

Zeitschrift: Fachblatt für schweizerisches Anstaltswesen = Revue suisse des établissements hospitaliers
Band: 22 (1951)
Heft: 4

Artikel: Aufklärung statt Reklame
Autor: Xenos
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-809138>

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: 21.11.2024

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

Aufklärung statt Reklame

I.

Unser Jahrhundert ist das Jahrhundert des Publikums. Reklame, Propaganda, Umfragen beim Publikum, Appelle an die «öffentliche Meinung», das sind die Mittel, mit welchen heute staatliche und gesellschaftliche Aenderungen erreicht oder angestrebt werden. Der Laie wird als Stimmbürger oder als «Wirtschaftsfaktor», als Steuerzahler oder einfach als Zählmasse zum Richter in Fach- und Gewissensfragen, zum Lenker der Weltgeschichte gemacht. Jedermann, der auch nur oberflächlich über das Problem des Gesellschaftslebens nachdenkt, sieht sofort die ungeheuren Gefahren und offensichtlichen Sinnlosigkeiten dieser beinahe krankhaft anmutenden Vergötzung des anonymen «Publikums».

Dass Heime und Anstalten ihre Nöte und Schwierigkeiten nicht dadurch bekämpfen und beheben können, indem sie dieser Tendenz nach Publizität im schlechten Sinne nachgeben, ist ja ohne weiteres klar. Auch dort, wo Heime und Anstalten beim Publikum werben müssen, sei es um Zuspruch, sei es um finanzielle Hilfe, geschieht es sachlich, diskret und ohne Uebermass. Das darf einmal auch an dieser Stelle anerkannt werden. Die Gefahr liegt ja beim schweizerischen Anstaltswesen vielmehr im andern Extrem: Das Publikum, die Oeffentlichkeit oder wie man die anonyme Masse der aussenstehenden Laien bezeichnen will, wird von den meisten Heimen und Anstalten eher gefürchtet als umworben, eher gemieden als gesucht. Das ist sicher nicht nur die Wirkung und der Ausdruck des an sich berechtigten Bedürfnisses nach Ruhe und Ungestörtheit, sondern einfach das Zeichen dafür, dass die Anstaltsleitungen ihr Hauptaugenmerk auf ihre eigentliche Hauptaufgabe, nämlich auf die interne Arbeit richten, und dass sie die allgemeine Werbung für die «Anstalts-idee» oder gar die «Reklame» für ihr eigenes Werk als überflüssig und unpassend betrachten. Auch die Anstaltskommissionen, denen doch recht eigentlich die Funktion als Verbindungsorgan zwischen Anstalt und Aussenwelt anvertraut ist, stehen der Werbung und Propaganda eher ablehnend gegenüber. Die Kommissionsmitglieder finden, ihre Aufgabe sei erfüllt, wenn sie mit gutem Gewissen sagen können, sie hätten bei ihren Besuchen alles in guter Ordnung gefunden. Wer sich für «ihre» Anstalt interessiere, könne kommen und Fragen stellen.

Nichts liegt mir ferner, als diese vorsichtige, ja ablehnende Haltung tadeln oder ändern zu wollen. Die allzuweitgehende Publizität, wo sie ausnahmsweise einmal von einer einzelnen Anstalt praktiziert wurde, hat nicht nur bei den übrigen Anstalten Unwillen und unliebsames Aufsehen erregt, sondern auch auf lange Sicht beim Publikum mehr Misstrauen als aktives Interesse erweckt. Wir wollen froh sein, dass unsere Schweizer der Reklame gegenüber eher konservativ eingestellt sind, und es wäre verfehlt, unsere Heime und Anstalten zu ermutigen, sich der ständig zunehmenden Reklamebearbeitung des Publikums anzu-

schliessen. Das kann nicht der Weg sein, um den Graben zwischen Laienwelt und Anstalten zu überbrücken.

Wir dürfen uns aber mit dieser negativen Feststellung einfach nicht begnügen. Es muss ein Weg gesucht und gefunden werden, um die *äusserlich wirksame*, aber *gefährliche Reklame* durch eine *pädagogisch wirksame* und auf die *Dauer* berechnete *Aufklärung* zu ersetzen.

Ich muss mich ganz deutlich ausdrücken: es geht nach meiner Auffassung nicht darum, eine plumpe Form der Reklame zu vermeiden und dafür eine psychologisch und reklametechnisch raffinierte Propaganda einzuführen. Wenn ich die Aufklärung der Reklame gegenüberstelle, so will ich damit einen grundsätzlichen Gegensatz der beiden Werbemethoden charakterisieren. Natürlich ist gute Reklame immer auch Aufklärung. Aber nie kann sie auf das Moment der Suggestion, der «Verführung» (im Sinne durchaus anständiger Ueberredung!) verzichten. Die *Reklame will gewinnen*, sie muss eindringlich, einschmeichelnd, aufregend oder zum mindesten auffällig sein, um ihren Namen zu verdienen und ihren Zweck zu erfüllen. Im Gegensatz zur Reklame nenne ich jenes Verfahren Aufklärung, das bewusst und geradezu ängstlich alle suggestiven Mittel vermeidet, nicht mit Bildern, Vergleichen, Anpreisungen und Schlagworten, sondern ausschliesslich mit Darlegung von Tatbeständen und mit logischen oder sachlichen Argumenten und Schlussfolgerungen arbeitet und seine «Werbung» nicht versteckt, sondern ganz offen als ethische oder soziale oder rein menschliche Forderung zum Ausdruck bringt. Ich hoffe, dass meine Darlegungen in der März-Nummer («Begegnung», Nr. 229) klar genug meine Ueberzeugung zum Ausdruck brachten, wie sehr die Lösung und Lockerung der Spannung zwischen Heim und Anstalt einerseits und der gesamten Laienwelt andererseits nicht nur im Interesse des Anstaltswesens, sondern im Interesse des ganzen Volkes liegt. Darum kann ich jetzt wohl zum Versuch übergehen, durch ein paar praktische und ganz konkrete Vorschläge zu zeigen, wie ich mir die *aufklärende* im Gegensatz zur reklamemässigen Methode vorstelle.

II.

In jedem Besucher einer Anstalt ist sicher latent das Bedürfnis vorhanden, einen Ueberblick über die ganze Institution zu gewinnen. Wäre ich Heim- oder Anstaltsleiter, so würde ich jedem Besucher beim Abschied ein Merkblatt, eine Art Prospekt mitgeben, der aber wesentlich von den üblichen abweichen würde. In wenigen Sätzen müsste dieses *Merkblatt* folgende Fragen beantworten :

A. Wer hat die Anstalt gegründet?

Wann ist sie entstanden?

Welche Motive bewogen die oder den Gründer zu ihrem Vorhaben?

Ein Bild des Gründers und der Anstalt in ihrer ersten Form.

- B. Wie sieht die heutige Leitung ihre Aufgabe? Ist die Anstalt noch nötig?
- C. Die Entwicklung der Anstalt von ihrem Bestehen bis heute in wenigen Zahlen und Daten oder in graphischer Darstellung.
- D. Die Sorgen und Schwierigkeiten jetzt und für die Zukunft.
- E. Zum Schluss die Bitte: «Helft uns durch Mitteilungen aus Eurer Erfahrung, aus Beobachtungen an andern Orten oder in der Öffentlichkeit unsere Aufgabe noch besser als bisher zu erfüllen. Wir sind dankbar für jede sachliche Kritik, für Ratschläge und auch für Berichte über Erfolge und Misserfolge. Unsere Anstalt ist nicht eine Privatsache; alle ehemaligen, jetzigen und künftigen Insassen und ihre Angehörigen, schliesslich aber das ganze Volk haben ein Interesse daran, dass wir, wie alle andern Anstalten, unsere Aufgabe immer besser erfüllen. Dazu ist die Mitarbeit, das Mitraten und die Mitverantwortung aller wertvoll, ja nötig. Gerne geben wir Ihnen mündlich oder schriftlich weitere Auskunft und stehen Ihnen auch für persönliche Besprechungen zur Verfügung. Sprechstunde: Jeden Mittwoch 6—7 Uhr abends oder nach Vereinbarung.»

Die Motive, welche zur Gründung geführt haben, die Ziele, welche die Anstalt mit ihrer Arbeit verfolgt, und die Kräfte, welche sie für deren Erreichung einzusetzen hat, sind das Wesentliche, was der Aussenstehende kennen muss, um einen Masstab zu gewinnen, an dem er das Erstrebt mit dem Erreichten (so wie er es sieht) vergleichen kann. Der knappe historische Ueberblick gibt dem interessierten und wohlgesinnten Besucher einen Anhaltspunkt, von dem aus er die Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten der Anstalt abschätzen kann. Natürlich hat diese individuelle Aufklärung nicht in allen Fällen spürbaren Erfolg. Aber mit der Zeit wird sie «das Publikum» daran gewöhnen, die Anstalten nicht mehr nach klischeemässigen Vorurteilen ein- oder abzuschätzen, sondern den eigenen Verstand und das eigene Urteilsvermögen zu gebrauchen. Die beharrliche und stille Aufklärung jedes einzelnen Besuchers soll «die öffentliche Meinung» mit der Zeit durch das sachlich-kritische Urteil der zahllosen einzelnen Besucher ersetzen. Wo es möglich ist, wird ein «Gästebuch» die Adressen der Besucher sammeln, denen jeweils der *Jahresbericht* zugestellt wird, wobei es die Leitung in der Hand hat, eine geeignete Auswahl zu treffen. So sollte es möglich sein, das «Publikum» durch einen Kreis von sachlich orientierten Persönlichkeiten zu ersetzen, die gegen unsachliche Kritik mehr oder weniger immun sind.

Und nun die *Jahresberichte* selber! Nicht nur bei den Anstalten, sondern weitherum ist die Herausgabe gedruckter Jahresberichte zum Selbstzweck geworden. Ich weiss von vielen Leitern, dass sie nichts so sehr ersorgen wie die Abfassung dieser Jahresberichte, während andere sie als willkommene Gelegenheit zur Selbstbesinnung und wiederum zur Aufklärung der Aussenstehenden dankbar begrüssen. Die jährliche Berichterstattung hat, wenn sie sinnvoll sein soll, einen *doppelten Zweck*: in erster Linie soll sie den verantwort-

lichen Organen alle statistischen, finanziellen und personellen Daten zur sorgfältigen Beurteilung der Jahresarbeit liefern. Dieser «interne Jahresbericht» bildet auch ein Glied in der unentbehrlichen historischen Dokumentierung über den Gang der Anstalt. Er kann und soll keinem Anstaltsleiter erspart werden. Zweitens ist ein Rechenschaftsbericht gegenüber Gönnern und Freunden, Behörden und Bevölkerung nötig. Dass es sich da um zwei ganz verschiedene Zwecke und Bedürfnisse handelt, wird vielfach noch zu wenig beachtet. Das Ergebnis dieser mangelnden oder unklaren Ueberlegung ist dann eine Mischung von sachlich-trockenem, mit Statistiken und summarischen Jahresrechnungen gespicktem «internem Bericht» und einer vielfach rein routinemässigen Aufklärungsschrift ohne Schwung und Farbe, die weder die Kommissionsmitglieder noch die Aussenstehenden gross interessiert. Eine reinliche Trennung der beiden Aufgaben und eine klare und vollständige Anlage des Schemas für den internen Bericht werden allein schon genügen, um die Berichterstattung wieder sinnvoll und zweckmässig zu gestalten. Nur so bekommt der Leiter die nötige Freiheit, um der Aussenwelt in seinen Jahresberichten die wirklich grundsätzlichen und aktuellen Probleme und den *Gehalt* der Jahresarbeit sachlich und gerade deshalb eindringlich und überzeugend schildern zu können.

Es stellt sich noch die Frage, ob die zufällig gefundenen Freunde, die eine Anstalt durch diese individuelle Aufklärung gewonnen hat, unbesehen auch zu aktiver Mitarbeit eingeladen werden können. Vorsicht ist hier sicher am Platze, und die unkritische Uebernahme amerikanischer Methoden ist nach meiner Auffassung gerade auf diesem Gebiet gefährlich. Wollte eine Anstaltsleitung versuchen, einfach alle Empfänger ihrer Jahresberichte zu einem «Meeting», so zu einer Art Landsgemeinde einzuladen, so ist zu befürchten, dass vor allem neugierige und wichtigtuerische Besucher zu erwarten wären. Die spontane Unbefangenheit und Vertrauensseligkeit des Amerikaners geht dem Schweizer ab. Der kritische, überlegende Freund der Anstalt würde eine solche Einladung vielleicht als Anbieterungsversuch und deshalb als ungehörig auffassen und erst recht misstrauisch werden. Zu gemeinsamen persönlichen Besprechungen können deshalb wohl nur Persönlichkeiten eingeladen werden, die der Anstaltsleitung persönlich bekannt sind und mit denen bereits auf andere Weise als nur durch Zustellung von Jahresberichten und andern Drucksachen ein enger Kontakt hergestellt werden konnte.

Immerhin lohnt es sich wohl, bei *Anstaltsfesten*, vor allem bei der Einweihung von Neubauten und bei Jubiläumsfeiern einen weitem Kreis von Besuchern einzuladen und bei dieser Gelegenheit nicht nur das Anstaltsmerkblatt zu verteilen, sondern auch Besucherlisten aufzulegen, in welche sich jene Interessenten eintragen können, die gerne regelmässig die Anstaltsberichte erhalten wollten. Warum sollte nicht auch einmal der Versuch gemacht werden, die Jahresberichte nur gegen Bezahlung eines bescheidenen Kostenbeitrages, sagen wir von einem Franken, abzu-

geben? Damit wäre es möglich, eine grössere Auflage zu drucken und einen entsprechend grösseren Interessentenkreis zu bedienen. Aber das vorherige Einverständnis der Empfänger müsste unbedingt vorhanden sein, um Verärgerung und grosse Unkosten zu vermeiden.

Das sollen nur ein paar Hinweise auf praktische Möglichkeiten sein, wie eine Anstalt unaufdringlich und mit Anknüpfung an die berechnete Wissbegierde von Besuchern und Angehörigen von Insassen sich einen Kreis von Bekannten und Freunden schaffen kann, der sich stets erneuert und verjüngt und in dem latent Kräfte vorhanden sind, die aktiviert werden können, wenn es nötig und zweckmässig ist. Dieser äusserste weite Kreis von wohlwollend gesinnten Persönlichkeiten (nicht Postadressen!) sollte bei passender Gelegenheit zum Besuch der Anstalt eingeladen, und dabei sollte jeder einzelne persönlich begrüsst werden. Alles, was bloss nach Massenpropaganda aussieht oder wirklich solche ist, muss vermieden werden, wenn in Zeiten, wo Schwierigkeiten auftreten, ein Verlass auf diesen Kreis sein soll.

Ich fasse zusammen:

1. Alle *Reklame* im eigentlichen Sinn ist im Interesse des Ansehens der Anstalten zu vermeiden. Reklame und geschäftsmässige, noch so raffinierte Propaganda sind nicht geeignet, die Spannung und den Abstand zwischen Anstalt und Laienwelt zu vermindern.
2. Diese Spannung muss aber gemildert oder wenn möglich sogar überwunden werden, damit die Anstalten und Heime ihre Aufgabe voll leisten können. Der erste Schritt in dieser Richtung ist *Aufklärung* eines übersehbaren Kreises von Einzelpersönlichkeiten, die von sich aus, z. B. als Besucher, den ersten Schritt getan haben, also irgendwie einmal in direkten Kontakt mit der Anstalt getreten sind.
3. Einfache Mittel für die Aufrechterhaltung und Vertiefung dieses (noch rein platonischen) Kontakts sind das *Anstaltsmerkblatt*, der Jahresbericht in richtiger Form und die Einladung zu Festen und Zusammenkünften. Die bloss schriftliche Aufklärung soll schrittweise zur Anbahnung persönlicher Bekanntschaft zwischen dem Laien und der Anstalt ausgebaut werden.
4. Die Aufklärung darf *keine versteckte Werbung für Geld- oder Arbeitshilfe* enthalten. Alle Forderungen und Erwartungen der Anstaltsleitung an ihren Freundeskreis sind als solche klar auszusprechen: z. B. Mitteilung von Adressänderungen, Anfrage, ob eine Einladung zu den Jahresfesten willkommen sei usw.
5. Alle Werbung für die Anstalt verspricht nur Dauererfolg, wenn sie statt Reklame und Streupropaganda persönliche Aufklärung auf streng tatsächlicher Grundlage ist, nicht bettelt oder schmeichelt oder rührt, sondern die *Zusammenarbeit zwischen Anstalt und Laienwelt* als die natürlichste Selbstverständlichkeit betrachtet, so etwa wie die zwischen guten Nachbarn. Die Anstalt muss ihre Beziehungen zur Laienwelt so aufbauen, als ob von Natur aus

gar kein Zwischenraum und Abstand, geschweige denn eine Spannung und Fremdheit vorhanden wären. Die Ueberwindung des Gegensatzes zur Umwelt und der dadurch entstehenden Isolation muss von der Anstalt aus angebahnt werden, wenn sie von Dauer und Breitenwirkung sein soll.

III.

Zum Schluss und zur Ergänzung will ich doch noch auf die *generelle Aufklärung* hinweisen, welche die individuelle Aufklärungsarbeit der einzelnen Anstalt ergänzen sollte. *Presse und Radio* stehen den Anstalten im ganzen gesehen sehr wohlwollend gegenüber. Es ist aber klar, dass Presse- und Radioteute auf diesem Gebiet ebenfalls Laien sind und laienhaft reagieren. Sie sind, so wenig wie andere Laien, ohne weiteres fähig, die Glaswand zwischen Anstalt und Umwelt zu öffnen. Das können nur die berufenen Vertreter des Anstaltswesens selber tun. Wenn der *Verein für Schweizerisches Anstaltswesen* eine kleine *Arbeitsgruppe für den Pressedienst* einsetzt, wird dieser nach sorgfältiger Abklärung aller Grundfragen bald praktische Wege und Mittel finden, um zielbewusst und planmässig und doch unter Ausnutzung aller aktuellen Gelegenheiten die labile Stimmung des Volkes den Anstalten gegenüber zu festigen und positiv zu gestalten. Es wäre zu früh, jetzt schon Anregungen oder gar Vorschläge zuhanden dieser Arbeitsgruppe zu machen; einstweilen möchte ich gerne abwarten, ob die Schaffung einer solchen Kommission als nützlich, möglich und nötig betrachtet würde. Dass ihre Aufgabe nicht Reklame, sondern nüchtern-sachliche Orientierung der Bevölkerung sein müsste, brauche ich jetzt wohl nicht mehr zu betonen. Xenos.

Personalien

Am 9. März konnte Herr *Paul Barben*, Verwalter des kantonalen Frauenspitals in Bern, seinen 60. Geburtstag feiern. Die grosse Wertschätzung, die Herrn Barben in Fachkreisen entgegengebracht wird, geht u. a. aus dem Leitartikel hervor, der ihm in der «Veska-Zeitschrift» gewidmet wird, in dem u. a. seine Loyalität in den mannigfachen Verhandlungen mit Behörden, andern Verbänden, seine Hilfsbereitschaft, sein persönlicher Einsatz hervorgehoben wird. Wir schliessen uns gerne dieser Anerkennung an, indem wir uns dankbar daran erinnern, wie Herr Barben gerade auch dem VSA und seinen Mitgliedern je und je mit Rat und Tat zur Seite stand.

Die Leitung des kantonalen Jugendamtes in Zürich wurde Herrn Kantonsrat *Maurer*, dem bisherigen Adjunkten, übertragen, einem Sohn des bekannten Dichter-Pfarrers Dr. Adolf Maurer. Zum Adjunkten wurde Frl. Dr. iur. *Hildegard Herforth*, bisher Sekretärin auf der kantonalen Fürsorgedirektion, gewählt.

Zum Jugendanwalt des Bezirks Zürich wurde Herr Dr. iur. *Spörri* gewählt.

Nach langem, schwerem Leiden ist in Zürich Herr *Paul Manz*, seinerzeit u. a. Verwalter der kantonalen Frauenklinik, gestorben.