Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Wohnen**

Band (Jahr): **73 (1998)**

Heft 5

PDF erstellt am: **01.05.2024**

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.e-periodica.ch

Liebe Leserin, lieber Leser

Public Relations – heute ist das Wort in vieler Munde. Natürlich auch in unserem. Wir wollen ja bemerkt und vor allem gelesen werden. Dafür arbeiten wir einerseits eine Menge und geben andererseits auch Geld aus – ebenfalls viel.

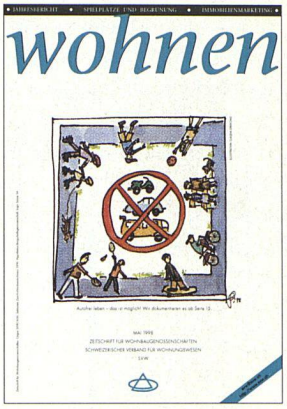
Für die Corporate Identity einer Genossenschaft sind kreative Grafikerinnen und ideensprühende Werberköpfe sicher nicht so nötig wie für uns. Aber ansprechendes Briefpapier und die gelungene Gestaltung des Jahresberichtes oder der Einladung zur GV sind erfreuliche Dinge und bieten Wiedererkennungswert für die nächsten Informationen.

Wichtiger als solche Äusserlichkeiten sind aber gute Kontakte. Zwischen Verwaltung und Mieterschaft, zu Anrainern und Nachbarinnen, aber auch zwischen Genossenschaft und örtlichen Behörden und Vereinen (mehr dazu ab Seite 60). Nur so kann ein Vertrauensklima herrschen und positives Echo auf bauliche Veränderungen gesammelt werden.

Ja, und wir? Da geben wir uns alle erdenkliche Mühe, uns rundum gut zu präsentieren. Das Echo ist, gelinde gesagt, praktisch unhörbar. Dabei hätten wir so gerne Public Relations. Bitte melden Sie sich! Leser/innenzuschriften werden veröffentlicht.

Karin Brack

MAI 1998



PORTRÄT

Karin Brack zu Besuch bei Familie Reichenbacher Sieber 6

AUSSENRAUM

Spielplatzgestaltung – alles wie gehabt? *Stefan Hartmann* 11

Autofrei(er) leben *Karin Brack* 15

Einheimische vor! *Karin Brack* 19

Thuner «Siedlungsstrasse» unter Wasser *Mike Weibel* 20

JAHRESBERICHT 31

SERIE GENOSSENSCHAFTEN

Daheim/Chez soi à Bienne *Mike Weibel* 50

INTERNET

Homepage-Angebot für Mitglieder 53

MARKETING

Wohnungsmarkt 2010 *Bruno Burri* 27

Verkaufskenntnisse von Vorteil *Marc Valance* 57

Public Relations so oder so *Jürg Zulliger* 60

RUBRIKEN

aktuell 23

Fortbildungstag SVW 29

Nachrichten 45

Agenda 47

Recht 49

Markt 63

dies & das 69

im Bild 71

Impressum 18