

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA**

Band (Jahr): **62 (1991)**

Heft 10

PDF erstellt am: **22.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

Liebe Leserinnen, liebe Leser,  
Öffentlichkeitsarbeit, PR – er-  
lauben sie mir für einmal eini-  
ge PR-Zeilen in redaktionell  
eigener Sache.

Heidi Ruchti-Grau hat uns im  
Septemberheft den vielzitiert-  
ten Begriff der Public Rela-  
tion in einem ausgezeichneten  
Beitrag über eine Fortbil-  
dungstagung der HeimleiterInnen der Zentralschweiz  
nähergebracht, uns leichtver-  
ständlich gezeigt, wie man ein  
«Image» aufbaut und pflegt.



Diese Einleitung meinerseits beinhaltet beispielsweise PR für un-  
sere bewährte «neue» BR-Mitarbeiterin. BR bedeutet: Eintrag  
ins Berufsregister des Schweizerischen (Fach-)Presse-Verbandes  
und damit BesitzerIn des offiziellen Presse-Ausweises. Heidi  
Ruchti-Grau hat die Voraussetzungen erfüllt und gehört nun  
«mit Marke und Stempel» zu den schreibenden «Profis» (SFPV).  
Herzliche Gratulation!

Von den regelmässigen Fachblatt-Mitarbeiterinnen und Mitar-  
beitern besitzen übrigens den BR-Ausweis: Margrit Annen-Ruf,  
Katharina Gattiker, Johannes Gerber, Heinz Lübberstedt, Peter  
Eggenberger, Heidi Ruchti-Grau und ich. Damit sind wir alle  
«offiziell» dem journalistischen Berufsethos verpflichtet und  
tragen Ihnen gegenüber, liebe Leserinnen und Leser, die Verant-  
wortung für eine ansprechende, sachgetreue Berichterstattung  
mit Gütesiegel.

Öffentlichkeitsarbeit – Information – Kommunikation:

«Ein Drittel seines Lebens verbringt der Mensch heute mit den  
Massenmedien. Und einen grossen Teil seiner übrigen Zeit nutzt  
er zur Kommunikation. Kein Wesen auf dieser Erde ist so  
schwatzhaft und mitteilungsfrächtig wie jener Zweibeiner, der  
vor Jahrtausenden in Ostafrika von den Bäumen stieg und miter-  
lebte, wie sein Kopf sich plötzlich wie ein Ballon aufblies...  
(Aus: Mensch und Medien, von Werner Hadorn und Mario Cor-  
tesini, AT Verlag, Aarau).

Ausser Arbeit und Schlaf beschäftigt uns nichts so sehr wie die  
Massenkommunikation: Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Bro-  
schüren, Prospekte, Plakate, Comics, Tonbänder, Schallplatten,  
Radio, Fernsehen, Videorecorder und ... Die Massenmedien  
verändern unsere äussere Welt, krepeln – nur zu oft – unser In-  
nenleben um, bewirken Verhaltensänderungen. Reize überfluten  
uns, wir leben weitgehend aus zweiter Hand, Massenkommuni-  
kation kann zur Sucht, zur Droge werden.

Die Massenkommunikation bietet aber auch die Chance, sich in  
der Welt besser zurechtzufinden, diese Welt zu verstehen, zu kom-  
munizieren. Fernsehen zum Beispiel überspringt Alphabetisie-  
rung und – mittels Satellit – geographische Grenzen und Konti-  
nente. Bleibt allerdings das nötige Bemühen unsererseits um das  
Verständnis der andern Sprache.

«Eine Welt voller Massenmedien ist ein empfindliches Nervensy-  
stem der menschlichen Gesellschaft: feinfühlig und verletzlich»  
(Mensch und Medien).

Öffentlichkeitsarbeit im Heim bedingt Kommunikation mit den  
Massenmedien und ist demnach in dieses System miteingebettet –  
feinfühlig und verletzlich (empfindlich)! Denken wir daran. In  
diesem Sinne: Herzlich willkommen an der Novembertagung in  
Schaffhausen.

Ihre

<b>Herbsttagung in Schaffhausen</b>	648
<b>In eigener Sache</b>	651
<b>Abschied von Dr. Imelda Abbt</b>	653
<b>Auf den Spuren Pestalozzis in Burgdorf</b> Herbstausflug der Berner Heimleiter	657
<b>Bewohneraktivierung im Altersheim</b> Besuch in der Stiftung Alterssiedlung Steinhausen	659
<b>Das Gulkrog-Center in Veyle</b> Dänische Altersfürsorge, 4. Teil	664
<b>Wie wir miteinander reden</b> Vom Geheimnis des Wortes	671
<b>Von Pestalozzis Begriff der</b> <b>Wohnstubenpädagogik zum Begriff des</b> <b>therapeutischen Milieus</b> 2. Teil	674
<b>Zusammenspielen statt einander</b> <b>ausspielen</b> Einführungsreferat zur VHS/VHZ-Tagung	681
<b>Odysseuade –</b> <b>eine Theater-Projektwoche</b>	684
<b>Asylbewerber in Heimen</b>	686
<b>Zusammenarbeit Feuerwehr und Personal</b> Brandschutz in Krankenhäusern und Pflegeheimen	689
<b>Us em Gmües-Chratte</b>	693
<b>Nachrichten und Mitteilungen aus den</b> <b>Kantonen und Regionen</b>	698