Kommunikationskonzept der Spitex Sarganserland

1. Überblick

Die Spitex Sarganserland ist eine private, politisch und konfessionell neutrale Non-Profit-Organisation. Auf Grund der Leistungsvereinbarung mit den Gemeinden Pfäfers, Bad Ragaz, Vilters-Wangs, Sargans, Mels, Flums, Walenstadt und Quarten ist die zentrale Aufgabe, hilfe- und pflegebedürftigen Menschen zu ermöglichen in ihrer gewohnten Umgebung zu leben. Die Spitex Sarganserland informiert nach innen und aussen über ihre Aufgaben im Sozial- und Gesundheitswesen und betreibt Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung von Image, Akzeptanz und Unterstützung der Spitex im Sarganserland.

1.1. Auftrag und Ziele

Die Spitex Sarganserland informiert ihre Mitarbeitenden und Mitglieder sowie die Öffentlichkeit regelmässig über ihre Tätigkeiten und Pläne. Ziel ist es, das Interesse für die Spitex-Themen zu stärken, die Leistungen bekannt zu machen, das Verständnis und das Vertrauen zu fördern sowie das Ansehen anzuheben. Die Meinungs- und Entscheidungsfindung wird bei der Sarganserländer Bevölkerung und den Behörden mit gezielten und umfassenden Informationen beeinflusst. Weiter soll die Qualität der Spitex Sarganserland als attraktiver Arbeitgeber mittels vielfältigen Massnahmen gestärkt werden. Kommunikation betreffend die Leistungsvereinbarung und die Zusammenarbeit Gemeinden-Spitex ist mit den Gemeinden vorgängig abzusprechen.
Mit der Kommunikation der Spitex Sarganserland sollen insbesondere folgende Ziele erreicht werden:

- Vermittlung der nötigen und relevanten Informationen bezüglich der Aufgaben und Dienstleistungen der Spitex
- Vermittlung fundierter Grundlagen für die Meinungsbildung
- Transparente Informationspolitik und damit Schaffung von Vertrauen
- Bereitschaft zu einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit
- Stärkung von Identifikation und Arbeitszufriedenheit
- Verhinderung von Gerüchten und Spekulationen aufgrund falscher oder mangelnder Informationen

1.2. Grundsätze der Kommunikation

Die Spitex Sarganserland ist sich bewusst, wie wichtig eine umfassende und regelmässige Kommunikation und Information ist. Die Kommunikation der Spitex unterliegt jedoch einer besonderen Sorgfaltspflicht. Sie muss einerseits verwaltungsrechtlichen Vorgaben wie dem Datenschutz und dem Vertrauensschutz genügen, andererseits Prinzipien wie die Schweigepflicht enthalten.
Informationen schaffen Transparenz und Vertrauen, sie wecken Interesse, beugen Gerüchten vor und verhindern Unklarheiten und Spekulationen. Werden Zusammenhänge verstanden, erhöht dies auch die Toleranz und Akzeptanz und – wo nötig – die Bereitschaft zur Mitarbeit. Eine gute Information und Kommunikation der Spitex fördert deshalb auch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen.
Kommunikation besteht jedoch nicht allein aus der Wiedergabe von Informationen und Öffentlichkeitsarbeit. Die Wahrnehmung der Spitex nach aussen wird insbesondere über das

Erscheinungsbild und die Qualität der Dienstleistungen bestimmt, aber auch über das persönliche Verhalten von Vorstand, Geschäftsleitung und Mitarbeitenden.

Bei der Kommunikation gelten folgende Grundsätze:

- Sachliche, offene und umfassende Informationen über Aktivitäten, Entscheide und Prozesse
- Proaktive und aktuelle Kommunikation
- Bevölkerungsnahe, gezielte und mediengerechte Kommunikation
- Interne vor externer Kommunikation

1.3. Zuständigkeit und Verantwortung

Die oberste Verantwortung für die Gesamtkommunikation der Spitex Sarganserland liegt beim Vereinspräsidenten. Der Vereinspräsident ist zusammen mit der Geschäftsführerin für die externe Kommunikation zuständig. Medienanfragen - mit Ausnahme von fachlichen Detailfragen - dürfen nur von diesen beiden oder den von ihnen damit beauftragten Personen beantwortet werden. Dieser Grundsatz gilt insbesondere auch für grössere oder besondere Ereignisse und Krisensituationen.
Vereinspräsident und Geschäftsführerin können die Zuständigkeit – je nachdem ob es sich um ein politisches oder rein fachliches Thema handelt – an das zuständige Vorstandsmitglied oder das zuständige Kader-Mitglied delegieren. Die Kader-Mitglieder sind für die interne Kommunikation in ihren Bereichen und Organisationseinheiten zuständig sowie dafür, Inputs und Informationen für die externe Kommunikation bereit zu stellen.

1.4. Zielgruppen

Die Kommunikation richtet sich primär an:

- die Wohnbevölkerung des Sarganserlandes
- Andere regionale und lokale Organisationen im Pflegebereich
- politische Entscheidungsträger

Weiter zielt die Kommunikation auf:

- die Mitarbeitenden und Mitglieder der Spitex Sarganserland
- die Kundinnen und Kunden der Spitex Sarganserland
- Medienschaffende

1.5. Kommunikationsmittel

Medien

- Sarganserländer, Oberland Nachrichten
- Homepage Spitex Sarganserland
- Spitex Magazin
- Geschäftsberichte
- Informationsorgane der Gemeinden

Veranstaltungen

- Vereinsversammlungen
- Themenabende / Infoveranstaltungen

Anlässe

- Tage der offenen Türe
- Teilnahme am Gesundheitstag der PizolCare

Weitere Kommunikationsmittel

- Briefe, E-Mail, Drucksachen
- Rechnungsbeilagen

1.6. Kernbotschaften

Mit ihrer Kommunikationstätigkeit leistet die Spitex Sarganserland Überzeugungsarbeit. Sie will ihr Engagement und ihre Dienstleistungen bekannt machen und sich als die Pflegeorganisation im Sarganserland positionieren. Die wichtigsten Inhalte sind:

- Wir sind im Sarganserland Marktleader mit Versorgungsauftrag und damit erste Adresse für Hilfe und Pflege zu Hause. Mit unserer Leistungsbereitschaft garantieren wir die zeitnahe Versorgung aller Einwohner und Einwohnerinnen mit Spitex-Leistungen im Sarganserland.
- Mit einer ganzheitlichen Betreuung achtsamer und selbstbestimmten medizinischen Pflege, die nicht zwingend stationär erbracht werden müssen, erhalten wir die autonome Alltagsbewältigung der Klienten und Klientinnen oder stellen diese wieder her. Wir beraten, informieren, begleiten, unterstützen und entlasten die Angehörigen.
- Klientenzufriedenheit, Klientensicherheit und Persönlichkeitsschutz erachten wir als zentrale Bestandteile der Qualität.
- Wir setzen fachlich qualifiziertes, menschlich kompetentes und motiviertes Personal ein. Unsere Arbeitsbedingungen sind attraktiv und konkurrenzfähig.
- Als wichtige Stimme der Hilfe und Pflege zu Hause arbeiten wir mit Partnern und Akteuren des Gesundheitswesens in wichtigen Projekten und Entscheidungen zusammen.

1.7. Mittel

Die Mittel für Kommunikationsmassnahmen werden jährlich im Budget festgelegt. Die finanziellen Mittel werden für die Materialien und die Umsetzung von konkreten Massnahmen verwendet.

1.8. Umsetzung

Um die gewünschten Ziele zu erreichen und eine effiziente Öffentlichkeitsarbeit zu gewährleisten, wird ein Kommunikationsplan erstellt (vgl. Punkt 2). Er fasst die beabsichtigten Aktivitäten zusammen und listet sie systematisch auf. Er ermöglicht den Beteiligten und Interessierten damit eine klare Übersicht und hilft, die Jahresaktivitäten im Voraus zu planen sowie im erforderlichen Moment allenfalls Ergänzungen und Korrekturen anzubringen.