

Zeitschrift: Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA
Herausgeber: Verein für Schweizerisches Heimwesen
Band: 64 (1993)
Heft: 11

Artikel: Das neue Schulwandbild der SFA ist da
Autor: Baumann Renner, Edith
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-811516>

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: 06.01.2026

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

bereits erwartet, denn er will uns die Möglichkeit geben, selber Käse herzustellen. Dafür hat er in einer grossen Kupferpfanne über offenem Feuer bereits 200 Liter Milch erhitzt. Das Lab hat er der Milch auch schon beigegeben; sie beginnt sich ganz langsam zu scheiden. Mit der Käseharfe wird dann die Mischung zerschnitten, und dann wird das ganze auf dem Feuer nochmals erhitzt und regelmässig umgerührt. Vor allem beim Umrühren dürfen wir abwechselungsweise behilflich sein. Es ist sehr wichtig, dass man die ganze Masse schön regelmässig zu Boden röhrt, damit sich nichts am Pfannenrand festsetzen kann. Alle führen diese Aufgabe gerne und sehr pflichtbewusst aus und der Käser lobt uns immer wieder ob unserer so guten Arbeit. Wir sind nicht wenig stolz darüber. Alle diese Arbeiten werden mit nachgebauten, altertümlichen Werkzeugen und Hilfsmitteln erledigt. Bis so ein Käse fertig ist und in

einer Form zum Laib gepresst wird, braucht es über eine Stunde Zeit.

In vier bis fünf Monaten dürfen wir unseren selbstgemachten Stöcklikäse in Affoltern abholen.



Vereinigung
zur Förderung Behindelter
Region Baden-Wettingen
Kirchstrasse 1B
5430 Wettingen
Telefon 056 263888
PC-Konto 50-15988-2

Informationen zum 5. Forum-Symposium der LAKO/Sozialforum Schweiz

Impulse und Ideen – Neue Qualität sozialer Leistungen

pd. Ergebnisse des 1. Symposiumstages zeigen, dass sich die «neue Qualität» sozialer Leistungen und sozialer Organisationen zum Beispiel durch professionelle Standards, Persönlichkeitsentwicklung und Vernetzung auszeichnet.

Professionelle Standards sind unabdinglich

Sozial Tätige sollten ihre Dienstleistungen vermehrt als Produkt sehen. Dieses umfasst materielle wie immaterielle Werte. Ein Altenheimplatz zum Beispiel hat für den Nutzer einerseits einen ganz konkreten Alltagsbewältigungswert und andererseits eine zentrale Bedeutung für seine Lebensqualität. Die Qualität von Altenheimen kann gemessen werden. Ihre Leistungen werden durch die Nutzer verglichen. Sie treffen eine Auswahl. Diese lässt sich durch die Entwicklung professioneller Standards steuern. Zum Beispiel indem Qualitätszertifikate für Altenheime ausgestellt werden.

Persönlichkeitsentwicklung gibt Raum zum Handeln

Soziale und gesundheitliche Arbeit bewegt sich im Bereich von Werten. Sie steht in ideologischen und ideellen Zusammenhängen. Diese werden von uns sozial Tätigen hochgehalten. Es gibt aber auch die Zusammenhänge der Organisation und der Mitarbeitenden. Hier ist das Bewusstsein erst am Aufkommen. Ob eine Organisation öffentliche Anerkennung erhält oder nicht, dafür wird in Zukunft entscheidend sein, was die Mitarbeitenden tatsächlich leisten. Bewusstes Erzielen von Qualität erfordert die authentische Einschätzung der Klientenbedürfnisse. Es braucht Führungskonzepte. Und Mitarbeitende sind bei der Leistungsplanung miteinzubeziehen. In Zukunft gilt es deshalb, vermehrt auf Persönlichkeitsentwicklung zu setzen. Die soziale und gesundheitliche Arbeit braucht «erwachsene» Menschen, die über ihre Alltagsarbeit sprechen können und denen es ermöglicht wird, mit ihr zu wachsen. Das heisst, in sozialen Organisationen muss der Persönlichkeitsentwicklung Raum gegeben werden. Erst dann können auch die sozial Tätigen mit und an der Persönlichkeit ihrer Klienten arbeiten. Dann können sie auf individuelle Nöte und dringende Bedürfnisse eingehen.

Vernetzung sprengt unnötige Grenzen

In der sozialen Welt gibt es eine dominante Form der Konkurrenz. Köpfe werden heiß geredet,

wenn es darum geht, Anteile am «finanziellen Kuchen» zu erkämpfen. Die Konkurrenz setzt «Leitplanken» dafür, wie das Netz sozialer Hilfe, von dem wir sozial Tätigkeiten so gerne sprechen, geknüpft wird. Der soziale Bereich zeichnet sich nicht durch eine hohe Kultur der Vernetzung aus. Vermehrte Koordination und Absprachen bei der sozialen Leistungserbringung erhöhen die Integrationswirkung beteiligter Institutionen. Eine Beratungsstelle kann zum Beispiel daran gemessen werden, wie sie aktiv Beziehungen zu Institu-

tionen ihres Umfeldes pflegt. Zieht sie diese bei der Beratung zu oder verweist sie Klienten erfolgreich weiter? Die Vernetzung zwischen Institutionen gilt es zu pflegen, von Mensch zu Mensch, von sozial Tätigten zu sozial Tätigten.

Qualität ist nicht mehr selbstverständlich

Qualität ist der zentrale Wettbewerbsfaktor der Wirtschaft. Und im Sozialen? Ursprünge sozialer und gesundheitlicher Arbeit liegen im caritativen, humanistischen, liberalistischen sowie genossenschaftlichen Denken der Jahrhundertwende. Lange Zeit galt «Wer hilft tut Gutes». Viele Menschen setzten sich für Gottes Lohn und mit idealen Zielen für die Nöte anderer ein. Qualität wurde deshalb als selbstverständlich verstanden. Und heute? Der Sozialstaat, das heisst, die Einrichtung von Kranken- und Sozialversicherung sowie der Ausbau der Sozialhilfe, haben eine Professionalisierung sozialer und gesundheitlicher Arbeit in ungeahntem Ausmass ausgelöst. Soziale Leistungen haben heute einen volkswirtschaftlich prioritären Charakter. Damit tragen Nutzer und Klienten vermehrt Erwartungen an professionelle Helfer heran. Sie haben ein Anrecht auf Hilfe, und sie bezahlen dafür in Form von Versicherungsbeiträgen, Lohnprozenten, Steuern und Spenden.

Damit wird Qualität auch im sozialen Bereich zunehmend zum massgeblichen Faktor. Diese Entwicklung darf von uns sozial Tätigten nicht mehr übersehen werden. Wo Selbstverständlichkeiten und Tabus fallen, braucht es neue Perspektiven. Das 5. Forum Symposium der LAKO setzt Impulse und gibt Ideen zur neuen Qualität, die die Zukunft sozialer Institutionen sichert. Und: Qualität ist *der Schlüsselbegriff* zwischenmenschlicher Beziehungen und damit der Arbeit sozial Tätigter.

Das neue Schulwandbild der SFA ist da

Das neue Schulwandbild der SFA ist dem Thema Werbung gewidmet. Die vielschichtige Thematik bringt Abwechslung in den Unterricht. Gegen eine geringe Gebühr können Sie bei der SFA ein Exemplar anfordern.

Das Schulwandbild «Werbung»

richtet sich an alle Lehrpersonen der Mittel- und Oberstufe, die sich für kurzweilige, aktuelle Unterrichtsinhalte interessieren. Mit zwei Schulwandbildern – einer kletternden Frau und einem Himmel voller Mercedessterne – wird der Einstieg in die Werbung gleich auf verschiedenen Ebenen angegangen. Einerseits präsentieren die Plakate Werbung in ihrer subtilen Art, andererseits wecken sie durch ihre Aussagen die Neugierde, sich damit auseinanderzusetzen. In der Lehrerbeilage werden viele Ideen und Möglichkeiten aufgezeigt, wie Werbung als Thema im Unterricht praktisch umgesetzt werden kann.

Neben methodischen Hinwisen (Lektionsvorschlägen) werden Ideen für einen fächerübergreifenden Unterricht aufgeführt. Die Angaben weiterführender Literatur und Arbeitshilfen ermöglichen der interessierten Lehrperson eine intensive Beschäftigung mit dem Thema «Werbung». Als Lese- und Diskussionstext bietet sich der Abschnitt «Werbung einst, jetzt und in Zukunft» an. Er macht die LeserInnen mit einem Stück Werbegeschichte vertraut. Eine gute Möglichkeit, Werbung von Grund auf kennenzulernen, ergibt sich im Kapitel «Wie wird Werbung wirksam?». Es eignet sich ausgezeichnet zur Bearbeitung mit den Schülerinnen und Schülern. Hier erlebt der Jugendliche durch Lösen vieler kurzeliger Beispiele, Kreieren eigener Werbeslogans usw. hautnah, was Werbung ist. Diese Art des erlebten Ler-

nens bietet die besten Voraussetzungen, Werbung zukünftig kritisch zu hinterfragen und deren Mechanismen zu verstehen.



Ziele des Schulwandbildes «Werbung»

Für die Werbung gesellschaftlich akzeptierter Suchtmittel werden in der Schweiz jährlich enorme Summen ausgegeben. Allein in die Werbung von Tabakwaren buttfert die Tabakindustrie 80 bis 120 Millionen Franken. Mit diesen ganzen Anstrengungen – will man den Zigarettenherstellern Glauben schenken – richte man sich nur an Personen, die bereits rauchen, um sie zu einem Markenwechsel zu veranlassen. Wie bereits unter dem Kapitel «Einfluss der Zigarettenwerbung» erläutert, zeichnen sich aber gerade Raucher durch eine starke Markentreue aus (lediglich 2 Prozent wech-

seln die Marke). Obwohl von den Tabakunternehmen immer wieder bestritten, geht es bei der Tabakwerbung nicht unwe sentlich 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 Kliches des 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.

rungsprofil 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»)

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:



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

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 Anforde-