

Marketing, Kommunikation & HR-Marketing

# Vor Ort und online präsent

In Spitäler geht man normalerweise, wenn man Beschwerden hat oder jemanden besucht. So ist es zentral, dass die soH an wichtigen Anlässen im Kanton die breite Bevölkerung ansprechen kann. 2025 war sie nicht nur an der Solothurner Herbstmesse (HESO) präsent, sondern auch am Gempfenfest. Neben diesen persönlichen Kontakten werden aber die elektronischen Kanäle immer wichtiger. Berufsmarketing findet heute überwiegend über digitale Kanäle statt, insbesondere über die eigene Website, Jobplattformen und soziale Medien.

Die HESO mit ihren rund 100 000 Besucherinnen und Besuchern ist weiterhin die wichtigste Plattform, um mit Menschen jeder Alterskategorie und aus unterschiedlichsten Bereichen zusammenzukommen. Das Bürgerspital Solothurn war auch 2025 wieder mit einem Stand vor Ort und zeigte beispielsweise nicht nur, wie man reanimiert, sondern auch, wie man den Körper nach einem Herzinfarkt fit bekommt oder was man in der Gefässchirurgie macht. Das Angebot reichte von Informationen über Krebs über einen Einblick in die Geburtsabteilung bis zum urologischen Behandlungsangebot. Viele Besucher traf man mehrmals am Stand dank dem vielseitigen Programm, das von unseren Mitarbeitenden mit viel Freude vorgestellt wurde. Am letzten HESO-Tag kümmerten sich die Mitarbeitenden in der «Bärli-Klinik» wieder um kranke Plüschtierpatientinnen und -patienten. Besorgte Kinder konnten ihre kleinen Spielgefährten vorbeibringen, untersuchen und versorgen lassen.



*Auch 2025 war die soH wieder mit dem Bürgerspital Solothurn zu Gast an der HESO.*



*Auch am Gempfenfest hat das Bärli-Spital für besorgte Kinder-Eltern haltgemacht.*

## Spital Dornach am Gempfenfest und Berufsmessen

Eine Bärli-Klinik bot auch das Spital Dornach an seinem Stand am traditionellen Gempfenfest, das nach neun Jahren Unterbruch endlich wieder stattfand. Die vielen Gespräche mit Besucherinnen und Besuchern aus der Region haben gezeigt, wie wichtig das Spital Dornach mit seiner breiten Gesundheitsversorgung und seinem neuen Notfall für die Region ist. Umso erfreulicher ist es, dass Anfang 2026 der langersehnte Spatenstich für den Anbau erfolgte. Messen spielen auch für das Arbeitgeber- und Berufsmarketing eine zentrale Rolle. 2025 war die soH an Schweizer Messen und erstmalig auch an Berufsmessen in Deutschland zu Gast. Aufgrund des sich zunehmend akzentuierenden Facharbeitskräftemangels gerade in der Spezialpflege und in der Medizin ist es wichtig,



Viele Läuferinnen und Läufer trotzten dem garstigen Wetter am ersten Schleifenlauf in Solothurn.

auch im benachbarten Ausland die Attraktivität einer Tätigkeit in der soH aufzuzeigen. Die soH bietet nicht nur spannende Jobprofile, sondern sehr gute Arbeitsbedingungen, Karriereöglichkeiten und Arbeit in gut funktionierenden Teams. Separat angesprochen wurden Schulabgänger, für welche die soH Events wie Spitaltouren organisiert oder ihre Fragen direkt in den Schulen beantwortet hat. Insgesamt wurden an den Veranstaltungen über 10 000 Give-aways verteilt, welche die Empfängerinnen und Empfänger an die soH erinnern.

**Online first**

Social-Media-Kanäle, die Website, Jobportale und KI-Generatoren – ohne Onlinekommunikation läuft nichts mehr. Auch die reifere Generation tummelt sich heute auf Instagram und Co. Die soH konnte ihre Follower-Zahlen 2025 auf den sozialen Kanälen um rund 20 Prozent steigern, wobei TikTok, LinkedIn und Instagram aktuell die wichtigsten sind. Die Followerzahlen zeigen, dass die soH attraktive Inhalte von allen Standorten und querbeet durch alle Bereiche postet. Sei es ein Einblick in den Spitalalltag, Hinweise auf Veranstaltungen, Berichte aus den Kliniken, Gesundheitstipps oder natürlich offene Stellen. Die klassische Website bleibt weiterhin eine wichtige Eingangspforte, um sich über die Arbeit bei der soH zu informieren. Allein die Karriereseite zählte im Jahr 2025 rund 1,2 Mio. Besucher und ist sicherlich von vielen der 18 139 Bewerberinnen und Bewerber besucht worden. Das waren rund 17,6 Prozent mehr als im Vorjahr. Eine neue Arbeitgeberkampagne wird 2026 sicherlich auch einen Beitrag leisten, damit die Neugier an der soH steigt. Auf grosses Interesse stösst der Blog THEMA, in dem 2025 Beiträge rund um «Kopf und Herz» im Mittelpunkt standen. Die besten Berichte/Texte/Artikel wurden in den beiden Printausgaben von THEMA publiziert, das an alle Haushalte im Einzugsgebiet der soH verteilt wird.

**Erfolgreicher Schleifenlauf**

Am 25. Oktober 2025 verwandelte sich der Kreuzackerplatz in Solothurn in ein lebendiges Zeichen der Solidarität: Der erste Schleifenlauf, initiiert vom Brustzentrum des Bürgerspitals Solothurn, zog über 500 Teilnehmende an. Bei garstigem Wetter liefen Brustkrebsbetroffene, Angehörige, Mitarbeitende des Bürgerspitals sowie zahlreiche, engagierte Menschen aus der Region für einen guten Zweck. Im Vordergrund stand nicht die sportliche Leistung, sondern das gemeinsame Engagement. Die Benefizveranstaltung fand bewusst am letzten Samstag des Brustkrebsmonats Oktober statt und setzte ein starkes Zeichen für Aufklärung, Unterstützung und Hoffnung. Die Spenden für jeden gelaufenen Kilometer fliessen an das Projekt «Herzkissen» der Krebsliga

Solothurn zur Unterstützung von Brustkrebsbetroffenen. Insgesamt kam ein stolzer Betrag von CHF 33 000.– zusammen.

**Gute Kontaktangebote fortsetzen**

Publikumsvorträge, Informationsstände in Einkaufszentren, ein Gesundheits-Podcast, unsere Kampagne «Wir sind für Sie da», unter anderem mit Plakaten und Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln, haben sich bewährt und das Interesse an der soH hochgehalten. Diese Massnahmen hat die soH fortgesetzt und dabei auch die Kommunikation mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dank dem ansprechenden Personalmagazin neben der direkten Ansprache und Online-Kanälen nicht vernachlässigt.

# SO GESUND

## EIN PODCAST DER SOLOTHURNER SPITÄLER





Zum  
Podcast

Vertiefte, persönliche Infos zu Gesundheitsthemen? Das gibt es bei unserem Podcast «SO gesund». Laufend werden neue Folgen bereitgestellt.