

Zeitschrift: Das Schweizerische Rote Kreuz
Band: 76 (1967)
Heft: 1-2

Rubrik: Rotes Kreuz hier und dort...

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: 06.10.2024

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

Rotes Kreuz hier und dort . . .

Mit Wellblech nach Kurdistan

Die grosszügigen Spenden, die das Schweizervolk dem Schweizerischen Roten Kreuz im Sommer 1966 für die Erdbebenbeschädigten in der Türkei hat zukommen lassen, ermöglichten es unserer nationalen Rotkreuzgesellschaft, nicht nur bei der Ersten Hilfe für die betroffene Bevölkerung von Ostanatolien mitzuwirken, sondern sich auch am Wiederaufbau der zerstörten Wohnstätten zu beteiligen. Rasche Hilfe war hier besonders wichtig, weil in den betroffenen Gegenden der Winter früh Einzug hält. Das Schweizerische Rote Kreuz hat seinerzeit beschlossen, die Bedachung von 1500 einfachen Häusern zu finanzieren. Nachstehend geben wir einen Bericht von cand. med. Hansjakob Marti, Kallnach, der einen solchen Wellblechtransport nach der Türkei begleitet hat, wieder.

Zwar hatte sich einiges im Topf unserer Erwartungen angefüllt, bis wir mit unsern vierzig Tonnen Wellblech die bulgarisch-türkische Grenze in Edirne, dem alten Adrianopel, überquert hatten und unsere Camions die Weite Thrakiens und die Perle am Bosphorus, Istanbul, vor sich liegen sahen. Wie überall, wo Ungewissheit herrscht, wird Schlechtes eher als Gutes erwartet, und obschon wir uns reichlich auf das Neue freuten, gelang es uns nicht ganz, dieser Freude Ausdruck zu verleihen. Wir wussten um die sprachlichen Schwierigkeiten, die uns erwarteten, die Möglichkeit einer Verzögerung am türkischen Zoll, die sich hätte ergeben können — so jedenfalls hatte man uns noch in der Schweiz klagemacht. Wir waren auch vor den «langen Fingern der Leute hinter Ankara» gewarnt worden, zuletzt noch im jugoslawischen Pirot, wo uns ein bulgarischer Chauffeur, der mit fünfzehn Tonnen quietschender, rosiger Schweine nach Deutschland unterwegs war, eindringlich warnte, nie den Lastwagen zu verlassen. Kleider hatten wir mitgenommen, als gälte es, den Nordpol zu entdecken . . . Es sei kalt in Anatolien, besonders in der Nacht, hatte man uns gesagt.

Trotzdem, die Faszination, die von dem Lande ausging, dessen Boden wir eben betreten hatten, wurde mit jedem Schritt, mit jeder Räderdrehung ostwärts stärker; sie verdrängte alles Widerwärtige, das uns hätte begegnen können, und als wir in Edirne unvermittelt die erste Moschee auftauchen sahen, da blieb nur ein Staunen übrig, das uns von nun an durch die ganze Türkei begleitete. Die Freude wuchs, vor uns lag das Wunder Istanbul, der Bosphorus, lagen Asien, Ankara,

Anatolien. Vor uns lag Kurdistan mit der erdbebenbeschädigten Bevölkerung, der ein bitterer Winter bevorstand, und wir waren stolz darauf, mit unserer Ladung, die wir im Auftrag des Schweizerischen Roten Kreuzes in den östlichen Winkel des anatolischen Plateaus, wo heute der Volksstamm der Kurden wohnt, fuhrten, etwas zur Linderung der Not dieser armen Bewohner beitragen zu dürfen.

In Mus (sprich Musch), einer kleinen Garnisonsstadt an der südlichen Tangente des Katastrophengebietes, luden wir unsere Last ab. Unablässig und fieberhaft wurde dort gearbeitet. Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen nationalen Rotkreuzorganisationen und der Liga der Rotkreuzgesellschaften einerseits und den zuständigen türkischen Behörden und den Hilfsorganisationen andererseits klappte vorzüglich, und es war für uns ein grosses Gefühl, zu sehen, was der Wille zu helfen eigentlich alles zu leisten vermag.

Es ist ein Erlebnis von nicht geringem Wert, zu beobachten, wie der Helferwille von Nationen ganze Dörfer aus dem Boden stampft, wie dies in Mus geschieht. Fieberhaft wird hier gearbeitet. Tagtäglich trifft Material ein, das unter der kundigen Leitung eines Delegierten der Liga der Rotkreuzgesellschaften verteilt und verwertet wird. Eine ganze Reihe von provisorischen Häuschen steht schon, andern fehlt noch die Bedachung, weshalb unsere zwei Camions mit vierzig Tonnen Wellblech mehr als hochwillkommen waren! Neue Häuser sind im Entstehen begriffen. Ich habe gesehen, wohin unser Geld kommt, und ich bin begeistert über die Leistungsfähigkeit des Roten Kreuzes. Das Schweizervolk soll wissen, wie sinnvoll seine Gaben gerade in diesem speziellen Fall verwendet werden.

Als wir die Türkei bei Adrianopel wieder verliessen, zogen wir unsere Bilanz. Was wir von den Leuten «hinter Ankara» erfahren durften, war grosse Gastfreundschaft. Von «Klauen» keine Spur. Das Wetter in Mus, 1500 Meter über dem Meeresspiegel, war herrlich, tagsüber warm, nachts kühl, aber nicht zum Erfrieren. Unsere positiven Erwartungen waren weit übertroffen worden, und uns schien tatsächlich, als verliessen wir ein Märchenland, das uns für zwei Wochen gefangen gehalten hatte. Die guten Erinnerungen brauchten wir glücklicherweise nicht zu verzollen, und als die Schnauze unseres Henschels am bulgarischen Schlagbaum anschlug, da war der Blick zurück mit einiger Wehmut behaftet, denn es war uns klar, dass wir so hurtig nicht wieder die Türkei besuchen würden.

EINE WERBEAKTION FÜR DIE BERUFE IN WEISS

Apothekeraktion 1965: Drei Wochen lang stellten rund siebenhundert Apotheken unseres Landes Bildtafeln, die einen Einblick in die verschiedenen Pflegeberufe, in ihre Ausbildung und Arbeitsmöglichkeiten gaben, ins Schaufenster und warben damit für eine Sache, die über ihr eigenes Interesse weit hinausreichte. War die Aktion ein Erfolg? Die meisten Apotheker werden nicht nur bezweifeln, dass sich der Aufwand gelohnt hat, sie werden sogar rundheraus erklären, die Mühe sei umsonst gewesen. Was zählen schon rund fünfhundert Anmeldungen von ernsthaften Interessenten für Pflegeberufe! Wenn eine Apotheke in den ganzen drei Wochen vielleicht drei bis fünf Interessenten oder Interessentinnen an das Schweizerische Rote Kreuz verwies, so war das viel weniger, als man gehofft hatte. Und trotzdem, diese Werbeaktion für die «Berufe in Weiss» war ein Erfolg!

Doch bevor wir das Ergebnis unserer Werbeaktion beleuchten, wollen wir einen Blick auf eine andere Werbeaktion für Pflegeberufe werfen. Ebenfalls im Jahre 1965 wurde auf die Initiative des Bremer Gesundheitsensors in der Stadt Bremen und ihrem weiten Umkreis eine Werbung für Pflegepersonal durchgeführt. Unter dem Motto «Ein Beruf, der mehr bietet, als Sie denken» ging eine ansprechende Broschüre an etwa 92 500 Haushaltungen. Die Zahl der Anmeldungen für den Pflegeberuf belief sich auf 105, und dies aus einem engeren Interessentenkreis von 369 Personen, von denen wiederum 206 aus der Stadt Bremen kamen. Erfolg oder Misserfolg? Vom Standpunkt der Anmeldungen her war die Werbung sicherlich nicht von Erfolg gekrönt. Aber die Bremer Werbeaktion war in aller Leute Mund. Selbst im Ausland sprach man davon. Das Leitbild der Krankenpflege zu korrigieren und die Pflegeberufe so darzustellen, wie es der Wirklichkeit entspricht, war das vornehmliche Anliegen der Bremer Schwesternwerbung. Aufklärung stand also an erster Stelle, und Werbung folgte erst in zweiter Linie.

Die Apothekerwerbung für Pflegeberufe, wie sie im Spätherbst 1965 durchgeführt wurde, ging vom gleichen Ziel aus: Aufklärung und Berichtigung eines immer noch weit verbreiteten veralteten Leitbildes und dann — aufbauend auf einer solchen Korrektur — Werbung für den Beruf. Dieses Ziel wurde dank der fruchtbaren Zusammenarbeit mit der Verbindung Schweizer Aerzte, mit der Veska und dem Schweizerischen

Roten Kreuz in vorbildlicher Weise erreicht. Presse, Radio und Fernsehen haben die Aktion unterstützt, so dass die Wirkung sehr nachhaltig war. Selbst heute noch manifestiert sie sich in zahlreichen Anfragen und Telefonen, die mit den Worten beginnen: «Damals bei der Apothekeraktion . . .»

Eine derart spektakuläre Aktion wie die «Schwester Karin», so nannte man kurzerhand die Bremer Schwesternwerbung, wäre bei uns in der Schweiz wohl kaum möglich. Doch haben wir dem rein Spektakulären etwas Ebenbürtiges zur Seite zu stellen: eine Aktion nämlich, die dadurch Gewicht und Bedeutung gewinnt, dass sie das Gemeinschaftswerk vieler Institutionen ist. Wenn in der Zeit vom 22. Februar bis zum 15. März dieses Jahres die Apotheker unseres Landes ein Plakat auf dem Ladentisch zeigen mit einer strahlenden Schwester als Blickfang, so stellen sie sich wieder einmal in uneigennützigster Weise in den Dienst der guten Sache. Mehr noch als bei der letzten Aktion wissen sie sich dieses Mal unterstützt von anderen Institutionen. Den Höhepunkt der Werbekampagne wird am 11. März ein vom Verband schweizerischer Krankenanstalten (Veska) organisierter Tag der offenen Tür bilden. Die Verbindung Schweizer Aerzte übernimmt wie bereits das letzte Mal die Bedienung der Presse, wobei es Sache des Schweizerischen Roten Kreuzes ist, das Pressematerial zur Verfügung zu stellen. Radio und Fernsehen werden die Aktion in vielen ihrer Sendungen unterstützen. Der Schweizerische Verband diplomierter Krankenschwestern und Krankenpfleger, die Schweizerische Gesellschaft für Psychiatrie haben ebenfalls ihre aktive Beteiligung zugesagt. Dass in der französischen Schweiz und im Tessin die ganze Durchführung der Werbung ein wenig andere Akzente als in der deutschen Schweiz tragen wird, entspricht den regionalen Gegebenheiten und gefährdet keineswegs die Einheitlichkeit der Aktion. Dem Schweizerischen Roten Kreuz schliesslich ist Organisation und Koordination der ganzen Werbung übertragen. Ein gerade für die einzelnen Interessenten wichtiger Faktor der Kampagne wird der neue, vom Schweizerischen Roten Kreuz herausgegebene Prospekt «Berufe im Dienste der Medizin» sein.

Dieser Rückblick und Ueberblick auf die kommende Aktion soll nicht beendet sein ohne ein Wort des Dankes an alle, die in vorbildlicher Weise dazu beitragen, Vorurteile über die «Berufe in Weiss» zu beseitigen und zu diesem Zweck an der vorgesehenen Apothekeraktion mitarbeiten.

ebb.