

Strategie 2020 bis 2024

Vision

Mit unserem starken Spitexverband ermöglichen wir den Mitgliederorganisationen gute Grundlagen mit Verträgen der Versicherer, für Unterstützung in rechtlichen Fragen, für Verhandlungen bezüglich Leistungsvertrag und für gemeinsame Marketing Aktivitäten. Die Mitgliederorganisationen erbringen alle dieselben Grundangebote mit derselben Fachlichkeit und Qualität, sie bilden aus und erfüllen die Ausbildungspflicht. Die Mitgliederorganisationen profilieren sich und grenzen sich ab. Der Spitexverband ist erster Ansprechpartner für ASO und VSEG.

Strategische Handlungsfelder

- Strategische Positionierung - Politischer Einfluss
- Zukunftsträchtige Strukturen – gleiches Grundangebot gemäss Leistungsvertrag und Erfüllen der Ausbildungsleistung
- Kommunikation – Marketing - Schnittstellen – Digitalisierung, e-Health

Strategische Positionierung – Politischer Einfluss

Herausforderung

Die Spitex ist ein kommunales Leistungsfeld. Viele Akteure mit verschiedenen politischen Ausrichtungen haben Einfluss auf unser Wirkungsfeld. Die Finanzierung der Spitexleistungen untersteht den Einwohnergemeinden, diese wünschen wirtschaftliche Spitexleistungen. Die Betriebsbewilligung als Grundlage der Leistungserbringung, wird vom Amt für soziale Sicherheit verfügt. Mögliche Divergenzen können sich ergeben.

Strategie

Als wichtiger Teil der Versorgungskette nehmen wir Einfluss auf Politik und kantonale Verwaltung. Wir machen Lobbyarbeit beim VSEG, Einwohnergemeinden und bei der Verwaltung, dem Amt für soziale Sicherheit und sorgen für adäquate Restkosten zur Erbringung der geforderten Spitexleistungen.

Massnahmen

- Förderung der Vernetzung Geschäftsstelle SVKS mit ASO und VSEG
- Lobbyarbeit bei Einwohnergemeinden
- Grundlagen erarbeiten für Verhandlungen der Restkosten

Zukunftsträchtige Strukturen – gleiches Grundangebot gemäss Leistungsauftrag – Erfüllen der Ausbildungsleistung

Herausforderung

Die Mitgliederorganisationen sind heterogen in ihren Strukturen. Das Angebot für die Endkunden ist abhängig vom Wohnort. Die Verhandlungsstärke des SVKS ist fragil, da keine Verbindlichkeiten für die Mitgliederorganisationen herrschen. Die Nachfrage von Dienstleistungen verändert sich aufgrund der demografischen, gesellschaftlichen und gesetzlichen Entwicklungen sowie der früheren Spitalaustritte. Die Ausbildungsleistungen werden von den Spitexorganisationen nicht vollumfänglich erfüllt.

Strategie

Alle Mitgliederorganisationen bieten dasselbe Grundleistungsangebot an. Die Mitgliedschaft beim SVKS steht für Professionalität, Fachlichkeit, Qualität und Ausbildung. Für Spezialisierte Spitexleistungen werden Versorgungsräume geschaffen. Damit grenzen sich die Mitgliederorganisationen klar ab von den privaten Anbietern.

Massnahmen

- Statuten anpassen
- Audits durch SVKS
- Aufbau von Versorgungsräumen für spezialisierte Spitexleistungen
- Förderung der Ausbildungsleistung der Mitgliederorganisation

Herausforderung

Die Kommunikation läuft über viele Kanäle. Das Marketing ist kostenintensiv. Die Digitalisierung schreitet voran und wird zur Pflicht. Die Projekte e-Health und eMediplan fordern Schnittstellen. Digitale Überweisungen von Spitälern und Ärzten werden zunehmen. Patienten sind vermehrt digital unterwegs und kennen sich in der Anwendung von Apps aus.

Strategie

Die Mitgliederorganisationen kennen die internen und externen Kommunikationsprozesse, damit schaffen wir Sicherheit und Verbindlichkeit. Gemeinsame Marketingaktivitäten sind wirtschaftlicher und führen zu einem einheitlichen Auftritt. Die Marke NPO Spitex wird sichtbar. Die Mitgliederorganisationen wissen um die Aktualität der Digitalisierung.

Massnahmen

- Umsetzung des Kommunikationskonzepts
- Aufbau Marketingaktivitäten
- Einsitz in e-Healthgruppe – SoH
- Aktive Überprüfung der Probleme bei Schnittstellen und erarbeiten von Lösungsansätzen