

Zeitschrift: Pro Senectute : schweizerische Zeitschrift für Altersfürsorge, Alterspflege und Altersversicherung
Herausgeber: Schweizerische Stiftung Für das Alter
Band: 44 (1966)
Heft: 3

Artikel: Public Relations in der Sozialen Arbeit
Autor: Tondeur, Edmond
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-723236>

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: 04.05.2025

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

Das waren die Stimmen der Jungen, denen wir recht herzlich danken für ihren Einsatz und ihr Interesse an den ältern Menschen.

«Was sagen die ältern Leute, die von dieser Aktion profitiert haben?»

Ein Fräulein erzählte mir: «Die alte Dame, bei der ich wohne, hatte Angst, sich zu melden. Das alte Ehepaar im untern Stock erhielt dagegen die Hilfe von vier ganz flotten Burschen. Wir staunten alle, wie sorgfältig und sauber sie arbeiteten. Sie hatten eine so nette Art gegenüber dem Ehepaar. Ich glaube, meine Logisgeberin wird sich das nächste Mal auch melden.»

E. Fassina-Ammann

L'Action 7, initiative de Pro Juventute Zurich est arrivée déjà trois fois à mobiliser les jeunes pour les vieux. Les jeunes hommes et jeunes filles de différents groupes ont prêté leur aide à des personnes âgées pour assurer le changement et nettoyage soit des volets, soit des fenêtres. Le printemps dernier, 140 jeunes ont secouru 145 ménages.

Public Relations in der Sozialen Arbeit

100 Teilnehmer am Boldern-Kurs vom März 1966

Hundert Sozialarbeiter aller Fachrichtungen hatten der Einladung Folge geleistet, die von der «Arbeitsgruppe Publizität» der Schweizerischen Landeskonferenz für Soziale Arbeit an sie ergangen war. Vom 2. bis 4. März übten sie sich im Tagungszentrum Boldern/Männedorf in «Public Relations». Die einführenden Referate hielten *Paula Lotmar*, Dozentin an der Schule für Soziale Arbeit Zürich, und *Edmond Tondeur*, Publizist, Zürich. Im Mittelpunkt jedoch stand die praktische Arbeit in Gruppen, die sich wie folgt unterteilten:

Gruppe *Spezialstellen* für Behinderte, Kranke und Alte, 22 Teilnehmer, Leitung: Herr *W. Beck*, Tuberkulose-Kommission der Stadt Zürich.

Gruppe *Gemeinde- und Bezirksfürsorgestellen* sowie Jugendsekretariate, 22 Teilnehmer, Leitung: Fräulein *R. Staehelin*, Schule für Soziale Arbeit Zürich.

Gruppe *Heime* und Anstalten, 14 Teilnehmer, Leitung: Herr P. Sonderegger, Stiftung Schloss Regensberg ZH und Präsident des Vereins für Schweizerisches Heim- und Anstaltswesen.

Gruppe *Spital-* und *Betriebsfürsorgestellten*, 13 Teilnehmer, Leitung: Fräulein A. Hartmann, Kantonale Zentralstelle für weibliche Berufsberatung, Chur.

Gruppe Schulen für Soziale Arbeit und allgemeine Nachwuchsförderung, 10 Teilnehmer, Leitung: Fräulein M. Vontobel, Schule für Soziale Arbeit Zürich.

Eine ausführliche Darstellung des gesamten Kursstoffes erfolgt diesen Herbst im Rahmen der Schweizerischen Zeitschrift für Gemeinnützigkeit, die auch als *Sonderdruck* erscheinen wird. (Interessenten für diesen Sonderdruck wollen sich bitte an den Sekretär der «Arbeitsgruppe Publizität» wenden: E. Tondeur, Drahtzugstrasse 4, 8008 Zürich, Telefon 051 53 99 96/97.)

Im folgenden soll versucht werden, einige *Akzente* zu setzen, die der Kursproblematik Rechnung tragen und gleichzeitig die Richtung künftiger Anstrengungen auf diesem Gebiet andeuten mögen.

1. *Das Kursziel*: Dreierlei wurde angestrebt. Erstens sollte gezeigt werden, dass Public Relations in der Sozialen Arbeit etwas Un-erlässliches sind, genauer: eine Voraussetzung für die Handlungsfähigkeit des Sozialarbeitenden auf weitere Sicht. Zweitens ging es darum, die Teilnehmer zu überzeugen, dass sie ihre Public Relations weitgehend selbst planen und durchführen müssen. Auf die Hilfe von Spezialisten ist schon aus praktischen Gründen nicht abzustellen. Zudem sind gute Public Relations selten Gegenstand einzelner «Aktionen», sondern die Frucht einer beharrlichen und gezielten Kleinarbeit. Drittens wollten die Veranstalter den Kursbesuchern etwas Mut und möglichst viel «Gewusst-wie» für die Bewältigung ihrer praktischen Public-Relations-Aufgaben vermitteln. Deshalb die besondere Gewichtung der Gruppenarbeit, deshalb die von langer Hand vorbereiteten Problemmodelle, die von Gruppe zu Gruppe recht verschieden gelagert waren.

2. *Klare Grundeinsichten*: Niemand, der auf Boldern dabei war, wird wohl bestreiten, dass die Rolle der Public Relations innerhalb der Sozialen Arbeit klar und deutlich abgesteckt wurde. Aus der Sicht des Berufszieles erschien die Einordnung der Dienstleistungen in die *Infra-Struktur* der modernen Gesellschaft

als zwingend. Und ebenso zwingend ergab sich aus der *faktischen* Wechselwirkung von Sozialarbeit und Öffentlichkeit die Forderung nach ihrer bewussten Interpretation und Gestaltung. Dabei zeigte sich deutlich, dass «Public Relations» nicht einfach das Schmieröl für Beziehungen zur Öffentlichkeit sind, sondern zuerst und vor allem *Besinnung* auf die eigene Stellung in der Öffentlichkeit, nicht nur vom Sozialarbeiter, sondern auch von seinen verschiedenen Partnergruppen aus gesehen. Die Erkenntnis, dass Public Relations allein nicht helfen können, die Fesseln des je und je begrenzten Standortes zu sprengen (beispielsweise in der kirchlichen Gemeindearbeit, beispielsweise in der geschlossenen Fürsorge), mag da und dort zu einer gewissen Desillusionierung geführt haben. Aber schon diese «Entmythisierung» der Public Relations, denen man allzu oft Zauberkraft zuzumuten scheint, darf als ein brauchbares Teilergebnis des gesamten Kurses gelten.

Drei Phasen jeder Public-Relations-Arbeit traten hervor:

- a) Die Phase der *Selbstprüfung*. Die selbstkritische Frage nach dem Wert der eigenen Dienstleistung; Konflikte mit der Öffentlichkeit sind nicht immer eine Folge der Nachrichtenlücke, oft sind sie das Ergebnis einer statutarischen Erstarrung, eines Zurückbleibens in der Aufgabenstellung.
- b) Die Phase des *Hinhörens*. Sich um die Meinung anderer Leute kümmern, selbst dann, wenn sie im «Blick», im «Beobachter» oder in scheinbar unerheblichen Leserbriefen an die Presse zutage tritt. Oft schliessen wir vom Blickwinkel, unter dem wir selbst unsere Arbeit betrachten, voreilig auf das Urteil unserer Mitwelt.
- c) Die Phase der eigentlichen *Kommunikation*. Nur wer seinen Standort kennt und die Meinungen seiner Mitwelt geprüft hat, kann nach Wegen suchen, die zum Dialog und zur Verständigung mit der Öffentlichkeit führen.

3. *Anspruchsvolle Konsequenzen für die Praxis*: Hatte sich mancher Kursteilnehmer vom dreitägigen Studiengang Entlastung versprochen, so mündete die vertiefte Betrachtungsweise dessen, was Public Relations sind und bezwecken, geradewegs in das Gegenteil. Zwei Punkte waren es vor allem, die in diesem Sinne wirkten. Einmal die Betonung des *Vorranges persönlicher Kontakte* vor jedem schriftlichen Kontakt. Sozialarbeiter, wo immer sie stehen, müssen mit einer Vielzahl von Personen einen stän-

digen Dialog pflegen. Sie können sich dieser Notwendigkeit nicht durch «Rationalisierung» (etwa in Form von Jahresberichten, Presseartikeln usw.) entziehen. Vor allem jedoch unterstreichen die Kursleiter, dass das Argument der *Zeitnot* und der Arbeitsüberlastung keine Entschuldigung für versäumte Public Relations bedeutet. Wenn die Leistungsfähigkeit und der weitere Ausbau der Sozialen Arbeit in der Schweiz vom Gewicht abhängt, welches die ganze Berufsgruppe in der öffentlichen Meinung besitzt, so müssen diejenigen Anstrengungen Priorität geniessen, die auf die Verstärkung dieses Gewichtes zielen. Eine andere Einstellung liegt nicht im Interesse der Klienten und der Aufgaben, denen sich der Sozialarbeiter widmet.

Es liegt auf der Hand, dass die *praktischen Uebungen* in den einzelnen Gruppen nur skizzenhaft durchgeführt werden konnten. Wer aus eigener Erfahrung weiss, dass nur schon das Schreiben eines mittellangen Zeitungsartikels unter Umständen einen ganzen Tag Arbeit verursachen kann, wird im Hinblick auf den Bolder-Kurs nicht erwartet haben, einen Kratten voller reifer Arbeitsbeispiele mit nach Hause zu nehmen. Um so verständlicher ist das Bedürfnis nach weiteren Veranstaltungen dieser Art, welches in der Schlussdiskussion spürbar zum Ausdruck kam. Die Public Relations der Sozialen Arbeit sind mit dem Bolder-Kurs vom März nicht «als erledigt» abzuschreiben. Die Aera ihrer Verwirklichung hat eben erst begonnen. Edmond Tondeur

Voranzeigen — Avis

1. Die Abgeordnetenversammlung der Schweizerischen Stiftung «Für das Alter» wird am Montag, den 3. Oktober 1966, in Bern stattfinden.

2. Die sozialmedizinische Tagung der Schweizerischen Gesellschaft für Gerontologie wird am 22. Oktober 1966 im Kantonsspital Zürich das Thema «Beschäftigungsmöglichkeiten und Freizeitgestaltung der Betagten» behandeln.

1. L'assemblée des délégués de la Fondation «Pour la Vieillesse» aura lieu lundi, le 3 octobre 1966, à Berne.

2. Le 22 octobre 1966 la Société suisse de gérontologie tiendra sa séance médico-sociale à l'Hôpital cantonal de Zurich. Thème: «Les loisirs des personnes âgées.»