

Woche der Gesundheitsberufe 2025

Rück- und Ausblick

Mai 2025

Agenda

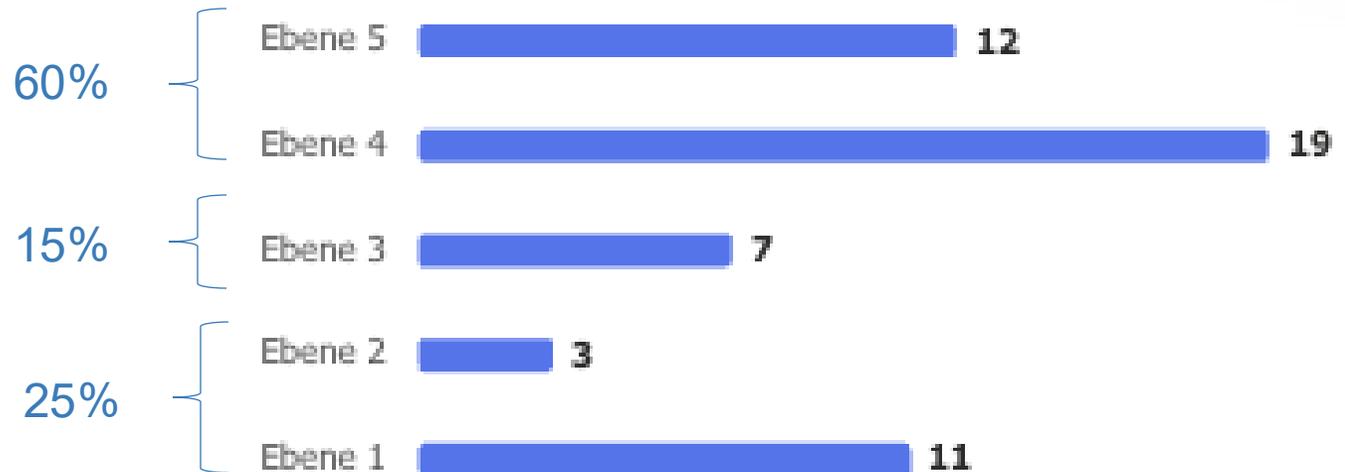
- Evaluation der Ziele
- Evaluation Kampagne
- Evaluation Projektorganisation und Zusammenarbeit
- Evaluation Aufwand
- Ausblick 2026 und weiteres Vorgehen



Als Grundlage der Evaluation dienen die Umfragen an Betriebe, an Teilnehmende sowie weitere verfügbare Daten

Evaluation der Ziele

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Erfolg der Woche in Ihrem Betrieb?



Befragung Betriebe N=52

Steigerung gegenüber 2024 mit 3.13 und 2023 mit 2.50

Evaluation Ziele der Woche

- Niederschwelliger Einblick in Gesundheitsberufe und Betriebe in der Nähe ermöglichen
- Positive Positionierung der Gesundheitsberufe
- Informationen zu den Ausbildungs- und Laufbahnmöglichkeiten
- Präsentation der Betriebe als Arbeitgeberinnen und Ausbildungsstätten (Imagepflege)
- Einbindung von eigenen Mitarbeitenden bei der Planung, Organisation und Durchführung, sowie unterstützend in der Marketingkampagne rund um die Woche
- Wertschätzung der bestehenden Mitarbeitenden



Ziel erreicht



Ziel nicht erreicht



Ziel teilweise erreicht



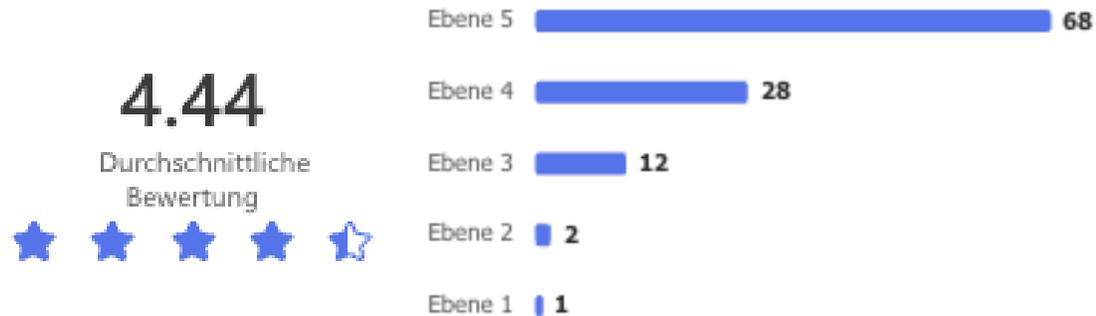
**Interessierten einen niederschweligen Einblick
in Gesundheitsberufe ermöglichen**



Rund 220 Einblicke und sehr gute Rückmeldungen Teilnehmende

Rückmeldungen zu den Einblicken von Teilnehmenden

Wie beurteilst du den Einblick, an welchem du teilgenommen hast? (Vorjahr 4.64)



Kannst du den Einblick und die Woche in deinem Umfeld weiterempfehlen?



Warum empfehlen:

- Guter Einblick in die Berufe
- Persönlicher Austausch ist möglich
- Ist sehr real und erlebbar
- Meine Fragen konnten direkt geklärt werden

- War alles sehr unkompliziert und zugänglich
- Mein Berufswunsch wurde bestätigt
- Es hat Spass gemacht: Beruf und mit anderen zusammen

Befragung Teilnehmende N=111



Positive Positionierung im Radio aus unterschiedlichen Perspektiven



Positive Positionierung der Gesundheitsberufe 



Informationen zu den Ausbildungs- und Laufbahnmöglichkeiten & Präsentation der Betriebe als Arbeitgeberinnen

Rund 2'000 Interessierte direkt vor Ort, sehr gute Rückmeldungen der Teilnehmenden zur Berufswahl.

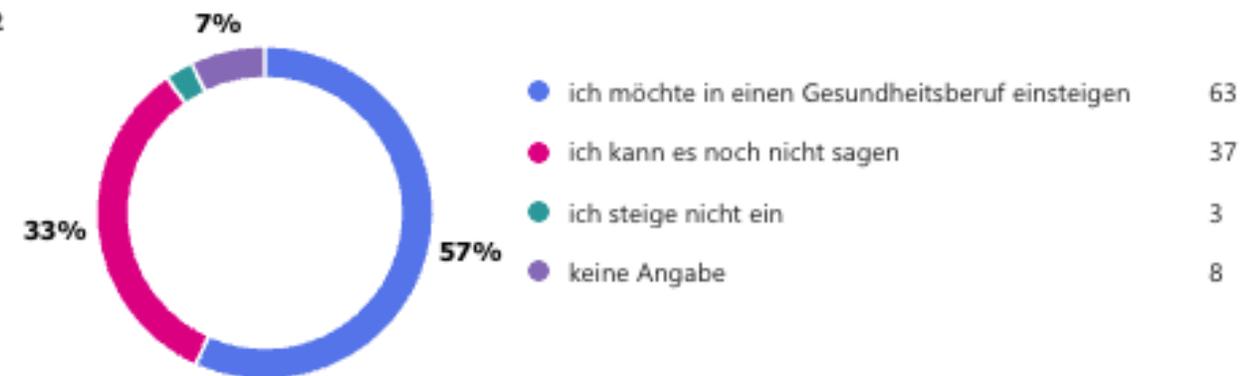


Rückmeldungen zur Berufswahl von Teilnehmenden

Hat dir der Einblick etwas gebracht für deine künftige Berufswahl?



Gibt es eine Tendenz für deine Berufswahl?

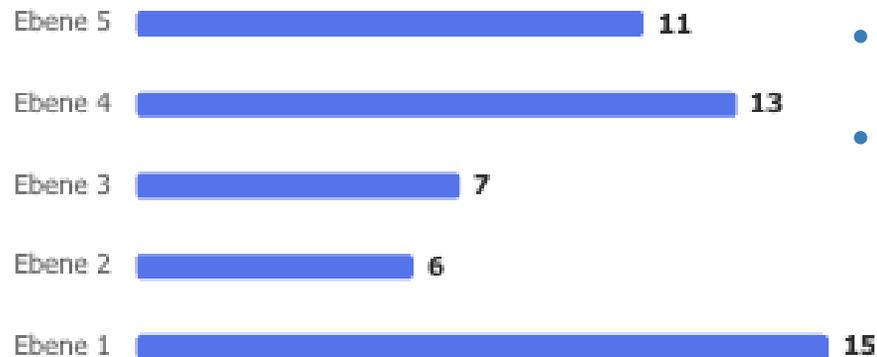


Auszüge aus der Umfrage

- Tolles Angebot – das bringt viel für die Berufswahl.
- Unbedingt beibehalten – für Lehrpersonen sehr unterstützend.
- Ich würde gleich wieder gehen.

Informationen zu den Ausbildungs- und Laufbahnmöglichkeiten & Präsentation der Betriebe als Arbeitgebende und Ausbildungsstätten

Wie zufrieden sind Sie mit der Anzahl Teilnehmenden?
(2024: 2.71 / 2023: 2.40)



- Rund 2'000 Teilnehmende*
- Sehr heterogene Einblicke und Teilnahmen
- 3.6/5 für Erreichung Interessierte (2024: 3)
- 3.5/5 für Erreichung sekundäre Entscheidende (2024: 2.6)

*2024 2'000 Teilnehmende und 2023 2'200 Teilnehmende (2023 gab es 700 an einem Grossanlass, welcher 2024 nicht mehr stattfand. Vergleiche nur bedingt aussagekräftig, da abhängig von Einblicken und Plätzen sowie Anzahl Rückmeldungen)



Einbindung von eigenen Mitarbeitenden und

Netzwerk als Multiplikationseffekt



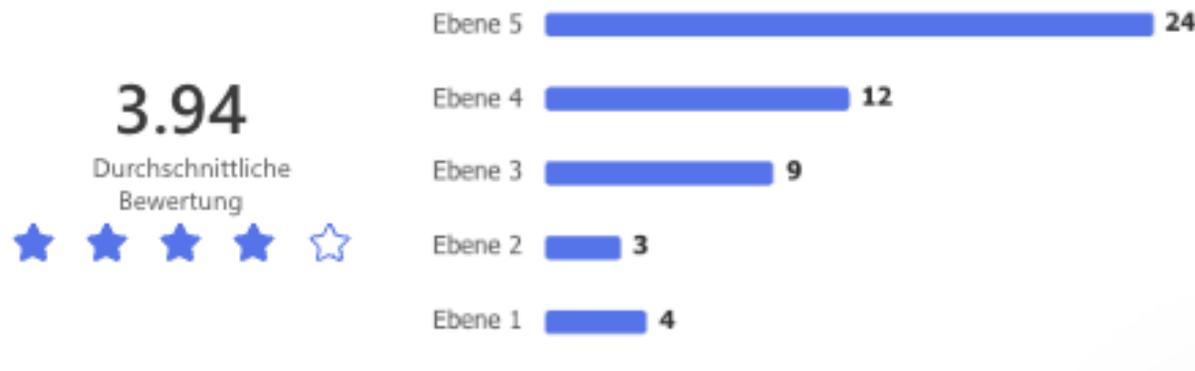
Vor Ort und digital

Wertschätzung: Mitarbeitenden «Danke» sagen

Fest mit Marc Sway & Band in der Schüür Luzern



Wie beurteilen Sie das Konzert als Wertschätzung der Mitarbeitenden? (2024: 3.49 Radio Pilatus)



Auszüge aus der Umfrage

- Tolle Stimmung
- Habe positive Rückmeldungen erhalten
- Top organisiert

Zusammenfassung Evaluation Ziele

Niederschwelliger Einblick mit 220 Einblicken ermöglicht und zufriedene Teilnehmende



Positive Positionierung mit hoher Wahrnehmung Kampagne und Medienwert von mehreren 10'000 Franken



Direkte Informationen zu den Ausbildungs- und Laufbahnmöglichkeiten & Präsentation der Betriebe als Arbeitgeber und Ausbildungsstätten an 2'000 Teilnehmende



Wertschätzung für Mitarbeitende mit Konzert bzw. Fest Marc Sway & Band



Einbindung von eigenen Mitarbeitenden bei Planung, Organisation und Durchführung, sowie unterstützend in der Marketingkampagne



Über 3.5 Mio. Impressionen und 7'500 Besuchende auf xund.ch/woche



Erste Mittel- bis langfristige Ergebnisse scheinen sich zu zeigen (Schnupperanfragen, Ausbildungsstarts etc.) – Erstmalige Evaluation bei allen Ausbildungsstarts bei XUND 2025

Evaluation Kampagne

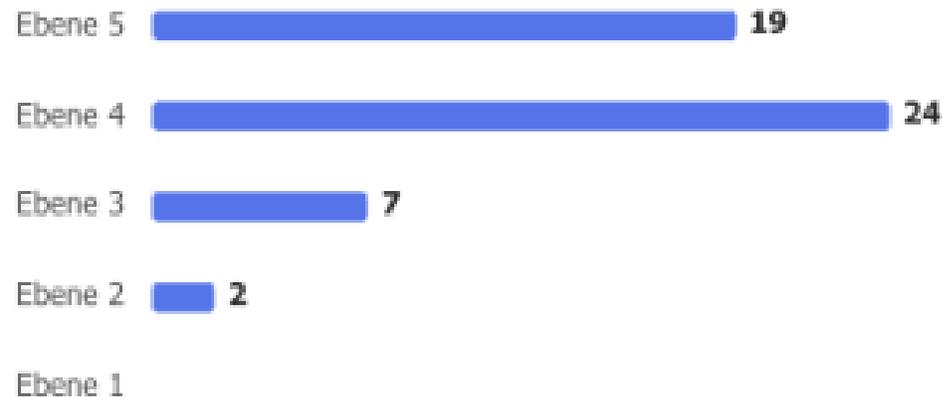
Massnahmen 2025 aufgrund Evaluation 2024

Zusammenfassung Kampagne

- Kick-off mit Erfahrungsaustausch
- Schulen digital und in Print frühzeitig erreicht (erstmalig September)
- E-Mailings an Zebi-Teilnehmende und letztjährige Teilnehmende der Woche der Gesundheitsberufe
- Details Kampagne früh im November kommuniziert
- Anpassung Mediamix: Neu Radio Pilatus als Teil der Kampagne
- Leicht gesteigertes Kampagnenbudget
- Beibehaltung Regionalisierung (Ausstrahlung Videos, Medienarbeit und Inserate)
- Einblicke konkret zeigen mit Bildern von 2024 (z. B. Inserate, Videos in Bussen)

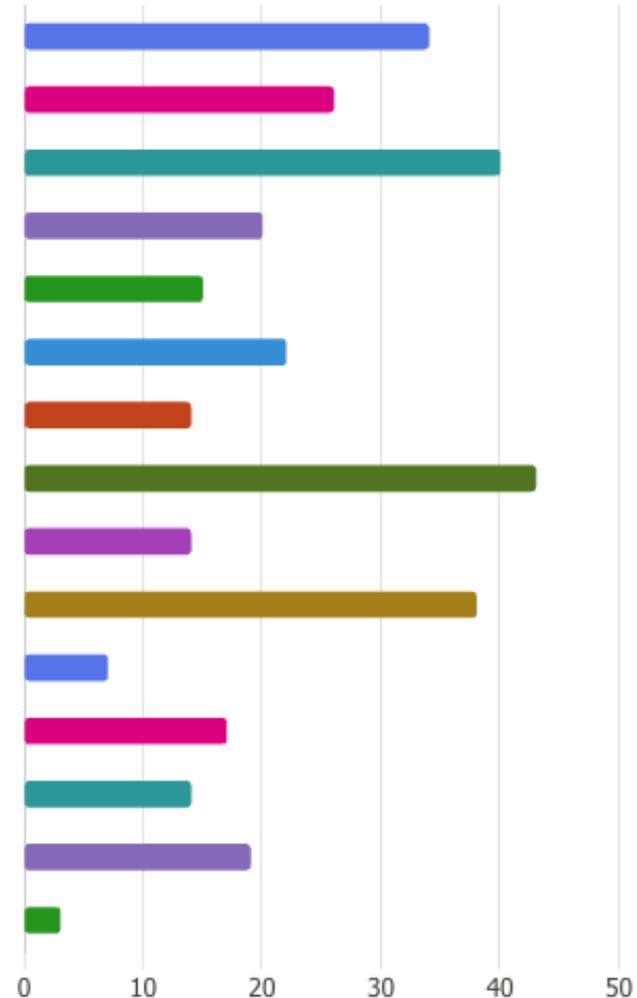
Rückmeldung der Betriebe zur Kampagne

Wie zufrieden bist du insgesamt mit der Marketingkampagne seitens XUND? (2024: 4.16)



Welche Kommunikationsmittel hast du als Betrieb genutzt?

● Flyer allgemein	34
● Flyer-Generator individuell	26
● Soziale Medien inkl. WhatsApp, Instagramm usw.	40
● Signatur Mails	20
● Beiträge in Newslettern	15
● Kontaktaufnahme mit Schulen/Lehrpersonen	22
● Inserate	14
● Mitarbeitende motiviert im Umfeld Werbung zu machen	43
● Videos auf Monitoren (wie Eingangsbereich usw.)	14
● Eigene Betriebswebsite	38
● Rollup	7
● Kontakt mit Medien	17
● Give-aways	14
● Plakate	19
● Sonstiges	3

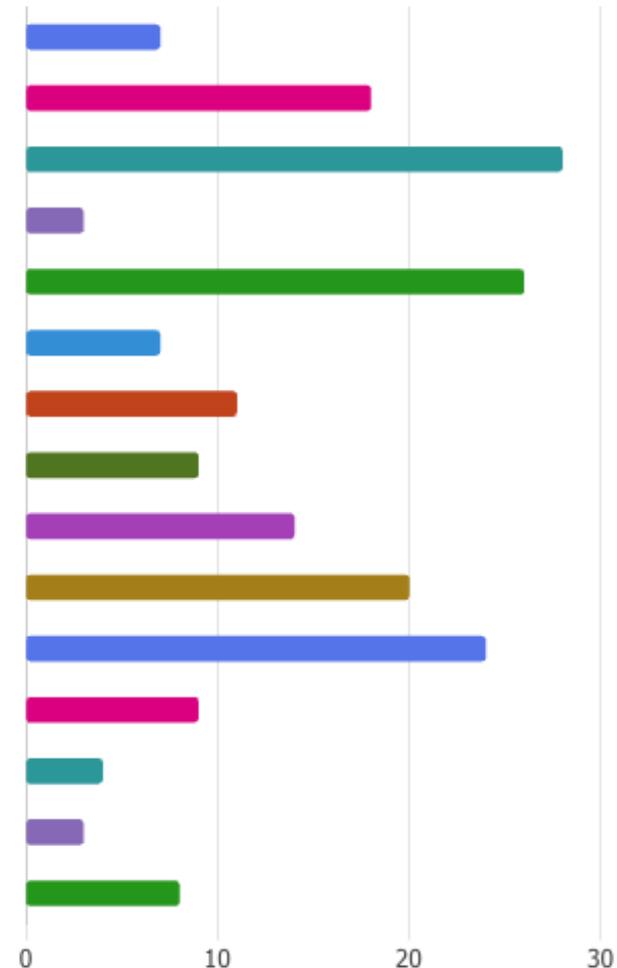


- Mitarbeitende motiviert
- Soziale Medien
- Website
- Flyer

Die vier Meistgenannten und auch so beurteilt von Teilnehmenden.

Wie sind Teilnehmende auf die Woche aufmerksam geworden?

● Inserat	7
● Lehrperson hat sie mir empfohlen	18
● ein persönlicher Kontakt hat mich darauf aufmerksam gemacht	28
● Radiobeiträge Radio Pilatus	3
● Soziale Medien (Instagram, TikTok, YouTube usw.)	26
● Medienbericht	7
● Internetsuche wie beispielsweise Google	11
● Buswerbung	9
● Plakat	14
● Flyer	20
● Website xund.ch oder Website Betrieb	24
● Empfehlung Berufs-, Studien-, Laufbahnberatung	9
● weiss nicht / keine Angabe	4
● Newsletter	3
● Sonstiges	8



- Breiter Mediamix bewährt sich
- Kein Kanal ohne Wirkung
- Persönliche Kontakte mit den meisten Nennungen

Plattform xund.ch/woche

Veranstaltungen

Suchbegriff eingeben

Alle Berufe Datum

Umkreissuche Radius in km

Alle Betriebe Alle Branchen

[Filter zurücksetzen](#)

43 Veranstaltungen

Datum Betrieb



HSLU - Hochschule Luzern

Info-Event Bachelor in Pflege für dipl. Pflegefachpersonen

Dienstag, 29. April 2025



XUND Bildung Gesundheit Zentralschweiz

Informationsveranstaltung Fachfrau/Fachmann Langzeitpflege

Donnerstag, 01. Mai 2025

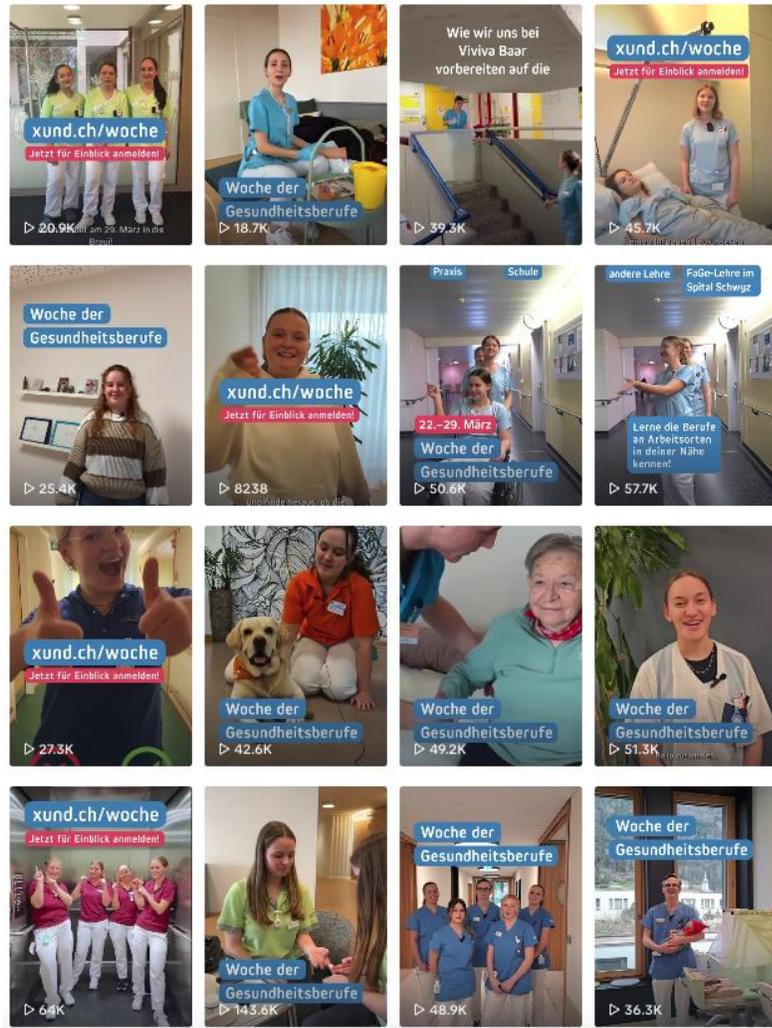
XUND-Veranstaltung

7'500 Nutzer auf xund.ch/woche

40'000 Seiten wurden aufgerufen

135 Sekunden Interaktionsdauer pro aktivem Nutzendem

Gemeinsame Videokampagne auf Social Media



- 31 Videos von Betrieben in der Kampagne jeweils im passenden Kanton verwendet
- Insgesamt über 3.5 Millionen Impressionen (+75% gegenüber Vorjahr)
- Top 6 Videos anhand Videoaufruftrate (wie viele Prozent der Zuschauenden schauen über 10%)
 - Spital Nidwalden, Spitex Nidwalden, Nägeligasse
 - LUKS Aufwachstation
 - LUKS Anästhesiepflege
 - Regionales Wohn- und Pflegezentrum Schüpfheim
 - Betagtenzentren Emmen
 - Alterszentrum Willisau

Aufwand

Personenstunden für die Woche der Gesundheitsberufe



- 3'500 Stunden (2024: 4'000, 2023: 7'500)
- Nicht eingerechnet sind finanzielle Aufwände

Projektorganisation und Zusammenarbeit



Auf Bestehendem aufgebaut...

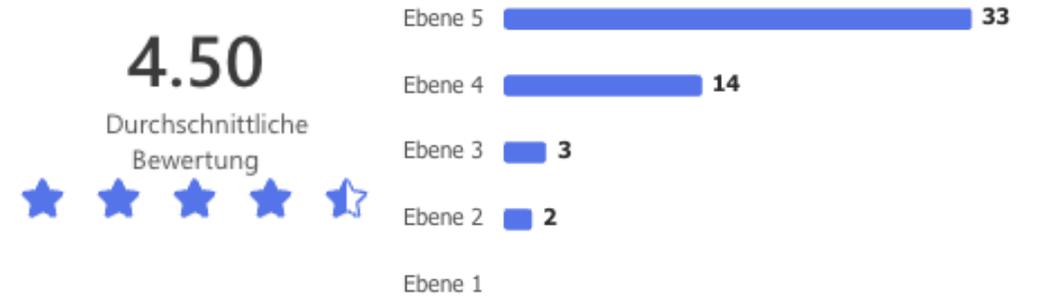
- Kooperationen weiter gemeinsam gefördert
- Drei Online-Sitzungen mit Aufnahmen zum Nachschauen
- Anleitungen usw. digital erstellt und alles unter xund.ch/woche/marketing auffindbar
- Wertschätzung für bestehende Mitarbeitende in neuem Format
- Flexible Umsetzung bzgl. Zeitpunkten (Aufnahmen, Anmeldung und Erfassung jederzeit)

Hohe Zufriedenheit mit Organisation und Kommunikation

Wie zufrieden sind Sie mit der Projektorganisation seitens XUND?
(2024: 4.35)

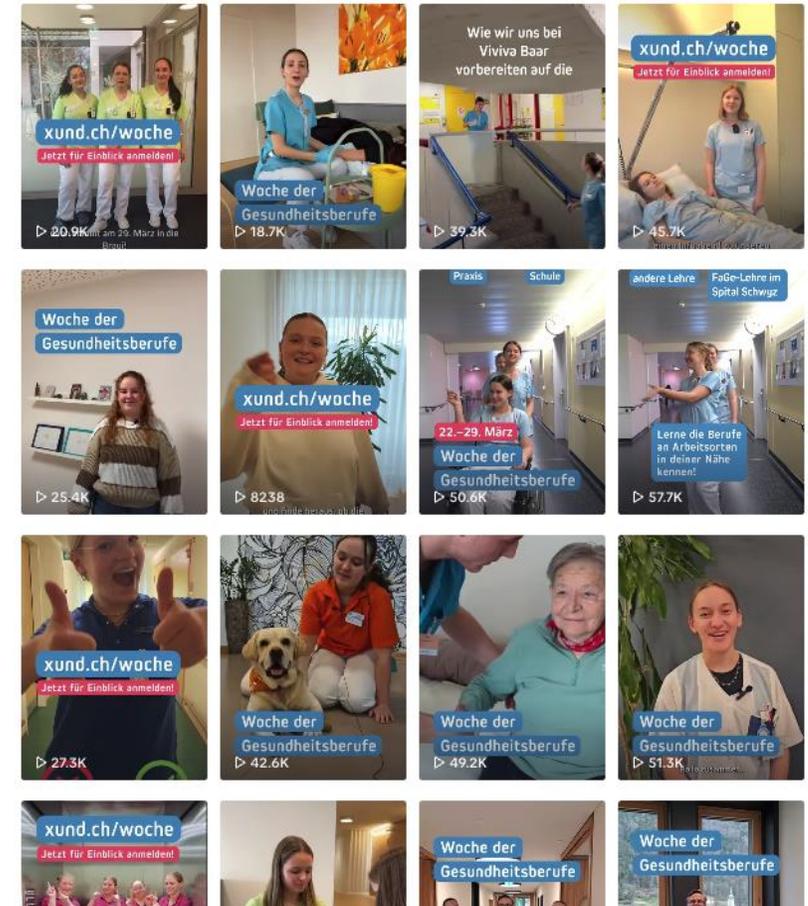
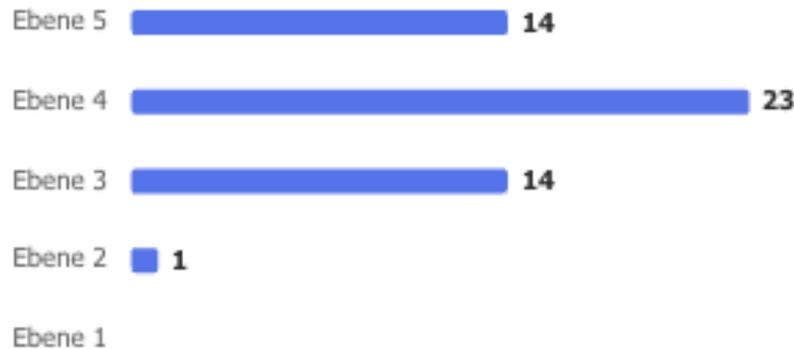


Wie zufrieden sind Sie mit der Projektkommunikation? (2024: 4.44)



Hohe Zufriedenheit bei der Zusammenarbeit bei den Videos für die sozialen Medien

Wie beurteilst du die regionalisierte Social Media Kampagne inklusive Einreichung von Kurzvideos?



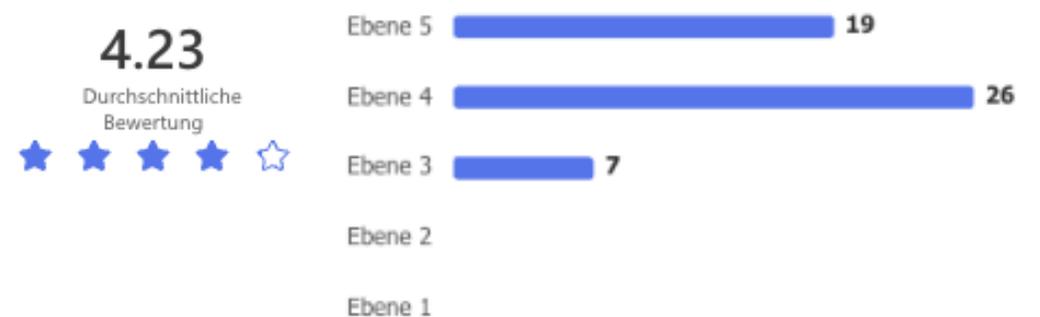
Analoge Weiterführung der gemeinsamen Inhalte für die Imagestärkung der Pflegeberufe während dem gesamten Jahr

Zufriedenheit mit Veranstaltungsplattform

Wie bedienungsfreundlich ist das Erfassen/Ändern der Einblicke auf xund.ch? (2024: 4.08)



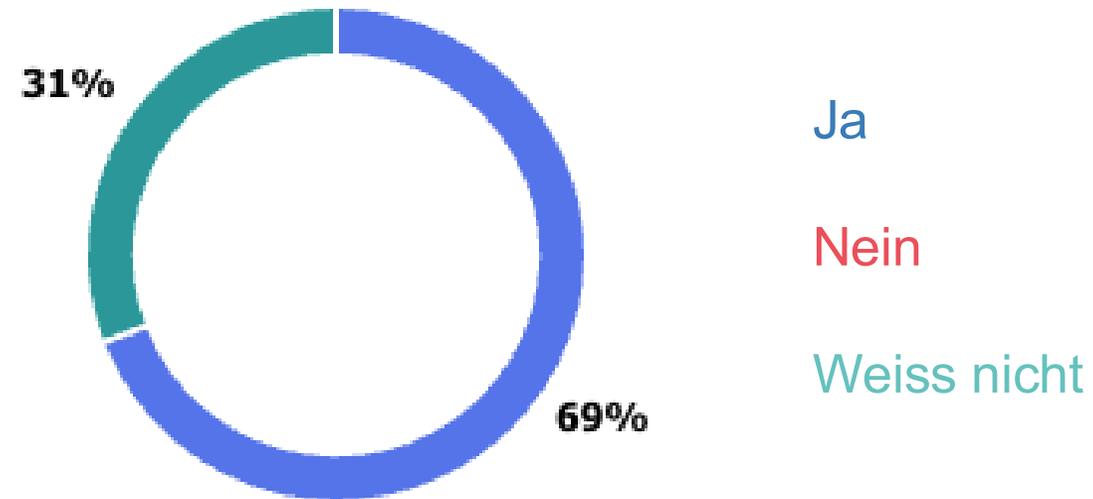
Wie beurteilen Sie im Login-Bereich die individualisierte Betriebsseite und das generieren von Flyern? (2024: 3.92)



Ziel ist, dass sich der Aufwand weiter reduziert und Daten weiterverwendet werden können. Zudem können Veranstaltungen während dem gesamten Jahr erfasst werden.

Ausblick

Wer ist bei einer Ausgabe 2026 wieder mit dabei?



Durchführung 2026: 21. bis 28. März

- Für XUND ist die Perspektive der Interessierten zu berücksichtigen, die Bedürfnisse der Branchen und Betriebe sowie die Entwicklung von 2023 zu 2025
- Erste Teilnehmende an der Woche von 2023 befinden sich in der Ausbildung

**Kommunikation Mitte Mai Durchführung 2026
und Kick-off für 2026 im September 2025**



**«Im Jahr 2023 habe ich
unterschiedliche Einblicke der Woche
der Gesundheitsberufe besucht.»**

Jenny Bammert, Assistentin Gesundheit
und Soziales in Ausbildung



Rückmeldungen zur gezeigten Evaluation?

Ergänzungen?

Fragen?