

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

**Herausgeber:** Spitex Verband Kanton Zürich

**Band:** - (2004)

**Heft:** 2

  

**Artikel:** Kommunikation : Rollen klar teilen

**Autor:** Keller, Andreas

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-822570>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 16.01.2026

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

# Kommunikation: Rollen klar teilen

Die Spitex soll ein Kommunikationskonzept erhalten. Wir haben Andreas Keller, verantwortlich für Kommunikation und Marketing beim Spitex Verband Schweiz, gebeten, das Konzept hier vorzustellen.

Will die Spitex im Trubel des sich rasant wandelnden Gesundheitswesens nicht an die Wand gedrückt werden, muss sie sich Gehör verschaffen – und zwar auf lokaler, kantonaler und eidgenössischer Ebene. Das Kommunikationskonzept für die Non-Profit-Spitex soll dafür sorgen, dass die Spitex landesweit möglichst koordiniert auftritt.

Die Delegiertenversammlung des Spitex Verbands Schweiz wird am 13. Mai über ein Kommunikationskonzept befinden. Der Entwurf ist in der Vernehmlassung und in der Diskussion an der Nationalen Kantonalverbandskonferenz vom vergangenen November grundsätzlich positiv aufgenommen worden. Viele Anregungen der Kantonalverbände konnten in die Überarbeitung einbezogen werden.

## Für die ganze Branche

Das Konzept zieht bewusst alle drei Ebenen der Spitex-Branche mit ein: den Dachverband, die Kantonalverbände und die Basisorganisationen. Denn wenn die Spitex von aussen als ernstzunehmende Partnerin in der Politik und im Markt wahrgenommen werden will, muss sie geeint auftreten. Besonders wichtig ist ein koordinierter Auftritt in Verhandlungen mit unseren Vertragspartnern und gegenüber der Politik – und zwar auf allen Ebenen: kommunal, kantonal und national.

## Wichtige Ziele des Konzepts:

- Branchenweite Bündelung der beschränkten Ressourcen durch eine klare Rollenteilung.



Mittelfristig ist es ein Ziel, dass die Spitex als zusammengehörende Organisation wahrgenommen wird.

Jede der drei Ebenen (Dachverband/Kantonalverband/Basisorganisationen) übernimmt die Funktion einer Kommunikationssäule und kommuniziert dort, wo sie am effektivsten und kompetentesten ist.

- Die Zuständigkeiten der drei Säulen sind in einer Tabelle geregelt (z. B. wer bearbeitet welche Medien, wer ist für Krisenkommunikation zuständig etc.) So können Unklarheiten eliminiert und Doppelspurigkeiten abgebaut werden.
- Die Zielgruppen mit den dazugehörigen Grundbotschaften sind in einer Tabelle definiert. Dies erlaubt es, dass die drei Säulen zielgerichtet ähnliche Botschaften kommunizieren können.
- Die Kommunikationsmassnahmen werden unter den drei Säulen aufeinander abgestimmt.
- Ein automatisierter gegenseitiger Informationsaustausch vermindert die Gefahr, dass die Spitex-Ebenen gegeneinander ausgespielt werden können. Konkret bedeutet dies beispielsweise: Bei Anfrage von national bedeutenden Medien zu heiklen Themen ist unverzüglich die nächstobere Verbandsebene zu informieren.

## Zusammengehörigkeit zeigen

Die Spitex geniesst ein sehr gutes Image in der Bevölkerung. Auch von der Politik wird sie als unverzichtbare Stütze unseres Gesundheits- und Sozialsystems anerkannt. Mit einem Anteil von nicht einmal 2% an den KVG-Gesamtkosten ist die Spitex aber eine der kleinsten «Mitspielerinnen» im Gesundheitsmarkt – was zuweilen in Verhandlungen deutlich wird. Als Federgewicht hat es die Spitex schwer, gehört zu werden. Umso wichtiger ist, dass sich die gemeinnützige Spitex visuell als zusammengehörende Organisation kennzeichnet. Deshalb wird auch das Corporate Design, das Erscheinungsbild der Spitex, im Kommunikationskonzept angesprochen. Dazu gehört das Ziel, dass mittelfristig alle gemeinnützigen Spitex-Organisationen unter dem nationalen Logo auftreten (siehe Kasten).

## Konkrete Umsetzung

Alle Spitex-Organisationen bestimmen eine für die Kommunikation (haupt-)verantwortliche Person. Diese Massnahme soll helfen, dass alle drei Ebenen bewusster, koordinierter und auch kontinuierlicher kommunizieren. Vor-

## Spitex-Logo bis Ende 2006 flächendeckend einführen

ak. Das vor bald zehn Jahren auf Dachverbandsebene eingeführte blau-grüne Spitex-Logo ist mittlerweile von vielen Basisorganisationen übernommen worden. Gemäss Kommunikationskonzept sollen bis Ende 2006 alle Organisationen unter dem einheitlichen Emblem auftreten. Voraussichtlich bis Ende 2005 will der Spitex Verband Schweiz unter Mitwirkung der Kantonalverbände die heutige lückenhafte Logo-Reglementierung überarbeiten. Im gleichen Zug sollen unter anderem auch Fragen zur Gestaltung von Websites und zur zweisprachigen Logoanwendung geklärt werden.

gesehen ist, dass die Kantonalverbände und Basisorganisationen die Modalitäten für ihre Kommunikationsstruktur und die Umsetzung der Massnahmen gestützt auf das Konzept unter sich regeln. Der Ball wird somit bei den Kantonalverbänden und Basisorganisationen liegen.

Es ist dem Spitex Verband Schweiz ein grosses Anliegen, dass die Kantonalverbände und Basisorganisationen den Ball aufnehmen. Deshalb wurde bei der Ausgestaltung des Papiers stark darauf geachtet, dass sich bereits das Konzept als echtes Arbeitsinstrument im Alltag verwenden lässt und nicht zwingend zuerst zahlreiche weitere Papiere produziert werden müssen. So sind beispielsweise die Zielgruppen mit den Hauptbotschaften und die Aufgabenteilung in übersichtlichen Tabellen auf je einer A4-Seite aufgelistet und könnten bei Bedarf als Handzettel dienen. Die Verantwortlichen des Spitex Verbands Schweiz sind überzeugt: Ziehen alle drei Ebenen am gleichen Ende des berühmten Stricks, erreichen wir erstaunlich viel – also sorgen wir alle dafür, dass das Konzept nicht in der Schublade verstaubt! □