

**Zeitschrift:** Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA  
**Herausgeber:** Verein für Schweizerisches Heimwesen  
**Band:** 64 (1993)  
**Heft:** 3

## Inhaltsverzeichnis

### 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:** 28.01.2026

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

## Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,  
Was bedeutet Ihnen Ihr Auto?  
Wenn ich Ihnen diese Frage  
stelle, werden Sie um eine Ant-  
wort wohl kaum verlegen sein:

- Das Auto ist für mich/für das Heim dringend notwendig.
- Das Auto macht mich/uns auto-mobil. Ohne diesen vierrädrigen Untersatz könnten wir unseren Heimalltag wohl kaum vernünftig gestalten. Denken wir nur an den Zuliefererdienst für die Küche, an die Personentransporte usw.

Nur: beurteilen Sie Ihr Auto rein nach seiner Nützlichkeit?

Spielen da nicht noch andere Faktoren mit? Das Auto bedeutet doch noch viel mehr.

Lassen wir einmal die harte Frage nach der Umweltbelastung aus dem Spiel. Auf was achten Sie, wenn Sie ein neues Vehikel benötigen? Nur auf Motorenleistung, Wirtschaftlichkeit, Benzinverbrauch? Und Carrosserie und Farbe? Das äussere Erscheinungsbild? Ihr Auto sollte auch noch gefallen. Passt Ihr Auto zu Ihnen, zu Ihrem Heim? Wie präsentieren Sie (beide) sich in der Öffentlichkeit? Welchen Eindruck hinterlassen Sie? Welches Image wird bei Ihnen gepflegt? Von Ihnen - im Heim und von Ihrem Team?

Sie wissen ja: «Markterfolge über längere Zeit sind immer die Folgen konsequent befolgter Image-Politik.»

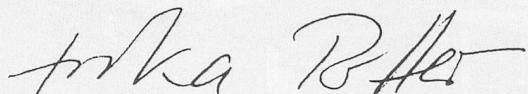
«Was haben Markterfolge und Image-Politik denn mit unserem Heim zu tun?» werden Sie jetzt vielleicht die Frage stellen. Hand aufs Herz: Image-Politik und Heim-Politik weisen sehr wohl Be-rührungs-punkte auf. Diese Überlegung führte denn auch zur Projektarbeit «Images - Altersheim 2000», die wir Ihnen in diesem Heft vorstellen.

Sowohl das persönliche Wohlbefinden des Heimpersonals als auch das Erscheinungsbild des Teams insgesamt spielten auch bei der Modeschau für Berufsbekleidung im Alters- und Pflegeheim Alp, Emmenbrücke, eine Rolle.

Image: «Das Image ist die Ganzheit aller Erfahrungen, Gefühle, Vorstellungen, richtiger und falscher Werturteile über ein Produkt, über eine Firma oder über einen anderen Meinungsgegenstand . . . Images profilieren, sie differenzieren, sie positionieren, sie grenzen ab, sie schränken ein - sie geben Sicherheit. Images be-deuten die Wirklichkeit, die Realität, mit der wir konfrontiert sind, täglich, ständig - im Geschäftsleben und im Zusammenleben.»

Diese klugen Worte über Images stammen leider nicht von mir, sondern von Kurt Huber, einem erfolgreichen Werber, der 1987 seine Erfahrungen in einem umfangreichen Werk über «Image» zusammengefasst hat. Ich hatte damals das Glück, mit Kurt Huber ein Interview machen zu dürfen; seither habe ich nie mehr vergessen, welche Bedeutung ein «Image» haben kann.

Ihre



## Inhalt dieser Nummer



**In eigener Sache** ab Seite 130

**Lohnwirksame Qualifikation im Heim** 134

**Der Mensch – ein phantasiebegabtes Wesen**  
Einstimmung auf die Jahresversammlung  
in Zug 137

**Erfolg sichern bei knapper werdenden Mitteln**  
Ein interessanter Beitrag  
aus dem Erlenhof-Jahresbericht 1992 139

**Was tut not im Alter?**  
Versuch einer Bedürfnis-Analyse 146

**Imagepflege Altersheim 2000**  
Projektarbeit zum Abschluss des  
Kaderkurses bei der HVS-  
Diplom-Ausbildung für Heimleitungen 150

**Nichts ist riskanter, als modern zu sein**  
Modeschau für Berufsbekleidung 157

**Visionen fürs Alter**  
Tagung in Biel vom 14. November, 2. Teil 162

**Im Zentrum steht das Wohlbefinden der Behinderten**  
Verein zur Förderung geistig Behindter  
Baselland 165

**Sicherheit vor kriminellen Gefahren in (Alters-)Heimen** 169

**Bouquet garni**  
Topinambur 173

**Wendezeit**  
Das Heim . . . ein Zuhause . . .  
kein Zuhause? 178

**Meldungen und Berichte aus den Regionen, Pressemeldungen, Kurzberichte** finden Sie ab Seite 181