

Zeitschrift: Spitex Magazin : die Fachzeitschrift des Spitex Verbandes Schweiz
Herausgeber: Spitex Verband Schweiz
Band: - (2020)
Heft: 5: Sonderausgabe zum 25-Jahr-Jubiläum von Spitex Schweiz

Artikel: Wie der Dachverband zum heutigen Logo kam
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-928172>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.06.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Damals – heute: das Logo von Spitex Schweiz im Laufe der Zeit



Vorschlag 1994



1995



2005



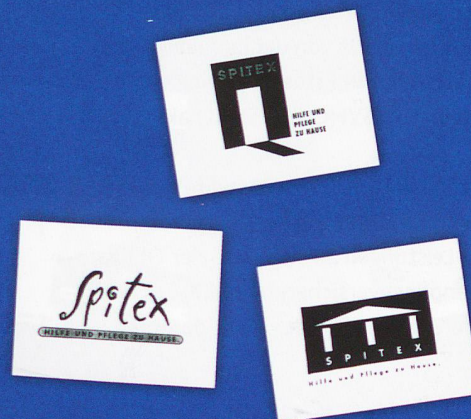
2017

Wie der Dachverband zum heutigen Logo kam

Der Spitex Verband Schweiz ging mit einem eigenen Logo an den Start. Es setzte sich aus der Bildmarke in Blau und Grün, dem Namen «Spitex» und dem Claim «Hilfe und Pflege zu Hause» zusammen. Das Logo war eines von mehreren, das von der Zürcher Werbeagentur Frank Joss ausgearbeitet worden war. Durchgesetzt haben dürfte es sich vor allem wegen seiner Symbolik: Die Bildmarke mit zwei nierenähnlichen Formen, die zusammen eine Ellipse bilden, repräsentiert die beiden Vorgängerverbände. «Blau stand für uns, die SVGO, Grün symbolisierte die SVHO», sagt Hermann Studer. Das weisse S als Auslassung zwischen den beiden nierenähnlichen Formen ist nicht nur der Anfangsbuchstabe von «Spitex»; es repräsentiert auch den Weg der Mitarbeitenden zu ihren Klientinnen und Klienten, die daheim leben.

2005 überarbeitete die Berner Agentur Balsi Lefthanded Graphics das Logo geringfügig (vgl. Bilder links). Die Schrift des Claims wurde abgeändert und die Bildmarke leicht modernisiert. Die Agentur schuf für den Verband zudem ein Corporate-Design-Manual. Es sollte einem einheitlichen Auftritt dienen und wurde 2011 angepasst. Der Verband hielt damals zudem fest, dass die Dreiteilung des Logos auch die drei Spitex-Kernleistungen Pflege, Hauswirtschaft und Betreuung symbolisiere. Und dass das Blau Attribute wie «objektiv, heilend und vernünftig» und das Grün etwa «sicher, lebend und geborgen» repräsentiere.

Zu einer schweizweit einheitlichen Marke kam es jedoch erst 2016. Die Zürcher Agentur Life Science Communication führte dafür Umfragen, Marktanalysen und Workshops durch. Dabei bestätigte sich, dass die Spitex und ihr Logo in der Deutschschweiz einen sehr hohen Bekanntheitsgrad geniessen. Aus diesem Grund wurde das Logo nur leicht überarbeitet. Die Bildmarke erhielt eine klarere Form und eine Platzierung links der Wortmarke. Diese setzt sich seither aus dem neuen Claim «Überall für alle», dem Namen Spitex und einer Ortsbezeichnung zusammen. Weil sich in der Romandie der Begriff «Spitex» nie durchgesetzt hatte, verwenden die dortigen Organisationen weiter ihren eigenen Namen und zusätzlich «Aide et soins à domicile» in der Fusszeile ihrer Website. Das neue Spitex-Logo wurde 2017 und 2018 rollend eingeführt.



Varianten 1994