

Qualitäts-Zertifikat für Altersheime

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA**

Band (Jahr): **64 (1993)**

Heft 11

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-811517>

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.

seln die Marke). Obwohl von den Tabakunternehmen immer wieder bestritten, geht es bei der Tabakwerbung nicht unwesentlich darum, neue Käufer – in der Regel Jugendliche – zu gewinnen. Je besser Jugendliche über Mechanismen und Wirkungen der Werbung informiert sind, desto eher sind sie in der Lage, die Produkte der nimmermüden Werbeindustrie kritisch zu beurteilen. Mädchen und Jungen, die gewohnt sind, die Klischees der Werber zu hinterfragen, sind auch der Suchtmittelwerbung nicht schutzlos ausgeliefert. Da Werber oft Sehnsüchte und Wünsche Jugendlicher mit bestimmten Produkten in Verbindung bringen, müssen Schülerinnen und Schüler darüber informiert werden. Erst wenn sie eine kritische Distanz gegenüber Werbeklischees entwickelt haben, können sie auch zu einem bewussteren Konsumverhalten finden. Mit einer Schachtel Zigaretten werden weder Freiheit noch Abenteuer – wie das die Werber so gerne suggerieren – gekauft, sondern in der Regel 20 Zigaretten mit einem bestimmten Nikotin- und Teergehalt.

Die Unterrichtseinheit «Werbung» soll Schülerinnen und Schülern zeigen, dass mittels Werbung versucht wird, Sympathisanten oder Käufer für Produkte zu gewinnen. Da in unserer Wohlstandsgesellschaft Produkte selten nur noch durch Sachinformationen angepriesen werden, hat die Unterrichtseinheit zum Ziel, aufzuzeigen, wie heute geworben wird.

Methodik der Unterrichtseinheit «Werbung»

In der Lehrerbeilage wird eine Möglichkeit aufgezeigt, wie die Thematik in drei Lektionen mit den Schülerinnen und Schülern bearbeitet werden kann. Die Lektionen sind so konzipiert, dass durch den Wechsel verschiedener Unterrichtsformen wie Einzel-, Gruppen- und Klassenunterricht ein dynamischer Unterrichtsverlauf gewährleistet ist.

Neben diesen Lektionsvorschlägen finden sich in der Lehrerbeilage weitere Tips und Anregungen für einen fächerübergreifenden Unterricht. Das Thema kann für den Deutschunterricht weiter ausgebaut werden, indem verschiedene Sprachformen der Werbung (zum Beispiel Appelle) erar-

beitet werden; schliesslich kann durch Texten und Dichten von leicht verdaulichen Slogans das Sprachgefühl trainiert werden. Im Zeichnen und Werken können eigene Plakate zu beliebigen Produkten erstellt werden. Ob die Schülerinnen und Schüler Fotomontagen, Collagen oder Zeichnungen erstellen – wichtig ist, dass sie ihre Kreativität im Gestalten der Werbeplakate ausleben können.

Im Abschnitt «Wie wird Werbung wirksam?» werden die wichtigsten Elemente einer Werbung erklärt und anhand vieler Beispiele mit den Schülerinnen und Schülern erarbeitet. Dazu lässt sich der Text problemlos aus der Lehrerbeilage kopieren und als Arbeitsblatt abgeben.

Schulwandbild «Werbung»

- Zwei mehrfarbige Bilder mit fiktiven Reklamebeispielen
 - Lehrerbeilage mit Lektionsvorschlägen (13 Seiten)
- Fr. 6.50 plus Porto und Verpackung.

Die Lehrerbeilage schliesst mit Vorschlägen für praktische Arbeiten zur Themenvertiefung. Beispielsweise führen die Schülerinnen und Schüler – am besten gruppenweise – selber Werbekampagnen durch, wo sie ihr erlerntes Wissen kreativ umsetzen können.

Text: Edith Baumann Renner

Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme SFA, Postfach 870, 1001 Lausanne, Tel. 021 323 34 23

Beitrag aus:



Qualitäts-Zertifikat für Altersheime

In Berlingen fand im September ein Symposium über Qualitätssicherung im Krankenhaus und Altersheim statt. Internationale Referenten berichteten über Zielsetzungen, Voraussetzungen und Vorteile in der Alterspflege. René Künzli, Leiter des «Neutral» Berlingen, erläuterte, wie er die Qualitätssicherung verwirklichen will.

Am Symposium in Berlingen wurde diskutiert, was Qualität überhaupt alles beinhaltet. In einem weiteren Schritt wurde überlegt, was für Anforderungen Qualitätssicherung an die Betriebsleitung, den Pflegedienst und die Ärzte stellt.

Die Maßstäbe der Qualitätssicherung haben sich im Laufe der Zeit stark geändert. Früher wurde die Qualität nur am Endprodukt überprüft. Dass dies unwirtschaftlich ist, liegt auf der Hand –, denn mangelhafte Arbeit ist unrentabel, wenn sie den ganzen Produktionsweg durchläuft und erst am Schluss herausgefiltert wird.

In Dienstleistungsbetrieben kann die Maschine den Menschen für die Qualitätssicherung nicht ersetzen. Eine Schlüsselfunktion nimmt hier die Aus- und Weiterbildung ein. Wenn sich Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen so verhalten, wie wenn ihnen das Unternehmen gehören würde, sind optimale Voraussetzungen geschaffen. Wenn der Belegschaft an ihrem Arbeitsplatz die nötigen Kompetenzen gegeben werden, weiss jeder, dass

er selbst für seine geleistete Arbeit verantwortlich ist.

Auch die Heimgäste müssen spüren, dass die Mitarbeiter ihre Aufgaben und Ziele kennen und dass die Qualität und die Zielerreichung auch kontrolliert werden. Die Betriebsleitung und die Kader aller Stufen sind dafür besorgt, dass in gegenseitiger Vereinbarung Ziele fixiert und auch der notwendige Mitteleinsatz bereitgestellt werden muss.

Zertifikat als Ansporn

Zur Standortbestimmung liess das «Neutral» vor über einem Jahr eine Befragung von Bewohnern, Angehörigen, Mitarbeitern und den Amtsstellen durchführen. Das Ziel ist ein Qualitäts-Zertifikat für Alters- und Pflegeheime, das mit dem Institut für Verhaltenswissenschaft an der ETH Zürich erarbeitet wird. Bei diesem Zertifikat geht es in erster Linie darum, den Standard eines Alters- und Pflegeheimes zu erörtern. Es wird ein Anforderungsprofil erstellt, bei dem in allen Punkten die minimalen Anforderungen erfüllt werden müssen. Wenn dieses Unterfangen nach Plan abläuft, wird das «Neutral» in Berlingen 1994 als erstes Alters- und Pflegeheim der Schweiz dieses Zertifikat in Empfang nehmen dürfen.

Dieses Zertifikat soll für die führenden Betriebe dieser Sparte ein Ansporn sein, um sich für die Bewohner und nach aussen profilieren zu können. Natürlich geraten die Alters- und Pflegeheime unter Druck, denn das Zertifikat gilt als Beweis menschengerechter Alterspflege. Da ständig die Anforderungen überprüft werden, kann es sich kein Unternehmen leisten, nach Erhalt des Qualitäts-Zertifikates die Leistungen sinken zu lassen. Alte Leute sollen nicht nur in schöner Umgebung leben dürfen, sondern müssen auch gut betreut werden.

René Künzli zieht nachstehende Schlussfolgerung: «Bei jedem Lernprozess treten Fehler auf. Diese zu erkennen und beim nächsten Mal zu vermeiden, ist wichtig. Qualität geht vor dem Profit. Wer heute für die Qualität seiner Dienstleistungen sorgt, braucht sich morgen um den Ertrag nicht zu fürchten. Wer aber nicht handelt, nicht agiert und sich einfach treiben lässt, mit anderen Worten, wer keine klaren Zielvorstellungen darüber hat, was er mit seinen Aktivitäten erreichen will, ist dem Untergang geweiht.»

(Auszug aus «Thurgauer Zeitung»)

Schweizer Schulen – Schulen für alle? Nichtbehinderte und behinderte Kinder gemeinsam schulen

Seit Jahren bewegt die Idee der gemeinsamen Schulung nicht-sehbehinderter und behinderter Kinder sowohl Praktiker als auch Theoretiker. Nicht nur in Skandinavien oder in Italien, auch hierzulande.

Wir wissen allerdings kaum, welche konkreten Projekte in der Schweiz bestehen.

Wenn Sie mehr über den Stand der schulischen Integration in der Schweiz wissen wollen, verlangen Sie das Vorprogramm (mit Anmelde-talon) für den zweisprachigen

Kongress vom 6./7. Mai 1994 in Biel

Wenn Sie selbst auf diesem Gebiet Erfahrungen haben und diese im Rahmen eines Workshops darlegen sowie diskutieren wollen, verlangen Sie bitte zusätzliche Informationen. Wir freuen uns, wenn Sie bereit sind, am Kongress mitzuwirken.

Schweizerische Zentralstelle für Heilpädagogik (SZH), Obergrundstr. 61, 6003 Luzern
Tel. 041 23 18 83