Zeitschrift: Fachzeitschrift Heim
Herausgeber: Heimverband Schweiz
Band: 65 (1994)
Heft: 1

Artikel: Wann wird ein soziales Thema zur Schlagzeile?
Autor: Gerber, Johannes
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-812129

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: 09.12.2025

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

WANN WIRD EIN SOZIALES THEMA ZUR SCHLAGZEILE?

Von Johannes Gerber

Heime haben in jüngster Vergangenheit negative Schlagzeilen gemacht. Wo liegen die Gründe dafür, und nach welchen Kriterien entscheiden Journalistinnen und Journalisten darüber, was zu einer medienwirksamen Geschichte wird? Diese und andere Fragen wurden an einer von der Schule für Soziale Arbeit, Zürich, organisierten Podiumsdiskussion aufgeworfen. Gesprächspartner waren Yvonne Köchli, «Weltwoche»-Journalistin, und Guido Roppel, Heimleiter des Sonderschulheims Freienstein.

Diese Podiumsdiskussion vermochte zwar nicht alle Fragen so einfach zu beantworten. Dies vor allem deshalb, weil Medien von Menschen gemacht werden, von unterschiedlichen Menschen mit unterschiedlichen Ansichten und Meinungen. Über die Inhalte in den Medien entscheiden nicht nur die Redaktorinnen und Redaktoren, sondern ganz wesentlich die Leserschaft, was Auswirkungen auf die Verkaufszahlen hat, und da eine grössere Auflage grössere Inserateeinnahmen bringt, sind es die Leserinnen und Leser sowie die Inserenten, die einen entscheidenden Anteil haben über den Inhalt eines Mediums. Immerhin konnten an diesem Abend schlaglichtartig einige wichtige und bedenkenswerte Punkte angeschnitten werden.

Um ein soziales Thema wirksam in eine Zeitung zu bringen, muss es von einer Geschichte begleitet sein, welche es in den Augen der Journalistinnen und Journalisten lesenswert macht, meinte Journalistin Yvonne Köchli. Alltagsgeschichten aus einem «gewöhnlichen» Altersheim liest niemand. Erfolgreich war hingegen in der «Weltwoche» ein

> **„Es fehlt im Bereich Heimwesen nicht an willigen Journalisten, sondern an willigen Lesern."**

Artikel über eines der teuersten Altersheime im Raum Zürich. Durch diese *Exklusivität, verbunden mit lebendigen, gefühlvollen Geschichten,* wird ein Artikel spannend. Blosse technische oder theoretische Abhandlungen bringen nichts. Der Heimleiter muss sich also überlegen, an welche Zeitung er geht und womit er die Leserschaft ansprechen will.

Heimleiter *Guido Roppel* zeigte aus eigener Erfahrung, wann ein Heim in die Schlagzeilen kommt: entweder bei *Missfallen* (mit Stil «Heimleiter vergriff sich an Kasse/am Klient») oder wenn *etwas ausserordentlich Gutes* passiert. Seiner Meinung nach fehlt es im Bereich Heimwesen nicht an willigen Journalisten, sondern an willigen Lesern.

Ein positives Beispiel aus seiner Sicht war die Zusammenarbeit des EHC Kloten mit seinem Heim, was während eines Winters zweimal zu einer halbseitigen Reportage im «Blick» führte.

Nun wurde aus dem Publikum die Frage gestellt, warum er ausgerechnet mit dem «Blick» zusammenarbeitete. Roppel erklärte einleuchtend, dass im «Blick» laufend negative Schlagzeilen aus Heimen kommen (ironischerweise auch gleich am folgenden Tag). Da müsse man dafür sorgen, dass auch die «Blick»-Leserschaft ab und zu ihre Vorurteile gegenüber Heimen korrigieren könne.

Zum Stichwort Vorurteile erzählte Roppel als Beispiel, wie es ihn ärgere, wenn seine Kinder in Zeitungen als «verhaltens*gestört*» abgestempelt werden. Dieses unüberlegt geschriebene Wort schade den Kindern sehr. Viel lieber sehe er das Wort «verhaltens*originell*». Und wie oft liest man in der Gerichtsberichterstattung, dass eine Heimkarriere Grund zu einer Strafmilderung war. Hier wird das Vorurteil zementiert, dass die Heimkarriere eine Startbahn für Kriminalität sei. Dabei lief ja schon einiges schief, bevor das Kind ins Heim kam. Prozentual gibt es unter ehemaligen Heimzöglingen nicht mehr Kriminelle als unter der übrigen Bevölkerung. Roppels Antwort auf diese unterschwellige Beleidigung ist eine geplante zehnteilige Serie, in welcher ehemalige Heimkinder porträtiert werden, die den Weg zum Erfolg gefunden haben.

Wie finden Heime Zugang zu den Medien? Köchli meinte dazu: «Die Zeitungen müssen *Lesestoff* liefern, nicht nur *Sachstoff;* die Geschichte muss spannend sein.» Und Roppel doppelte nach: «Wenn ich Geld für mein Heim brauche, muss die Geschichte so sein, dass der Leser zum Portemonnaie greift. Eine Voraussetzung dazu ist ein guter Kontakt zu den Medienschaffenden.» Oder zusammengefasst:

> **„Journalisten brauchen Themen, Heime brauchen Journalisten."**

Dabei muss der Heimleiter herausfinden, an welchen Themen «seine» Medien interessiert sind oder wie er sie bringen muss, dass sich die Journalisten dafür interessieren.

Köchli konnte den Vorwurf an die Sozialinstitutionen nicht unterlassen, dass sich diese oft wenig kooperativ zeigen und darauf pochen, ihre «unverständlichen, hochgeschraubten Fachformulierungen» bringen zu dürfen, mit denen der Leser nichts anfangen kann. Auch Roppel konnte hier mit einem Beispiel aufwarten: eine Untersuchung der Universität Freiburg vor einigen Jahren hatte gezeigt, *dass für jeden zweiten Heimleiter Öffentlichkeitsarbeit kein Thema war!* Wenn Heime nicht in den Medien erscheinen, darf man annehmen, dass sie gut arbeiten. Dies muss man aber auch zeigen.

Ein besonderes Thema an diesem Abend war die sich abzeichnende Finanzknappheit in den Heimen und ihre Geldgeber. Roppel dazu:

> **„Wir müssen alles daransetzen dass in der Presse kein Konkurrenzkampf zwischen Heimen oder Heimgruppen geführt wird."**

Bei der kommenden Finanzknappheit ist es wichtig, dass schon jetzt – im voraus – viele positive Meldungen aus Heimen in den Medien erscheinen.

Wenn es um *Grundsatzpolitik* geht (und die Finanzen gehören dazu), muss man die grossen Zeitungen ansprechen und gewinnen. Das kann kein einzelnes Heim erreichen. Erfolgreich kann ein Zusammenschluss von Heimleitern sein, bei diesem Thema gemeinsam vorzugehen. (Als sehr positives Beispiel sei die Aktion der Zuger Altersheimleiter genannt, von der wir in der Ausgabe 11/93 berichteten.) Das markiert zudem Solidarität unter den Heimen nach aussen. Aber auch die Verbände müssen hier aktiv werden und Imagekampagnen für die Heime starten.

„Die ganze Öffentlichkeitsarbeit muss professioneller werden."

Seit 1989 (Fall der Berliner Mauer, Zusammenbruch der Sowjetunion) fehlt es bei uns an Feinbildern, neue müssen gefunden werden. Bei uns wird das mit Ausgrenzung und Etikettierung gemacht: Ausländer, Asylanten, Verbrecher, Heimbewohner usw. Darin liegt eine grosse Gefahr. Die Heimleiter müssen alles daran setzen, dass die künstliche, baulich bedingte Isolierung ihrer Bewohnerschaft nicht zu einer persönlichen und ideellen Ausgrenzung in der übrigen Bevölkerung führt, denn dann stehen die finanziellen Mittel erst recht in Gefahr.

Um zum Schluss nochmals an einem Beispiel von Roppel zu zeigen, was mit positiver Berichterstattung aus Heimen gemeint ist, sei die Einweihung eines Brunnens vor dem Heim genannt. Üblicherweise lautet eine solche Meldung etwa: «Das Kinderheim weihte einen Brunnen ein. Das Objekt wurde von Künstler Fritz Meier geschaffen und kostete 15 000 Franken.» Dann folgt eine künstlerische Beschreibung des Wasserspenders und ein künstlerisch gestyltes Foto.

Viel attraktiver wäre eine Beschreibung, was die Kinder alles mit dem Brunnen anfangen können. Eventuell stammt die Reportage aus Kinderhänden, und das Foto zeigt spielende Kinder an diesem Brunnen. ■

ERNÄHRUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN*

ABENTEUER ESSEN

So paradox es auch klingt: In unserer übersatten Gesellschaft sind Schulkinder mit gewissen Nähr- und Mineralstoffen, insbesondere Kalzium aus Milch, teils unterernährt, wie verschiedene Studien belegen. Mitverantwortlich zeichnen die Essgewohnheiten, vom mangelhaften oder fehlenden Frühstück über unausgewogene Zwischenverpflegungen bis hin zu einseitigen, fettreichen Kalorienbomben am Mittag oder Abend.

«Damit Kinder täglich energie-, kraft- und lustvoll über die Runden kommen, sind fünf Mahlzeiten angezeigt», weist Roland Jeanmaire, Leiter der Abteilung für Ernährung, Nestlé Schweiz, auf die Richtlinien hin und empfiehlt folgenden Schlüssel: «20 bis 25 % der gesamten Energiezufuhr entfallen auf das Frühstück, je 5 bis 10 % auf Znüni und Zvieri, 30 bis 35 % auf das Mittagessen und 25 bis 30 % auf das Abendessen.» Dem Frühstück und den Zwischenverpflegungen kommt eine besondere Bedeutung zu, müssen sie doch den Energieschub möglichst konzentriert zu gut einem Drittel abdecken.

Morgenstund' hat Gold im Mund

Das Sprichwort «Frühstücke wir ein König» appelliert besonders an die Eltern. Dass jedes dritte Kind morgens mit leerem Magen zur Schule hetzt, liegt oft an der schlechten Laune der gestressten Erwachsenen. Zum Start in den neuen Tag heisst es also für die ganze Familie: Tischlein deck' dich.

Die drei Nahrungsmittelgruppen Obst, Getreide- und Milchprodukte bilden täglich den kulinarischen Rahmen einer geruhsamen Frühstückstafel. Innerhalb dieses Spielraums darf nach Lust und Laune kombiniert und variiert werden.

Milch ist eines der wertvollsten Nahrungsmittel überhaupt und kann in ihrem Nährstoffgehalt durch kein anderes ersetzt werden. «Gerade für Heranwachsende sind Milch und Milchprodukte als Hauptquelle für Kalzium ein Muss», führt der Nestlé-Fachmann aus. Dieser Mineralstoff ist für den Aufbau und den Unterhalt von Knochenmasse und Zähnen unentbehrlich. Ein Mangel in jungen Jahren kann im Alter – insbesondere bei Frauen – zu Osteoporose (Knochenschwund) führen.

Neben Kalzium liefert Milch auch hochwertiges Eiweiss, leichtverdauliches Fett, Milchzucker, die fettlöslichen Vitamine A und D, wichtige Vitamine der B-Gruppe sowie Phosphor, Kalium und Magnesium. Der gesunden Entwicklung von Schulkindern leistet ein halber Liter Vollmilch pro Tag oder ein ergänzender Anteil von Milchprodukten Vorschub. Mit teilentrahmter oder magerer Milch sind Kinder während des Wachstums schlecht bedient.

Auch für Schülerinnen und Schüler, die pure Milch nicht besonders mögen, ist reichlich vorgesorgt. Mit Kakao-, Frucht- oder auch Gemüsezusätzen entstehen immer wieder aufs neue attraktive Muntermacher. Und Joghurt, Quark oder Käse bieten dieselben gesundheitlichen Vorzüge wie das Basisprodukt und sind für Empfindliche erst noch leichter verdaulich. Zum Vergleich: 2 dl Milch entsprechen einem Becher Joghurt (180 g), 26 g Hartkäse oder 45 g Weichkäse.

Mit Vollkorn voll im Schuss

Bei einem hochwertigen, energiegeladenen Frühstück dürfen Getreideprodukte, wie Brot oder Cerealien, nicht fehlen. Ihre komplexen Kohlenhydrate in Form von Stärke sorgen kontinuierlich für Energie und sättigen länger als «leere» Kalorien aus reinem Zucker. Vollkornprodukte liefern erst noch eine bedeutende Menge an Nahrungsfasern, die die Verdauung in Schwung bringen – und halten.

Kinder, die morgens beim besten Willen keinen Bissen runterkriegen, bringt man mit einem kräftigenden Milch-Mix auf Vordermann und gibt ihnen ein doppelt gehaltvolles Znünibrot auf den Weg.

Pausen zum Schmausen

Lange Pausen zwischen den Hauptmahlzeiten führen zu Müdigkeit und Konzentrationsschwäche im Verlaufe des Vor- und Nachmittags. Ein ausgewogener Znüni und Zvieri sorgen für Energienachschub und Abwechslung. Das Rennen machen originelle Vollkorn-Pausenbrote, Getreideriegel, Früchte, rohes Gemüse und Dörrobst. Aus Quark oder Hüttenkäse lassen sich fruchtige wie würzige Sandwich-Einlagen kreieren.

* Société des Produits Nestlé SA Pressedienst nutrion, Flühgasse 17, 8008 Zürich, Telefon 01 422 50 77, Telefax 01 381 55 38