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

Vorwort: Editorial
Autor: Ritter, Erika

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: 10.12.2025

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 Antwort 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 Zulieferdienst 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.»

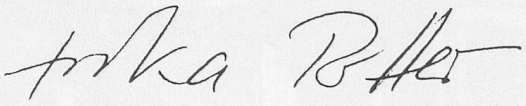
«Was haben Markterfolge und Image-Politik denn mit unserem Heim zu tun?» werden Sie jetzt vielleicht die Frage stellen. Hand aufs Herz: Image-Politik und Heim-Politik weisen sehr wohl Berührungspunkte auf. Diese Überlegung führte denn auch zur Projektarbeit «Images – Altersheim 2000», die wir Ihnen in 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 bedeuten die Wirklichkeit, die Realität, mit der wir konfrontiert sind, täglich, stündlich – 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 Behinderter 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