

Zeitschrift: Spitex Magazin : die Fachzeitschrift des Spitex Verbandes Schweiz
Herausgeber: Spitex Verband Schweiz
Band: - (2019)
Heft: 3

Artikel: Langzeitpflege schreibt Lebensgeschichten weiter
Autor: Heiniger, Francesca
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-928199>

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>



Diese Fotomontage zeigt das Kampagnensujet mit Gabriella L. auf einem Plakat in Zürich.
Bildmontage: Havas

Langzeitpflege schreibt Lebensgeschichten weiter

Spitex Schweiz, Curaviva Schweiz und OdASanté haben die nationale Kampagne «Der wichtigste Job der Schweiz» lanciert, um auf den Fachkräftebedarf in der Langzeitpflege – insbesondere auf Tertiärstufe – aufmerksam zu machen.

Die Anfang Juni gestartete mehrjährige Kampagne «Der wichtigste Job der Schweiz» zeigt die anspruchsvollen und abwechslungsreichen Tätigkeitsfelder und die vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten und Karrierechancen in der Langzeitpflege. Die nationale Kampagne von Spitex

Schweiz, Curaviva Schweiz und OdASanté unterstreicht, wie wichtig Langzeitpflege ist, um der steigenden Anzahl pflegebedürftiger Menschen ein selbstbestimmtes Leben mit hoher Lebensqualität zu ermöglichen. Die Personalressourcen sind jedoch schon heute knapp: Immer wieder

stehen Pflegeheime und Spitex-Organisationen vor Rekrutierungsschwierigkeiten. Aufgrund der demografischen Entwicklung werden laut den Prognosen des Schweizerischen Gesundheitsobservatoriums (Obsan) bis ins Jahr 2030 244 000 Fachpersonen im Bereich Pflege benötigt werden. Am stärksten wird die Zunahme mit 28 000 Fachpersonen in den Pflegeheimen (plus 44 Prozent) und mit 19 000 zusätzlichen Fachpersonen bei den Spitex-Organisationen (plus 57 Prozent) ausfallen.

Insbesondere auf der Tertiärstufe ist der Bedarf gross: Jährlich erwerben weniger als die Hälfte der

benötigten Fachkräfte einen tertiären Abschluss (Stufe Höhere Fachschule und Fachhochschule). Neben der Suche nach neuen Fachkräften geht es deshalb bei der Kampagne auch darum, bestehendes Personal zur Weiterbildung und damit zum Verbleib im Berufsfeld zu motivieren.

Langzeitpflege schreibt Lebensgeschichten weiter – dies ist die Kernidee der von der Agentur Havas konzipierten Kampagne, bei der einerseits Klientinnen und Klienten der Spitex und Bewohnerinnen und Bewohner in Pflegeheimen und andererseits Pflegefachpersonen in verschiedenen Funktionen und Karrierestufen aus allen Landesteilen zu Wort kommen. Die emotionalen Porträts illustrieren, dass Fachpersonen in der Langzeitpflege dazu beitragen können, dass Lebensgeschichten weitergeschrieben werden.

«Mit der Welt in Kontakt bleiben»

«Der Rollstuhl ist heute mein ständiger Begleiter», erzählt die in der Kampagne porträtierte Spitex-Klientin Gabriella L. Bei der 53-jährigen wurde im Alter von 20 Jahren Multiple Sklerose (MS) diagnostiziert, seit 1999 ist sie auf Unterstützung angewiesen. Es ist ein Schicksal von vielen, die eines gemeinsam haben: Ohne Langzeitpflege ist ein selbstbestimmtes Leben nicht mehr möglich.

«An den Pflegefachkräften der Spitex schätze ich, dass sie mich jeden Tag dabei unterstützen, in den Rollstuhl zu kommen, dass sie dabei immer freundlich bleiben und mich mit ihrem Fachwissen weiterbringen», erzählt Gabriella L. und präzisiert: «Im Prinzip hilft mir die Spitex, mit der Welt in Kontakt zu bleiben.»

Diese Wertschätzung, der zwischenmenschliche Kontakt über längere Zeit und das Wissen, etwas Sinnvolles zu tun, sind Kernelemente des Pflegeberufes in der Langzeitpflege. «Ich möchte jungen Menschen nahelegen, mit der richtigen Einstellung an diesen Beruf heranzugehen und zu verstehen, dass es sich um eine sehr befriedigende Arbeit

handelt, bei der man viel zurückerhält und fürs Leben lernt», meint Simona Mazzagatti. Die Pflegefachfrau arbeitet bei der Spitex Agno und hat ein DAS in Geriatrie und Gerontologie absolviert. «Es gibt viele schöne Berufe, aber meiner ist der Schönste», sagt Simona Mazzagatti.

«Es handelt sich um eine sehr befriedigende Arbeit, bei der man viel zurückerhält und fürs Leben lernt.»

Simona Mazzagatti

Aufmerksamkeit, Klar- text, Ein- und Umsteiger

Die Kampagne ist in drei Phasen unterteilt. In der ersten Phase (Juni 2019–Ende 2020) geht es darum, Aufmerksamkeit zu schaffen. Welcher Beruf ist der wichtigste? Bundesrat, Bauer oder ein ganz an-
derer Berufsstand? Diese Diskussion ist höchst subjektiv, und genau deshalb gut geeignet für eine öffentliche Debatte. Die Kampagne startet mittels PR-Arbeit eine Diskussion zur Wichtigkeit der Langzeitpflege, deren Berufe viel mit Würde und Wertschätzung in unserer Gesellschaft zu tun haben.

In der zweiten Phase (2021–Mitte 2022) geht es darum, Klartext zu reden, mit Klischees aufzuräumen und die Langzeitpflege zu zeigen, wie sie wirklich ist. In der dritten Phase (Mitte 2022–Ende 2023) wird die Rekrutierung von Ein- und Umsteigenden im Zentrum stehen. Sie werden von Klientinnen und Klienten, die Langzeitpflege beziehen, visuell direkt angesprochen werden.

Francesca Heiniger

www.der-wichtigste-job.ch

Zur Kampagne

Angeichts des akuten Fachkräftebedarfs in der Pflege hat der Bundesrat im Dezember 2016 entschieden, gezielte Massnahmen zur Imageförderung der Berufe in der Langzeitpflege zu unterstützen. Hauptziel der nun lancierten Kampagne ist es, die Zahl der Abschlüsse auf Tertiärstufe zu erhöhen, indem sie die Karrierechancen der Pflegeberufe aufzeigt.

Folgende Organisationen sind in der Begleitgruppe der Kampagne vertreten: Gesundheitsdirektorenkonferenz GDK, Association Spitex privée Suisse (ASPS), der Schweizer Berufsverband der Pflegefachfrauen und Pflegefachmänner (SBK), die Schweizerische Dachorganisation der Arbeitswelt Soziales (SAVOIRSOCIAL), der Schweizerische Verband Bildungszentren Gesundheit und Soziales (BGS) sowie der Verband wirtschaftlich unabhängiger Alters- und Pflegeeinrichtungen Schweiz (senesuisse). Das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) unterstützt die Kampagne mit Projektförderungsmitteln.