

# NATIONALE IMAGEKAMPAGNE

zur Stärkung der Ausbildung und der  
Karrieren auf Tertiärstufe in der  
Langzeitpflege und -betreuung (ISA)

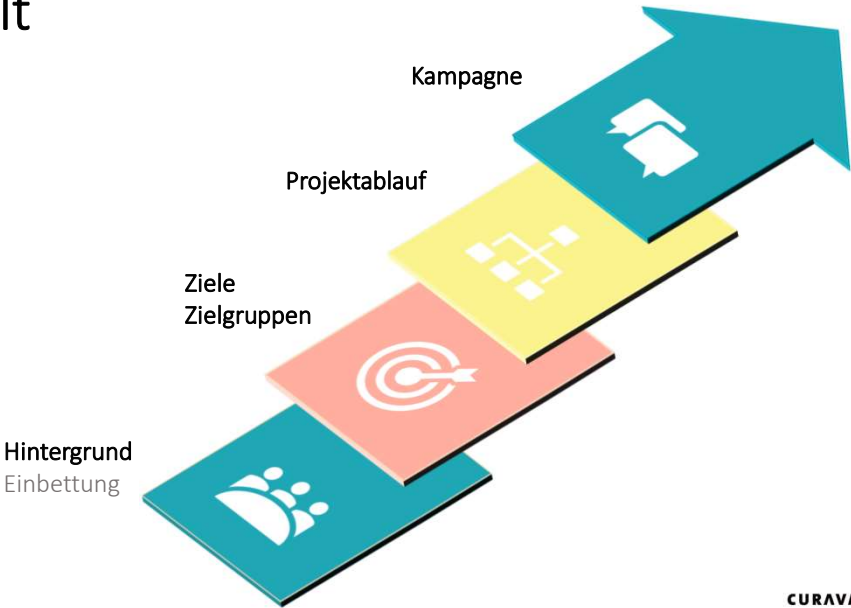
CURAVIVA.CH OdASanté

ISA Dezember 2018  
Theres Gotsch-Hinden, Projektleitung ISA

Mit Unterstützung des Staatssekretariats für  
Bildung, Forschung und Innovation SBF



## Inhalt



CURAVIVA.CH OdASanté

## Bundesratsentscheid Dezember 2016

Drei Massnahmen zur Verbesserung der Fachkräftesituation in der Langzeitpflege

Erhöhung der  
Berufs-  
verweildauer

Förderung  
Wiedereinstiegs-  
programme

Imagekampagne  
Karrieren  
Langzeitpflege und -  
betreuung

CURAVIVA.CH  OdASanté

## Warum diese Imagekampagne?

Aktuelle und zukünftige Branchenherausforderungen

→ Demografischer Wandel

→ Rückgang Zuwanderung

→ Anstehender Pensionierungsüberhang

→ Ausbau ambulanter Angebote

→ Defizit bei Image und Wertschätzung

CURAVIVA.CH  OdASanté

## Imagekampagne

### Ziele

- Die Imagekampagne soll
  - Angehende Pflegefachpersonen für eine Ausbildung in der Langzeitpflege motivieren
  - über Karrieremöglichkeiten in der Langzeitpflege und –betreuung informieren
  - allfällige Vorurteile abbauen

## Imagekampagne

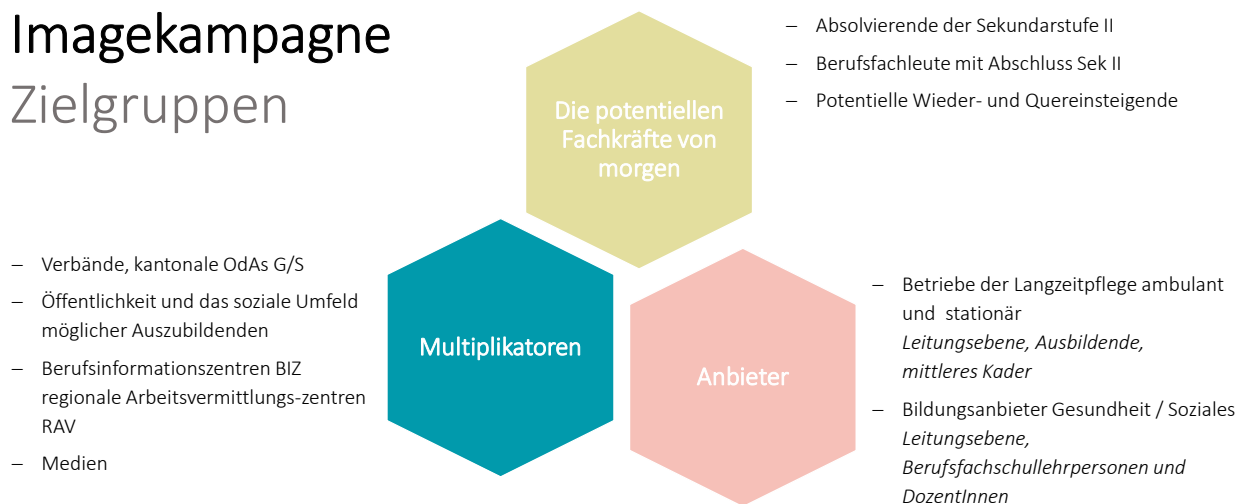
### Ziele

- Markante und messbare Steigerung (in fünf Jahren)
  - Der Bildungsabschlüsse auf Tertiärstufe in der Langzeitpflege
  - der Anstellungen von tertiär ausgebildeten Fachpersonen in den Betrieben der Langzeitpflege
  - der gezielten Laufbahnentwicklung, der Karrieren in der Langzeitpflege

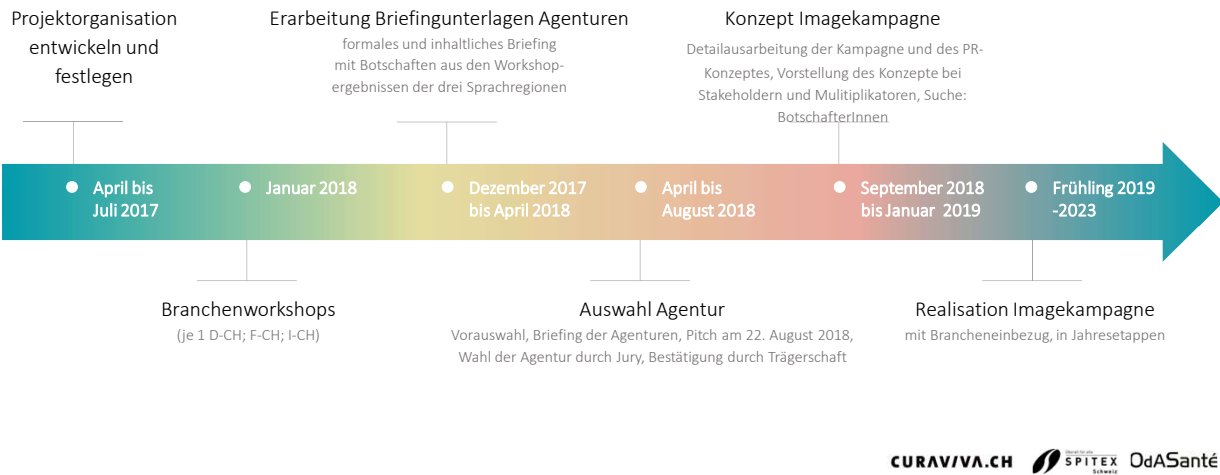
## Imagekampagne ergänzende Ziele

- klar positionierte, begeisternde und zeitgemässe Berufsbilder der tertiärausgebildeten Fachpersonen in der Langzeitpflege
- in Branche und Öffentlichkeit gut bekanntes, attraktives und glaubwürdiges Image der Langzeitpflege
- die Qualität der Tertiärausbildungen und der Karrieren in der Langzeitpflege wird in den Versorgungsbereichen als gleichwertig wahrgenommen

## Imagekampagne Zielgruppen



## Projekttablauf



## Teilnahme an der Kampagne

Einige Beispiele, wie sich z.B. Betriebe, Bildungszentren, und Multiplikatoren im Rahmen der PR- und Öffentlichkeitsarbeit einbringen können

- Testimonials für Medien und Infomaterial
- Verfügbarkeit als Interviewpartner/in / Podiumsteilnehmer/in
- Nutzen der Möglichkeiten der Kampagnenwebseite
- Teilnahme an Veranstaltungen wie z.B. «Tag der offenen Tür»
- Auflegen und Verbreiten von Informations- und Kampagnenmaterial
- Eigene Kommunikationsgefässe mit Kampagneninhalten bespielen

• Ihre Mithilfe zählt:

So tragen Sie zum Erfolg

der Kampagne bei

Vor dem Kampagnenstart im Frühling 2019 erhalten z.B. Stakeholder, Betriebe, Multiplikatoren und Bildungszentren einen Zugang zur Kampagnenwebsite. Dieser führt sie zu einem geschützten Formular. Unter einem speziellen Navigationspunkt können sie sich mit Kurzinformationen vorstellen, spezielle Anlässe kommunizieren oder Job-PDFs hochladen, die einen Bezug zum Kampagnen-Thema schaffen.

Sie können aber auch das Gütesiegel und die Kampagnensujets downloaden und weiteres Informations-material bestellen: Türkleber, Flyer, Plakate, Give-Aways usw. Eine visuelle Präsenz in möglichst vielen Betrieben, Bildungszentren, Verbänden etc. wäre fantastisch und zielführend. Wir sind Ihnen dankbar, wenn auch Sie Ihre Follower in den sozialen Medien auf unsere Seiten aufmerksam machen und uns empfehlen. Danke für Ihre Mithilfe!



Kontakt

Projektleitung Imagekampagne

Theres Gotsch-Hinden  
 Bereichsleitung Bildungsprojekte CURAVIVA Schweiz  
 Abendweg 1  
 6000 Luzern 6  
 041 419 72 59 / 079 274 08 06  
 t.gotsch@curaviva.ch