

Chur, 3. September 2025

Spitex und Pflegeheime starten neue Imagekampagne

Echte Mitarbeitende sind die Gesichter der neuen Kampagne von Spitex und Pflegeheime Graubünden. Mit drei frischen Sujets, einer starken Präsenz im ganzen Kanton und einer Social-Media-Offensive wird die Attraktivität des Pflegeberufs in den Mittelpunkt gerückt. Den Kampagnen-Auftakt bildete die gestrige Vernissage im Alterszentrum Serata in Zizers, an der die Plakat-Sujets vorgestellt und gefeiert wurden.

Die Spitex und Pflegeheime Graubünden starten in die nächste Phase ihrer gemeinsamen Imagekampagne zur Stärkung der Langzeitpflege. Mitarbeitende als Botschafterinnen und Botschafter, drei neue Sujets sowie eine gezielte Social-Media-Offensive prägen die nächsten Monate.

Mitarbeitende als Gesichter der Kampagne

Das Besondere an der neuen Kampagne: Mitarbeitende aus der Langzeitpflege stellen sich persönlich hinter ihren Beruf. Sie wurden professionell fotografiert und die Bündner Illustratorin Lorena Paterlini hat auf dieser Basis ihre Porträts gezeichnet, die für die Sujets eingesetzt werden. Die drei Personen verkörpern in den Sujets folgende drei Aspekte: den Einstieg in den Beruf über die *'Ausbildung'*, die Freude am aktuellen *'Berufs'*alltag sowie die Möglichkeit, mit einem *'Comeback'* wieder in den Beruf einzusteigen.

Alle drei sind mit Herzblut dabei: Sie üben ihren Beruf mit Freude und Engagement aus, leben ihn tagtäglich und möchten ihre Begeisterung nach aussen tragen. «Die Arbeit bei der Spitex ist heute modern, abwechslungsreich und herausfordernd», sagt Melanie, Pflegefachperson HF und Berufsbildnerin. «Ich könnte mir keinen anderen Beruf vorstellen. Es macht mir grosse Freude, bei der Kampagne mitzuwirken.»

Präsenz im ganzen Kanton und online

Die neuen Sujets werden ab Mitte September auf Plakaten im ganzen Kanton sichtbar sein. Zusätzlich setzt die Kampagne stark auf digitale Kanäle: Mit einer breit angelegten Social-Media-Offensive sprechen Spitex und Pflegeheime gezielt auch ein junges Publikum an. Neben Facebook, Instagram, YouTube und LinkedIn werden auch TikTok und Snapchat aktiv mit Inhalten und Kurzvideos bewirtschaftet.

Feierlicher Auftakt im Altersheim Serata

Gestern fand im Altersheim Serata zum Kampagnenauftakt die Vernissage der Plakat-Sujets statt. Mit dabei waren die beiden Botschafterinnen Melanie und Katharina sowie weitere Gäste. Die Instituti-
onsleiterin des Alterszentrum Serata, Dominique Cerveny, äussert sich positiv zur Veranstaltung:

«Die Kampagne stellt das Arbeiten in der Langzeitpflege in ein gutes Licht, dies schätzen und unterstützen auch unsere Bewohnenden, die heute beim Auftakt einen Einblick bekamen.»

Langfristiges Engagement für die Branche

Mit dieser Kampagne unterstreichen Spitex und Pflegeheime Graubünden ihr Engagement für die Zukunft der Langzeitpflege. Neben der Nachwuchsförderung steht auch die Unterstützung und Wertschätzung ihrer Mitarbeitenden im Fokus. Quer- und Wiedereinstiege werden aktiv gefördert, um den Pflegeberuf langfristig zu stärken und attraktiv zu halten. Weitere Informationen zur Langzeitpflege und Kampagne: www.langzeitpflege-gr.ch.

Bild 1 a bis c: Das sind die neuen Sujets der Kampagne von Spitex und Pflegeheime Graubünden.



Bild 2: Melanie und Katharina sind die Gesichter der Kampagne.



Bild 3: Melanie, Pflegefachperson HF und Berufsbildnerin bei der Spitex, posiert vor ihrem Plakat-Sujet. Sie ist eine der drei Botschafterinnen der neuen Imagekampagne von Spitex und Pflegeheimen Graubünden.



Bild 4: Zum Verwechseln ähnlich: Katharina, Pflegefachperson HF in der Langzeitpflege, neben ihrem Plakat-Sujet. Sie zeigt, wie ein Comeback in die Langzeitpflege möglich und bereichernd ist.



Kontakt für weitere Auskünfte:

Medienstelle Spitex und Pflegeheime Graubünden
Monika Schnoz, kommunikationsART
079 699 91 55
medien@langzeitpflege-gr.ch