externe Kommunikation

10.1 Video «relevant»

Wir produzieren ein dynamisches (max.) 2-Minuten-Video, in dem Mitarbeitende aus allen mitmachenden Kantonen die Relevanz der Spitex auf den Punkt bringen. Das Video wird für die interne und externe Kommunikation verwendet und hat somit Innenwirkung (auch für die Protagonisten) und Aussenwirkung.

Ideal wäre, wenn jede Basisorganisation das Video auf seine Website einbettet und via Social Media sowie über die eigenen internen Kanäle (Intranet, Beekeeper usw.) bekanntmacht.

10.2 Profil-Bild Social Media

Allen Mitarbeitenden wird ein Profilbild mit dem «Relevant»-Visual zur Verfügung gestellt. Sie werden gebeten, das Profil-Bild vom 29.8.22 bis 10.9.22 (oder wer will auch darüber hinaus) in ihren Social-Media-Profilen zu verwenden. Die Idee ist, dass es dadurch Interaktion stattfindet («Hey, was hat dein Profilbild zu bedeuten?»). Je mehr Personen das Profilbild einsetzen, desto grösser der Effekt.

10.3 Aufkleber

Alle Basis-Organisationen können runde Aufkleber (ca. 5cm Ø) mit dem «Relevant»-Sujet bestellen und an die Mitarbeitenden verteilen. Diese können sie auf ihrer Arbeitskleidung, Taschen, Velos usw. aufkleben - wiederum mit dem Ziel, dass sie darauf angesprochen werden, was der Kleber zu bedeuten hat und es zum Gespräch kommt.

10.4 Signatur

Den Basis-Organisationen wird eine Signatur zur Verfügung gestellt.

10.5 Online-Banner

Für die Basisorganisationen werden in zwei Formaten Online-Banner mit dem «Relevant»-Sujet erstellt mit der Bitte, diese zwischen 29.8. und 10.9.22 auf ihrer Website aufzuschalten.

10.6 Interne Kommunikation

Für die interne Kommunikation wird ein Textbaustein entworfen, den die Basisorganisationen für die Information der Mitarbeitenden nutzen können.

10.7 Externe Kommunikation

- Website: Den Basisorganisationen wird ein Textbaustein für die Website zur Verfügung gestellt.
- Social-Media: Den Basisorganisationen werden mögliche Social-Media-Posts inkl. Publikationsplan zur Verfügung gestellt.
- Medienmitteilung: Für die Kantonalverbänden wird eine Medienmitteilung entworfen, die bei Bedarf noch regional angepasst werden kann.

11 Kosten

Die Kosten für die Massnahmen werden von den teilnehmenden Kantonalverbänden getragen. Für die Organisationen entstehen keine weiteren Kosten.

12 Weiteres Vorgehen

1. Information der Basis-Organisationen über geplantes Vorhaben (dieses Schreiben)
2. Suche ProtagonistInnen für Video (je 5 Personen aus allen 5 Kantonalverbänden)
3. Finalisierung Konzept Video und Produktion Video
4. Finalisierung Visual, Umsetzung Profilbilder, Online-Banner, Signatur sowie Aufkleber
5. Bestellprozedere Aufkleber
6. Vorlagen für interne und externe Kommunikation erstellen