

Zeitschrift: Fachblatt für schweizerisches Heim- und Anstaltswesen = Revue suisse des établissements hospitaliers
Herausgeber: Verein für Schweizerisches Heim- und Anstaltswesen
Band: 47 (1976)
Heft: 1

Artikel: Oeffentlichkeitsarbeit im Heim (1. Tagungstag)
Autor: Bürgi, Peter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-806646>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

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

Spezielle Grüsse der katholischen und reformierten Kirchgemeinden Zug überbrachte zum Abschluss der Tagung Herr Pfr. Brunnschweiler, Zug, indem er uns aufmunterte, gemäss einem Bibelwort des Apostels Paulus, nicht nur die Pensionäre und unser Personal mit all ihren positiven und negativen Seiten zu tragen, sondern uns auch bewusst zu sein, dass auch diese uns Heimleiter mit unseren guten und schlechten Seiten zu ertragen haben. Dies im Wissen, dass wir ja letztlich alle zusammen von Gott getragen sind.

Anlass zu besonderem Dank geben nebst den vielen ausgezeichneten Referaten auch alle stillen Helfer im Hintergrund. Wieviel Einsatz und Kleinarbeit geleistet wird, um eine solch grosse Tagung reibungslos durchzuführen, kann nur ermessen, wer hinter die Kulissen sieht. Darum sei auch hier recht herzlich gedankt. Nebst den bereits erwähn-

ten Kursleitern, Herr und Frau I. Eder, Altersheim Waldheimstrasse in Zug, als Organisatoren am Platze, sowie Frl. H. Moll und Herrn G. Bürgi vom Sekretariat des VSA für alle administrativen Belange, den Damen des SRK-Zug für die wunderbaren Tischdekorationen sowie Herrn und Frau Blaser vom Altersheim Rosenberg in Zofingen für die Namensschilder.

Der **VSA hat mit diesem 7. Fortbildungskurs** allen Teilnehmern eine grosse Bereicherung und Erweiterung des Wissens geboten und zur Festigung des persönlichen Kontaktes zwischen den Heimleitern und Heimleiterinnen aus der deutschen Schweiz beigetragen.

Herzlichen Dank

Adresse des Verfassers:

A. Walder, Heimleiter, Studacker, Zürich

2. Oeffentlichkeitsarbeit im Heim

Referat von Peter Bürgi

(1. Tagungstag)

Vorbemerkungen

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich fast ausschliesslich auf die eigenen Erfahrungen aus 10jähriger leitender Tätigkeit in einem bernischen Heim für Behinderte und Betagte. Die gewonnenen Erkenntnisse können weder als allgemein gültig noch als vollständig betrachtet werden. Immerhin sollen sie, aus der Praxis kommend, für die Praxis bestimmt sein. Sie geben vielleicht einige Hinweise zur Bewältigung eines Problems, das von den verantwortlichen Heimleitungen vielfach zuwenig, zu spät oder gar nicht erkannt wird.

Grundsätzlich ist jedes Heim, genau wie jedes andere Unternehmen, eingebettet in eine Gesellschaft, zu der es sehr vielfältige und komplexe Beziehungen unterhält. Diese sind meist von Haus zu Haus verschieden, zumindest aber verschieden gewichtet und ausgebildet. Oeffentlichkeitsarbeit zu leisten heisst schliesslich nichts anderes, als diese Beziehungen erkennen, bewusst gestalten und so pflegen wie es die Heimaufgabe verlangt und die Oeffentlichkeit erwartet. Solch ausgesprochen kreative Arbeit obliegt in der Regel der Heimleitung, die darin ihre ganze Gestaltungskraft und Fantasie anwenden kann. Von einer Pflichtübung kann sich richtig verstandene Oeffentlichkeitsarbeit durchaus zu einer faszinierenden Tätigkeit entwickeln, die nie zur Routine erstarbt.

Fallstudie

Im Jahre 1965 haben wir als Ehepaar die Leitung der ehemaligen Armenanstalt mit 400 Pfleglingen

übernommen. Weitgehend unbelastet, weil aus einem anderen Tätigkeitsgebiet kommend, haben wir uns mit gutem Willen und Enthusiasmus an die grosse, neue Aufgabe herangemacht. Sehr bald mussten wir feststellen, dass das Heim in der Oeffentlichkeit wohl einen guten Namen hatte, dieser sich aber vorwiegend auf den bekannten Gutsbetrieb bezog. Das Schicksal und Befinden der 400 Heimbewohner interessierte niemanden sonderlich, es war eine Randgruppe, die man seit jeher hier untergebracht hatte, um sie, offengesagt, loszuwerden. Es war Sache des Verwalters und seiner Mitarbeiter, dafür zu sorgen, dass diese Leute es hier «recht» hatten. Allerdings, und das war selbstverständlich, den Versorgergemeinden durften möglichst keine Kosten entstehen. Die Oeffentlichkeit, «dieses unfassbare Ding», hat hier eine Verantwortung abgetreten und ein paar wenigen gutwilligen Leuten zugeschoben. Die soziale Aufgabe war enorm, war sie auf längere Zeit für die Verantwortlichen auch tragbar? Immerhin hat eine aufgeschlossene kleine Heimkommission die Probleme erfasst und dank dem fortschrittlichen bernischen Fürsorgegesetz als ersten Schritt eine bauliche Sanierung eingeleitet. Noch aber war die Oeffentlichkeit abwesend, wenn nicht gar abweisend. Das Verständnis für den Betagten und Behinderten, der nicht das Glück hatte, in einer Familie aufgehoben zu sein, war im Lande Gotthelfs nicht gerade gross. Entscheidend für die rasche Verwirklichung des 20-Mio.-Bauprojektes war die Tatsache, dass hiefür praktisch nur ein Direktionsentscheid der kantonalen Fürsorgebehörde notwendig war. Hätte der Träger des Heimes, eine Genossenschaft von neun Gemeinden, seine Mitglieder auch nur in geringem Masse zur Finanzierung heranziehen müs-

sen, wäre keine neue Bärn entstanden. Das Interesse am neuen Pflegeheim stieg vorerst etwa in dem Masse wie Arbeitsaufträge vergeben wurden. Die Motivation für das Heim war eindeutig egoistisch, und es liess sich durchaus vereinbaren, dass man finanziellen Nutzen zog und gleichzeitig fand, da werde doch für diese «Geschöpfe» des guten zuviel getan. Die apathische Haltung der unbeteiligten Öffentlichkeit und die offensichtlichen Interessen der Bauleute und der um die Wirtschaftsentwicklung bemühten Gemeindebehörden wirkten recht ernüchternd und zeitweise auch bedrückend auf uns junge Heimleiter. Als in dieser kritischen Zeit ein grosses Nachbarheim in einem Sensationsblatt durch Schmutz und Dreck gezogen wurde, wurde uns schlagartig bewusst, welch riskantes Metier wir ausüben. Nach einiger Zeit des Haders und der Niederlagenheit reiften neue Erkenntnisse und daraus wiederum Pläne.

Erkenntnisse und Lehren

In unserem «Fall» bestand eine Diskrepanz zwischen den Vorstellungen der Öffentlichkeit von der Aufgabe des Heimes und den Vorstellungen der Heimleitung. Offensichtlich blickten die einen in die Vergangenheit, die anderen in die Zukunft. Die Gegenwart war den Aussenstehenden nicht bekannt und den «Insidern» peinlich. Als soziale Institution hat das Heim eine öffentliche Aufgabe zu erfüllen, das Interesse der Öffentlichkeit musste latent vorhanden sein. Der Widerspruch zwischen gesellschaftlicher Wirklichkeit und christlicher Moral erzeugt offenbar ein Unbehagen oder gar ein schlechtes Gewissen, das sich dann bei gegebener Gelegenheit entladen kann. Dass die Geschlagenen diejenigen sind, die aus dieser Zwiespältigkeit die Konsequenzen gezogen haben und versuchten, Brücken zu bauen, ist die wohl ewige Tragik der sozial Tätigen. Gegen die öffentliche Meinung wird der einzelne immer den Kürzeren ziehen. Dies ist ja gerade das Grundprinzip der Demokratie. Es lohnt sich also nie, sich gegen die Öffentlichkeit zu stemmen. Was aber nicht hindert, die Meinung dieser Öffentlichkeit zu beeinflussen oder zu verändern. In diese Situation sehen sich vor allem Heimleiter und Heimkommissionen gestellt, die älteren Institutionen vorstehen, deren Bild noch aus einer Zeit entstammt, die andere Maßstäbe anwendete, deren Wirklichkeit aber längst eine andere geworden ist. Verantwortliche von neu gegründeten Sozialbetrieben haben es diesbezüglich leichter (neue Altersheime, Pflegeheime, Heime für Jugendliche, Behinderte usw.). Aber auch sie dürften sich kaum der Aufgabe entziehen, den Kompromiss zwischen hochgestellten Erwartungen und effektiver Wirklichkeit immer neu auszufeuchten.

Den Sinn der Öffentlichkeitsarbeit erkennen wir dann, wenn wir einsehen, dass wir etwas zu verkaufen haben. Tatsächlich, unsere Dienstleistung ist «ein Artikel», den wir so gut wie möglich an den Mann bringen wollen. Gewiss, es ist ein «delikater Artikel», den wir zusammen mit unseren Mitarbeitern tagtäglich «produzieren», aber es ist ein «Artikel»,

für den eine Nachfrage auf dem Markt besteht. Gewissermassen als Unternehmer haben wir somit eine Verantwortung einerseits unseren Kunden gegenüber, andererseits gegenüber der Öffentlichkeit. Wenn wir diese Verantwortung ernst nehmen wollen, dann müssen wir uns mit unseren Partnern auseinandersetzen, unsere Auffassung kundtun, aber auch die ihre zur Kenntnis nehmen. Aus jeder Auseinandersetzung entsteht ein gewisses Mass an Übereinstimmung und Verständnis, und gerade das benötigen wir für unsere Tätigkeit. Wichtig ist, dass wir selbst die Initiative ergreifen, dass wir klug und überlegt handeln und dass wir uns das Handeln nicht vom Gegenüber aufzwingen lassen, denn dann könnte es zu spät sein. Agieren und nicht reagieren sollte unser Motto sein.

Sehen Sie sich einmal eine gute Unternehmensleitung an, beobachten Sie, wie diese ihre Beziehungen pflegt, wie sie vorwärts schaut und der Wirtschaft und dem Markt den Puls fühlt. Lassen Sie sich sagen, wieviel Zeit und Geld sie dafür aufwendet. Vergleichen Sie mit ihrem Heimbetrieb, und denken Sie gut nach, und ziehen Sie ihre wohlüberlegten Schlussfolgerungen.

Kanäle, durch die die Beziehungen zur Öffentlichkeit führen

Die Mitarbeiter: Unsere Mitarbeiter sind Bestandteil der Öffentlichkeit. Man rechnet, dass im Durchschnitt ein Betriebsangehöriger mit 25 externen Personen in Kontakt steht. Ueber die Mitarbeiter strahlen alle internen Massnahmen stark nach aussen. Umgekehrt wirkt das ausserbetriebliche Informationsangebot nach innen. Die internen Massnahmen bilden die Voraussetzung für ein erfolgreiches Wirken nach aussen.

«Wenn wir Verantwortungsgefühl und Interesse der Mitarbeiter stärken, haben wir auch einen wichtigen Beitrag zur Identifikation der Öffentlichkeit mit dem Unternehmen geleistet.» (Zitat Dr. P. Rinderknecht, BBC.)

In diesem Licht besehen kommen der *Personalpolitik*, der *Motivation*, der *Weiterbildung* und der *Information* besondere Bedeutung zu. Jedem dieser Teilgebiete muss der Leiter eines Unternehmens seine ganze Aufmerksamkeit schenken. Es geht hier um langfristige und geplant einzusetzende Investitionen von erheblicher Langzeitwirkung. Es ist nicht möglich, im Rahmen dieser Arbeit näher auf diese Themen einzutreten.

Die Heimkommission: Von ihr erwartet man, dass sie selbstverständlich und im Interesse des Betriebes die Brücke zur Öffentlichkeit schlägt. Die Wirkung ist um so effektiver, wenn massgebliche Leute (Meinungsbildner) in der Heimkommission sind. Vorauszusetzen ist allerdings, dass die Heimkommission die wirklichen Heimprobleme kennt. Sogenannte «Einsitzer» können unter Umständen eher schaden als nützen. Es wäre im Einzelfall zu prüfen, welche Vorkehren zu treffen sind, um diese

Aufgabe der Heimkommission zur Entfaltung zu bringen. Nötigenfalls sind die Wahlkriterien zu ändern und die entsprechenden statutarischen Bestimmungen anzupassen. Im Pflichtenheft vieler Heimkommissionen sieht man allzusehr das Wirken von aussen nach innen, statt von innen nach aussen. Es wäre eine reizvolle Aufgabe, die vielen aus dieser Sicht bestehenden Möglichkeiten zu untersuchen.

Die Heimbewohner: Ihr Urteil ist der Spiegel unserer Tätigkeit. Auch wenn wir versucht sind, gelegentlich die Urteilsfähigkeit anzuzweifeln und abzusprechen, hört man «draussen» auf sie. Es sollte uns nicht erschüttern, wenn auch negativ geurteilt wird. Im grossen und ganzen können aber auch geistig schwache und wenig urteilsfähige Personen sich vernünftig und zuverlässig über ihr Wohlbefinden äussern. Es gibt keine Tricks, um die Meinung der Heimbewohner zu manipulieren, und das ist gut so. Je mehr Vertrauen wir und unsere Mitarbeiter ihnen schenken, desto offener und freier wird unser Heim sein. Die direkten Kontakte mit der Aussenwelt sind aus menschlichen und betrieblichen Gründen viel stärker zu fördern.

Die klassischen PR-Kanäle: Darunter verstehen wir Presse, Radio und Fernsehen. Der Umgang mit Ihnen ist nicht unproblematisch und verlangt gewisse Kenntnisse. Es ist zu empfehlen, den Umgang mit diesen Medien zu suchen und zu pflegen, bevor sie sich ungefragt selbst aufdrängen. Die Breitenwirkung ist bekanntlich sehr gross, und das im positiven wie im negativen Sinne. Deshalb scheuen wir uns nicht, bei Gelegenheit Gebrauch von diesen Instrumenten zu machen.

Die Möglichkeiten, die schriftliche Jahresberichte bieten können, werden oft unterschätzt. Mit einiger Phantasie ist es möglich, die meist trockenen Berichte mit interessanten Themen zu ergänzen. Die Herausgabe eines gedruckten Jahresberichtes soll nicht nur eine alljährlich wiederkehrende lästige Pflicht sein. Es lohnt sich durchaus, für einen Jahresbericht mit wichtigem Inhalt etwas auszulegen.

Andere Möglichkeiten, mit der Öffentlichkeit in Konflikt zu treten, bestehen anlässlich der Hauptversammlungen der Träger-Organisationen, an vom Heim inspirierten Tagungen über Sozialprobleme und ähnlichen Veranstaltungen.

Adresse des Verfassers:
P. Bürgi, Heimleiter
Alters- und Pflegeheim Bärau/BE

Anschliessend mag das praktische Beispiel Aufschluss über die Vielfältigkeit der Öffentlichkeitsarbeit geben. Anlässlich des bevorstehenden 75-Jahr-Jubiläums unter dem Motto: **Bauliche und geistige Neugestaltung der Bärau** wurde von Dr. Bürgi folgendes Vorgehen gewählt:

Wer ist die Öffentlichkeit, die wir ansprechen wollen?

Bestimmte Bevölkerungsgruppen = Zielgruppen.

In der ersten Phase, bei der *baulichen Neugestaltung*, gelangten wir an:

Behörden	Finanzleute
Politiker	Baufachleute
Sozial Tätige	

In der zweiten Phase, bei der *geistigen Neugestaltung*, wendeten wir uns an:

Behörden	
Politiker	
Berufsgruppen:	Sozialarbeiter
	Ärzte
	Seelsorger
	Lehrer
	Pflegepersonal usw.

allgemeine Bevölkerung:	Angehörige und Versorger
	Frauen und Männer in verschiedenen Funktionen
	Kinder
	Schüler
	Jugendliche
	Nachbarn — das Dorf

Anlass zu dieser breitgestreuten allgemeinen Aufklärung waren das bevorstehende 75-Jahr-Jubiläum und die Einweihung der Neubauten.

Es wurden ein PR-Plan aufgestellt und der nötige Kredit gesprochen.

Was wurde und wird noch immer unternommen, um der Öffentlichkeit, das heisst *bestimmten Zielgruppen* die Belange des Heimes näherzubringen.

- Eine umfassende Jubiläumsschrift.
- Jahresbericht mit besonderen Themen.
- Fachreportagen in verschiedenen Zeitschriften.
- Besichtigungen.
- Feste im Heim unter Mitwirkung des Dorfes.
- Feste im Dorf unter Mitwirkung des Heimes.
- Anlässe im Heim für das Dorf.
- Anlässe im Dorf für das Heim.
- Dienstleistungen des Heimes oder im Heim für die Öffentlichkeit.
- Die Öffentlichkeit im Dienste des Heimes.

Zusammenfassung und Schluss

All die aufgeführten Möglichkeiten haben sich aus der Öffentlichkeitsarbeit der letzten drei Jahre entwickelt. Es lohnt sich also, hier etwas zu investieren, um sicher aus der Isolation herauszutreten. Allerdings geht das auf keinen Fall ohne Mühe. Immer müssen wir uns auf unser eigentliches Ziel, das Wohlbefinden der uns Anvertrauten, besinnen. Wir müssen Phantasie entwickeln; wir müssen jede Möglichkeit prüfen und jene ergreifen, welche unserem Heim, dessen Lage und Stellung angepasst ist, um unsere Heimbewohner, unsere Mitarbeiter, unser Heim in der Öffentlichkeit zu integrieren.

D. Bürgi