

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

**Herausgeber:** Spitex Verband Kanton Zürich

**Band:** - (2013)

**Heft:** 4: In der Spitex bleiben

  

**Artikel:** Marketing für Mitarbeitende

**Autor:** Schären, Marius

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-822021>

### **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:** 11.02.2026

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



# Marketing für Mitarbeitende

**Mit Praktika, Imagefilmen, Standaktionen, Präsenz an Bildungsinstitutionen, Drucksachen und Online- und Printinseraten wirbt das Luzerner Kantonsspital um Personal. Andere Spitäler würden in vertraglichen Bereichen wie Lohn, Ferien und Dienstaltersgeschenk beobachtet, sagt der Personalchef. Doch letztlich sei das Materielle nur ein Element, das helfe, Mitarbeitende zu rekrutieren und zu halten.**

**Marius Schären** // Eine schöne, lachende Frau schaut auf ein Papier, das sie in der Hand hält. Im Hintergrund unscharf drei offenbar auch gut gelaunte Menschen, die locker-geschäftlich angezogen miteinander plaudern. Und zuvorderst, über den Händen der Frau im Vordergrund, der Titel «Nice to know» (Gut zu wissen). Wie ein Werbeprospekt für fast jedes erdenkliche Produkt präsentiert das Luzerner Kantonsspital «Attraktive Angebote für die Mitarbeitenden», wie es im Untertitel heisst.

Aufgeführt sind in dem Papier 26 Punkte, die alle die Vorteile einer Anstellung in Luzern oder den Standorten Sursee, Wolhusen und der Reha-Klinik Montana verdeutlichen sollen. Das reicht von 13 Feiertagen über zwei Jahre Lohnfortzahlung bei Krankheit oder Unfall bis zum günstig zu beziehenden Benzin. Der Prospekt sei einerseits eine wichtige Information für die Angestellten, werde aber vor allem bei Bewerbungsgesprächen abgegeben, sagt Hans-Rudolf Meier, Leiter Human Resources am Luzerner Kantonsspital: «Wir wollen damit aufzeigen, was wir alles bieten können neben dem Thema Lohn.»

## Materielles ist nur die Abrundung

Meier betont aber, dass bei der Mitarbeitenden-Bindung die weichen Faktoren eine noch wichtigere Rolle spielen: «Das Materielle ist nur die Abrundung des Ganzen. Es ist erwiesen, dass in erster Linie andere Faktoren wichtig sind: eine interessante Arbeit, gute Führungskräfte und ein gutes Arbeitsklima.»

Immerhin: Wenn dies und das Salär einigermaßen stimmten, könnten die im Prospekt aufgeführten «attraktiven Angebote» mithelfen, die Entscheidung von Bewerbenden zugunsten des Spitals zu beeinflussen.

Den Prospekt gebe es seit etwa einem Jahr am Luzerner Kantonsspital, sagt Hans-Rudolf Meier. Das hänge mit dem Beginn der engeren operativen Zusammenarbeit mit dem Kantonsspital Nidwalden in Stans zusammen: «Die Idee kam von dort – wir fanden, das machen wir in Luzern auch.» Der Prospekt sei aber nur ein Puzzle-Teil des gesamten Personal-Marketings, führt Meier aus: «Wir sind sehr aktiv an den Schulen und Ausbildungsstätten, auch in Zusammenarbeit mit der Zentralschweizer Interessengemeinschaft Gesundheitsberufe ZIGG, etwa mit Auftritten an Berufswahlmessen.» Weitere Engagements seien Inserate oder Standaktionen – auch mal in Shoppingzentren. So sei der Prospekt eigentlich bloss das Tüpfelchen auf dem i.

## Ferien und Weiterbildung als Vorteil

Abheben könne sich das Luzerner Kantonsspital «sicher mit den Ferienlösungen», findet der Personalchef. Ab dem 50. Altersjahr gibt es 29 Arbeitstage Ferien, ab 60 Jahren 34 Tage in Kombination mit 13 zusätzlichen arbeitsfreien Tagen. Ebenfalls bemerkenswert seien die maximal 730 Tage Lohnfortzahlung zu 100% bei Krankheit oder Unfall. «Und das ganze Weiterbildungsangebot ist auch sehr breit», hält Hans-Rudolf Meier fest: «Wir haben jedes Jahr ein Programm mit ungefähr 100 internen Seminar-Angeboten und sind – unter Berücksichtigung des betrieblichen Interesses – grosszügig bei Beiträgen an externe Weiterbildungen.»

Manche andere Punkte werden gemäss Meier analog zu den kantonalen Anstellungsbedingungen angeboten, etwa Kinderbetreuungsbeiträge, 16 statt der gesetzlich vorgeschriebenen 14 Wochen Mutterschaftsurlaub, 5 Tage



Bild: Luzerner Kantonsspital

«Attraktive Angebote für die Mitarbeitenden» listet das Luzerner Kantonsspital extra in einem Prospekt auf – beispielsweise gibt es 16 statt 14 Wochen Mutterschaftsurlaub.

Vaterschaftsurlaub. Und weitere Angebote würden die meisten Spitäler in dieser Grösse (5860 Mitarbeitende) ebenfalls bieten, beispielsweise die interne Kindertagesstätte, Sportvereine, Personalrestaurant, vergünstigte Kranken-Zusatzversicherungen und Medikamente von der betriebseigenen Apotheke. Diese Dienstleistungen werden gemäss Meier «sehr stark genutzt».

Die anderen Spitäler, öffentliche und private, beobachte man genau, insbesondere das Lohnniveau, hält der HR-Leiter fest. «Vertragliche Bedingungen wie Ferien, Feiertage und Dienstaltersgeschenk schauen wir gut an – die restlichen Elemente dagegen werden nicht systematisch analysiert.» Verglichen mit den öffentlichen Spitälern stehe Luzern gut da, bilanziert Meier. Den Vergleich zu privatwirtschaftlichen Unternehmen könne ein Kantonsspital aber nicht anstreben: «Schliesslich müssen wir verantwortungsvoll mit unseren finanziellen Mitteln umgehen. Wir haben attraktive Lohnnebenleistungen, aber rein materiell gesehen treten wir hier bewusst mit einer gewissen Bescheidenheit auf.»