

Zeitschrift: Fachzeitschrift Heim
Herausgeber: Heimverband Schweiz
Band: 69 (1998)
Heft: 4

Artikel: PR - mit Kreativität und Planung zum Erfolg : Schmirinski-Rindlisbacher im Heimersatz
Autor: Krebs, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-812679>

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: 23.01.2026

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

PR – mit Kreativität und Planung zum Erfolg

SCHMIRINSKI-RINDLISBACHER IM HEIMEINSATZ

Von Jürg Krebs

Mit dem Engagement von René Rindlisbacher vom Komikerduo «Schmirinski» ist Sennhofleiter Hans Ruedi Burkhalter eine witzige PR-Aktion gelungen. Nicht nur bei den HeimbewohnerInnen und PflegerInnen, sondern auch bei den Medien erweckte diese Aktion Aufsehen und brachte dem Sennhof willkommene Werbung. Die Fachzeitschrift Heim hat sich bei dieser Gelegenheit gleich etwas umgesehen und wollte von Heimleiter Burkhalter wissen, was er sonst noch für PR-Ideen auf Lager hat.

Das Pflegeheim Sennhof liegt – umgeben von Wäldern – auf einem sanften Hügel. Wie ein herrschaftlicher Sitz thronen die weiss getünchten, im Quadrat um einen Innenhof gescharten Gebäude über der Landschaft der Gemeinde Vordemwald im Kanton Aargau. Lässt man den Blick über den Horizont schweifen, kann man in der Ferne die Jurakette ausmachen. Werbung zu machen, scheint angesichts dieses An- und Ausblicks überflüssig, allein das Bild des Sennhofs, das sich dem Beobachter bietet, müsste Werbung genug sein. Die Schönheit der Landschaft, der prächtige Gebäudekomplex sind sicher Pluspunkte bei der Vermarktung der Dienstleistungen, die der Sennhof anbietet. «Natürlich gibt es ab und zu Leute, die zufällig hier vorbeikommen und hereinschauen. Doch grundsätzlich besteht eine Schwellenangst vor dem Heim, denn Altwerden, Krank-sein, Sterben sind Themen, die man meidet. Erst wenn man selbst betroffen ist, verändert sich diese Einstellung», beschreibt der Heimleiter Hans Ruedi Burkhalter das Fantom, das er mit Hilfe von PR und Werbung überwinden muss, um die Leute zu erreichen. Durch geschickte Public Relations (PR) versucht Hans Ruedi Burkhalter den Sennhof bereits vorher einen möglichen Heimeintritt ins Aufmerksamkeitsfeld seiner Zielgruppen zu bringen, damit sie sich im «Ernstfall» im guten Sinn an den Sennhof erinnern. Dazu hat er verschiedene Wege gewählt.

Geistesblitze führen zu PR-Aktionen

Vor einiger Zeit ist ihm ein besonderer Streich gelungen. In einer Zeitung las Burkhalter von der Verurteilung des Schmirinski-Komikers René Rindlisbacher wegen eines Verkehrsdeliktes. Da Burkhalter wusste, dass solche Strafen

in Arbeitseinsätze zugunsten gemeinnütziger Institutionen umgewandelt werden können, schrieb er Rindlisbacher kurzerhand an und schlug ihm vor, die Strafe im Sennhof abzuarbeiten. Rindlisbacher nahm den Vorschlag dankend an. Im Einverständnis mit René Rindlisbacher organisierte Burkhalter eine witzige Fotosession mit dem auflagenstarken Sonntags-Blick, und im Regionalfernsehen Tele M1 erschien eine aktuelle Reportage: Ein Werbegag erster Güte!

Die ganze PR-Aktion zeigt gleich den Kern einer guten Zusammenarbeit, nämlich ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Aus diesem Grunde hat Rindlisbacher nicht lange gezögert, das Angebot anzunehmen. «Ich finde diese Lösung eine gute Idee. Einerseits für mich, um dem Gefängnis aus dem Weg zu gehen, andererseits für das Heim, das von meiner Bekanntheit profitieren kann», meint der TV-Star von «Top of Switzerland» dazu. Heimleiter Burkhalter hat bereits mehrere Verkehrssünder – Männer und Frauen – bei sich eingesetzt und sehr gute Erfahrungen damit gemacht. Die Gelegenheit, den Komiker bei sich zu haben, konnte sich Burkhalter als PR-bewusster Heimleiter jedoch nicht entgehen lassen.

Schmirinski-Komiker im Sennhof

An verschiedenen Tagen stand der Komiker deshalb im Februar dem Heim zur Verfügung. Dank seiner Begabung mit Menschen umgehen zu können, kümmerte er sich vor allem um die BewohnerInnen, d.h. er umsorgte diese in Form von Aktivierungs- oder Bewegungstherapie. Mit seinem Schalk hat Rindlisbacher einen schönen Beitrag zur guten Stimmung leisten können. Doch ununterbrochen den Clown spielen und seine Kabarettnummern aufführen,

wollte der Komiker dennoch nicht. «Es geht bei meinem Arbeitseinsatz ja auch darum, sich den Anforderungen im Heim unterzuordnen», meinte Rindlisbacher.

Rindlisbacher ist überzeugt, wenn mehr Leute von der Möglichkeit einer Umwandlung der Strafe in gemeinnützige Arbeit wüssten, würde dieses Angebot vermehrt genutzt. Mit seinem Bekanntheitsgrad möchte er diese Tendenz fördern. Die gemeinnützige Arbeit als Alternative erfreut sich tatsächlich wachsenden Interesses. Allein im Kanton Aargau stellten letztes Jahr über 300 Personen einen Antrag. Die Umwandlung einer Strafe in gemeinnützige Arbeit ist bis zu einem Strafmaß von ,30 Tagen unbedingt möglich. Pro Straftag sind vier Stunden gemeinnützige Arbeit zu leisten und diese innerhalb eines halben Jahres. Der Einsatzplan kann dabei sehr individuell gestaltet werden.

Breite Palette an PR-Massnahmen

Eine solche «Schmirinski-Aktion» lässt sich nicht jeden Tag machen, das weiß auch Hans Ruedi Burkhalter. Er setzt deshalb auf eine breite Palette abgestimmter Werbe- und PR-Massnahmen und scheut sich auch nicht im Bedarfsfalle eine Werbeagentur zu Hilfe zu nehmen.

Noch immer heißt es Mund zu Mund-Propaganda sei die beste Werbung. BesucherInnen sind deshalb besonders gute «WerbeträgerInnen», die viel bewirken können. «Wir versuchen im Sennhof eine Ambiance zu schaffen, die auch stark nach aussen wirkt. Dies ist für uns wahrscheinlich die beste PR, die wir machen können», sieht Hans Ruedi Burkhalter die Wichtigkeit der Mund zu Mund-Propaganda als PR-Massnahme. Deshalb werden die BesucherInnen im Sennhof bewusst freundlich empfangen. Gerade rechts vom Eingang ist die Reception, eine erste, leicht zu findende Anlaufstelle, die erste Auskünfte geben kann. Neben der Glasscheibe liegen kleine Broschüren mitnahmefertig, die übersichtlich den Sennhof vorstellen. Eine weitere Dokumentationsmappe ist in Bearbeitung. Erhältlich ist auch die Hauszeitung, die



Ein Bild, das «bekannte Köpfe» zeigt: Hier René Rindlisbacher (Preisträger Prix Walo) beim Arbeiten im Sennhof.

vom Stationsleiter Avni Jakurti redaktionell betreut wird und über das Leben in und um das Heim berichtet. Jakurti setzt dabei bewusst anspruchsvolle Themen neben unterhaltende. Ein Bildschirm über der Reception gibt ausserhalb der Bürostunden, zum Beispiel am Wochenende, Auskunft über das Tagesprogramm.

Links vom Eingang befindet sich die Cafeteria. Sie bietet BesucherInnen Stärkung oder verkürzt eine allfällige Wartezeit. Wer so empfangen wird, hat einen guten ersten Eindruck – und der ist bekanntlich entscheidend. Können die BewohnerInnen des Sennhofes auch Werbung für den Sennhof machen? «Gemachte Erfahrungen der BewohnerInnen bekommen primär Angehörige oder BesucherInnen zu hören. Somit kommt die Botschaft über diese Kanäle nach aussen», erzählt der Sennhofleiter. Er sagt aber auch, dass Mund zu Mund-Propaganda heikel sein kann. «Hat ein Heim einmal einen schlechten Ruf eingefangen, braucht es viel Anstrengung, diesen wegzubringen und zu korrigieren», meint Burkhalter.

Werbung durch Öffnung des Heimes

Um möglichst vielen Personen einen positiven Eindruck vom Sennhof zu vermitteln, versucht Burkhalter die dafür notwendige Transparenz zu schaffen und das Heim für sie zu öffnen. So werden Räumlichkeiten zum Beispiel für Vereins- und Parteianlässe, Weiterbildungstage, Familienfeste, Konzerte und öffentliche Vorträge zur Verfügung gestellt. «Da wir etwas abseits liegen, kommen die Leute nicht automatisch

zu uns. Wir müssen sie herholen, deshalb bieten wir diese Dienstleistungen gezielt an», weist Burkhalter auf die Schwierigkeiten der geographischen Lage hin. Zur Öffnung trägt auch die Post-Buslinie bei, die direkt vor dem Sennhof hält. Als beliebtes Naherholungsgebiet versucht Hans Ruedi Burkhalter die sonntäglichen Spaziergänger ins Café des Sennhofes zu bringen. Dazu will er dessen Angebot erweitern. «Mit dem neuen Wirtschaftsgesetz fällt im Kanton Aargau die Bedürfnisklausel. Wir hoffen deshalb auch bald Alkohol an die Gäste ausschenken zu können, denn oft hängt die Akzeptanz eines Restaurantsbetriebes vom Angebot solcher Getränke ab», erklärt Burkhalter.

Internet: www.heime-online.ch

Burkhalter bedient sich auch der neuesten Technologie, um für den Sennhof zu werben: *Der Sennhof ist im Internet*. Unter der Homepage www.heime-online.ch oder psv-sennhof.ch kann der Sennhof angewählt und sein Angebot eingesehen werden. Warum im Internet? «Weil Leute, die für Angehörige ein Heim suchen, auf diesem Weg einfach und schnell erfahren können, wo zum Beispiel noch freie Betten zur Verfügung stehen, nebst all den anderen Hintergrund-Informationen. Die Generation, die für ihre Eltern heutzutage ein Heim sucht, kann mit diesem neuen Medium bereits umgehen», begründet Burkhalter seinen Entschied. Der Vorteil liegt auch darin, dass der erste Kontakt nicht vor Ort, sondern bequem von zu Hause aus hergestellt werden kann. Dies ist vor allem auch für Auslandschweizer, die für sich selbst oder Angehörige in der Schweiz ein Heim suchen, eine ideale erste Informationsmöglichkeit. Bilder und Beschreibungen erleichtern eine erste Auswahl. «Keine Utopie», sagt Burkhalter, da erst kürzlich eine Auslandschweizerin extra aus den USA angereist kam.

Was ist Inhalt von PR-Aktionen?

Was macht Hans Ruedi Burkhalter zum Inhalt von PR-Aktionen? «Die Philosophie des Hauses», meint Burkhalter kurz und bündig, was heissen will: «Der Mensch steht im Mittelpunkt.» Die Untersuchung des Seminars für Publizistikwissenschaft der Uni Zürich hat festgestellt, dass Soziales, Pflegerisches, Medizinisches und Altersthemen selten von den Medien aufgenommen werden. Sollte man solche Themen nicht versuchen in die Presse zu bringen, damit die Bevölkerung besser Bescheid weiss und rückwirkend das Verständnis für Heime steigt und die Schwellen-

angst sinkt? «Daran sollte man wirklich arbeiten», bestätigt Burkhalter. Er glaubt, dass ein Bedürfnis nach solchen Themen vorhanden ist und verweist auf die Volkshochschulen, die bei psychologischen Themen riesigen Zulauf hätten.

Macht Burkhalter auch solche Themen zum Inhalt seiner PR-Aktionen? «Wir greifen auch solche Themen bei unseren PR-Aktivitäten auf», stimmt Burkhalter der Frage zu. Im Dezember sprach der Präsident der FMH-Ärzte über Kostenentwicklung im Gesundheitswesen, und im März wurde ein Vortrag über Validation gehalten, eine Kommunikationsmethode, die hilft, Kontakt mit desorientierten älteren Menschen herzustellen. Die Methode kommt aus den USA und wurde von Naomi Feil am Validation Training Institute in Cleveland ausgearbeitet. Dem Vortrag vorausgegangen waren zwei interne Weiterbildungstage für die PflegerInnen. Die Aktivierungstherapie für Altersdemente ist ein aktuelles Thema. «Es gibt wegen der Überalterung immer mehr Leute, die altersdement sind oder Alzheimer haben. Hier wollen wir informieren, einmal intern für uns und auch für die Öffentlichkeit», erklärt Burkhalter sein Vorgehen. Damit die Zuhörerschaft auch kommt, legt Burkhalter zum Beispiel in der Gemeinde Flugblätter auf, schaltet ein kleines Insert. Gerne würde er noch mehr machen. «Die Mittel sind aber einfach beschränkt», bedauert Burkhalter.

Gute Beziehungen zur Lokalpresse

Burkhalter weiss um den Wert guter Beziehungen zur Lokalpresse. «Zur Lokalpresse habe ich einen guten Draht. Wenn wir ein interessantes Thema haben, bespreche ich das persönlich mit dem zuständigen Redaktor und er macht einen Beitrag darüber. Manchmal liefern wir auch einen Artikel «pfannenfertig», zum Beispiel über Ausflüge und heiminterne Anlässe. Wichtig ist mir eine regelmässige Präsenz in der Lokalpresse, denn es ist ein wichtiger Bereich für unsere PR-Arbeit», erklärt Burkhalter die Einbindung der Presse in seine PR-Aktivitäten.

Doch die Möglichkeiten der Lokalpresse sind beschränkt. «Viele Angehörige, die letztendlich über eine Einweisung ihres Vaters oder ihrer Mutter ins Heim entscheiden, wohnen vielleicht seit längerem nicht mehr im Einzugsbereich der Lokalpresse. Noch immer hat der Sennhof das Image einer Anstalt, das von früher herrührt, als der Sennhof Sammelbecken für altgediente Knechte und Mägde war, die man nirgends unterbringen konnte. Bei Leuten,

Diplomausbildung für Heimleitungen

- Langjährige Erfahrung, ein bewährtes Konzept und ausgewiesene Referenten/innen gewährleisten eine fundierte Qualifizierung für Kaderfunktionen im Heimbereich.
- Mit dieser Kaderausbildung und dem Diplom des Heimverbandes Schweiz sichern Sie sich einen Vorteil auf dem Arbeitsmarkt.
- Die Diplomausbildung ist die optimale und massgeschneiderte Vorbereitung auf die Höhere Fachprüfung für Heimleiter/innen (Eidg. dipl. Heimleiter/in).

Aufbaustruktur: Die Ausbildung ist nach dem Stufenprinzip aufgebaut.

Diese Struktur gewährleistet für den spezifischen Kontext von Heimen ein ausgewogenes Theorie-Praxis-Verhältnis.

Kaderkurs

Stufe 1 («Wissensstufe») – Stufe 2 («Praxisstufe»)

Heimleitungskurs

Stufe 3 («Wissensstufe») – Stufe 4 («Praxisstufe»)

Adressaten: Die Ausbildung ist strikt berufsbegleitend angelegt.

Sie richtet sich an:

- aktive Heimleiter/innen aller Heimtypen
- Personen in Kaderpositionen mit direkt unterstellten Mitarbeiter/innen
- Kadermitarbeiter/innen mit erweiterter Verantwortung (z.B. HL-Stv.)

Kaderkurs:

Für Personen mit begrenzter Führungsverantwortung (Kaderposition)
Abschluss: Attest des Heimverbandes Schweiz

Heimleitungskurs:

Ausschliesslich für Personen mit Letztverantwortung (Heimleiter/in, Bereichsleiter)
Abschluss: Diplom des Heimverbandes Schweiz

Flexibler Einstieg:

Je nach Vorbildung (vergleichbar dem Kaderkurs) ist ein Direkteinstieg in den Heimleitungskurs möglich.

Zielsetzung: Die Teilnehmer/innen werden befähigt:

- ein Heim eigenverantwortlich zu leiten in führungsmässiger, verwaltender wie auch sozialer Hinsicht.
- eine auf die Bedürfnisse des Heimes zugeschnittene Heimplanung zu entwickeln, zu vertreten und zu interpretieren.
- Mitarbeiter/innen zu führen und zu beurteilen sowie deren gezielte Förderung an die Hand zu nehmen.
- mit den verschiedensten Instanzen innerhalb und ausserhalb des Heimes fruchtbar zusammenzuarbeiten.
- den Herausforderungen der Heimpraxis als Führungskraft und Führungspersönlichkeit in ihrer vollen Tragweite gewachsen zu sein.

Zeitlicher Umfang:

Dauer der gesamten Ausbildung: 26 Monate
Reine Kurstage (ohne Diplomarbeit): 57 Tage

Kaderkurs: Stufe 1: 20 Kurstage (7 Monate)
Stufe 2: 8 Kurstage (6 Monate)

Total: 28 Kurstage (13 Monate)

Heimleitungskurs: Stufe 3: 19 Kurstage (7 Monate)
Stufe 4: 10 Kurstage (6 Monate)

Total: 29 Kurstage (13 Monate)

Kosten:

Kaderkurs (Stufen 1+2)

Fr. 5300.– bei Verbandsmitgliedschaft;
Fr. 5500.– bei Nichtmitgliedschaft

Heimleitungskurs (Stufen 3+4)

Fr. 7500.– bei Verbandsmitgliedschaft;
Fr. 7800.– bei Nichtmitgliedschaft

Zurzeit nehmen wir Anmeldungen für die folgenden Kurse entgegen:

Kaderkurs (Stufen 1+2) Beginn 18. November 1998

Heimleitungskurs (Stufen 3+4) Beginn 25. November 1998



Talon Bitte senden Sie mir Anmeldeunterlagen zum

Kaderkurs Heimleitungskurs

Name, Vorname _____

genaue Adresse _____

Bitte senden an Heimverband Schweiz, Kurssekretariat, Postfach,
8034 Zürich

Sich und andere motivieren

17

Motivation bzw. motivieren erscheint oft als Zauberwort – als Schlüssel zum Verständnis und zur Beeinflussung menschlichen Verhaltens. So wie wir Mitarbeiter/innen nicht befehlen können «Denk!», so können wir unseren Mitarbeiter/innen auch nicht befehlen: «Sei motiviert!». Echte und langfristige Motivation kann nicht direkt vermittelt werden, sondern ist die Folge «guter Führungsarbeit», bei der motivatorische Aspekte mit berücksichtigt werden.

Inhalt:

- Was treibt den Menschen zu seinem Handeln und seinem spezifischen Tun?
- Aspekte der Motivation
- Die Motivation als Führungsaufgabe verstehen
- Die Motivation im Führungsprozess
- Menschen leiden nie an der Realität, sondern an den Vorstellungen...
- Psychohygiene als Voraussetzung zur Selbstmotivation

Ziel: Die Teilnehmer/innen lernen Voraussetzungen und Massnahmen kennen und umsetzen, die zu einem motivierten Betriebsklima führen, in dem überdurchschnittliche Leistungen möglich werden. Dabei hat das Thema der Selbstmotivation einen besonderen Stellenwert.

Zielgruppe: Kadermitarbeiter/innen aus allen Bereichen

Arbeitsform: Lehrgespräch, Erfahrungsaustausch, Gruppenarbeit

Leitung: Ursula Eberle-Schlup, Hausw. Betriebsleiterin HHF, Kommunikationsberaterin

Datum/Ort: Dienstag, 9. Juni 1998, 9.30 bis 17.00 Uhr, Altersheim Sonnenhof, Haldenstrasse 18, 9500 Wil SG

Kursgrösse: max. 20 Personen

Kosten:

Fr. 200.– für persönliche Mitglieder des Heimverbandes
Fr. 235.– für Teilnehmende aus Mitglied-Heimen
Fr. 270.– für Nicht-Mitglieder
zuzüglich Fr. 25.– (inkl. MWST) für das Essen und zwei Kaffeepausen

Anmeldung: Beachten Sie bitte unsere Anmeldebedingungen und den Anmeldetalon auf der letzten Seite der Kursausschreibungen.
Anmeldeschluss: 12. Mai 1998

Zeichnen und Malen mit Erwachsenen mit einer Mehrfachbehinderung 50

Wie können wir schwer mehrfachbehinderte Menschen zum Gestalten anregen?

Gelingt es uns, Voraussetzungen zu schaffen, dass mehrfachbehinderte Menschen auch in Gruppen gemeinsam zu gestalten beginnen?

Inhalt: Der Umgang mit Farben und Formen kann anregend auf mehrfachbehinderte erwachsene Menschen wirken. Das *Einfärben* von Gegenständen mit den Händen, mit Roller und Pinsel ist eine elementare Form des Malens. Mit Fingern, Stempeln und geeigneten Pinseln können Spuren gemalt und *einfache Muster* gestaltet werden. *Musikmalen* unterstützt ein ausdrucksorientiertes Malen. Ein elementares *Formenzeichnen* kann Grundlagen für erste *figürliche Bildzeichen* aufbauen helfen. Verschiedene *Hilfsmittel* erleichtern dem mehrfachbehinderten erwachsenen Menschen das Zeichnen und Malen.

Ziel: Die Kursteilnehmer/innen sollen Möglichkeiten des Zeichnens und Malens mit schwer mehrfachbehinderten Menschen kennenlernen.

Zielgruppe: Betreuer/innen und Therapeut/innen von mehrfachbehinderten Erwachsenen

Arbeitsform: Wir erproben in eigenen Versuchen verschiedene Möglichkeiten des Zeichnens und Malens mit mehrfachbehinderten Menschen und klären notwendige Voraussetzungen. Ein ausführlicher Skript und Videosequenzen aus einem Projekt des Kursleiters sollen helfen, den Bezug zum Berufsalltag der Kursteilnehmer/innen zu schaffen.

Leitung: Mario Somazzi, Zeichenlehrer, Sonderpädagoge

Datum/Ort: Freitag, 12. Juni 1998, 9.30 bis 16.30 Uhr, Blindenheim Bern, Neufeldstrasse 95, 3012 Bern

Kursgrösse: max. 16 Personen

Kosten:

Fr. 185.– für persönliche Mitglieder des Heimverbandes
Fr. 215.– für Teilnehmende aus Mitglied-Heimen
Fr. 250.– für Nicht-Mitglieder
inkl. Material, zuzüglich Fr. 30.– (inkl. MWST)
für Verpflegung und Getränke

Anmeldung: Beachten Sie bitte unsere Anmeldebedingungen und den Anmeldetalon auf der letzten Seite der Kursausschreibungen.
Anmeldeschluss: 14. Mai 1998

Ausdrucksmalen für Menschen mit geistiger Behinderung 51

Immer wieder begegnen wir in unserer Arbeit als Betreuer/in und Therapeut/in behinderten Menschen. Durch die Integrationsbestrebungen sind wir aufgefordert, die Lebenssituation, die Verhältnisse in Heimen und in der Gesellschaft kennenzulernen und dadurch den behinderten Menschen in unserer Arbeit würdevoll und angemessen zu begegnen.

Inhalt:

- Einblick in die Arbeit als Malpädagogin
- Was ist prozessorientiertes Malen, was bewirkt es?
- Wie begleite ich behinderte Menschen?
- Stereotype Bilder – bewegte Bilder
- Fragen zu Aggression und Gewalt im Heim

Ziel: Anregungen für die eigene Institution, Austausch und Informationen, wie und wo man Ausdrucksmalen realisieren kann. Mut und Lust zu Veränderung.

Zielgruppe: Betreuer/innen, Mal- und Kunsttherapeuten/innen, Aktivierungstherapeuten/innen, Heimleiter/innen

Arbeitsform: Referate, Diskussion, Gruppenarbeit, eigenes Malen

Leitung: Renate Sulser, Malpädagogin und Wohngruppenbetreuerin für demente Menschen

Datum/Ort: Dienstag, 16. Juni 1998, und Dienstag, 30. Juni 1998, jeweils 9.15 bis 16.45 Uhr, Atelier für Ausdrucksmalen, Kratten 32, 8623 Wetzikon-Kempten

Kursgrösse: max. 12 Personen

Kosten:

Fr. 185.– für persönliche Mitglieder des Heimverbandes
Fr. 215.– für Teilnehmende aus Mitglied-Heimen
Fr. 250.– für Nicht-Mitglieder
inkl. Material. Die Verpflegung und Getränke sind im Kurspreis nicht inbegriffen (bitte Mittagslunch mitnehmen)

Anmeldung: Beachten Sie bitte unsere Anmeldebedingungen und den Anmeldetalon auf der letzten Seite der Kursausschreibungen.

Anmeldeschluss: 18. Mai 1998

Führen in schwierigen Situationen 18

Führen im Heim ist (k)ein «Kinderspiel» – auch Kinder-spiele haben Regeln – verstehen wir sie?

Oft staunen und erschrecken wir vor Kinderstreit – verstehen nicht und sehen nur «Streit». Das sind dann die schwierigen Situationen.

Inhalt/Ziel: In diesem Seminar werden wir uns mit den versteckten, verborgenen Regeln dieser Spiele auseinandersetzen. Wir wollen sehen, wer was spielt – warum er/ich diese und nicht andere Spielregeln verwendet. Wir lernen die Motive und Ziele, die unser Handeln und dasjenige unserer Interaktionspartner/in steuern/beeinflussen, erkennen und verstehen. Dies hilft uns, angemessene Strategien zu entwickeln.

Ausgangspunkt der Kursarbeit ist die aktuelle Situation der Kursteilnehmenden. In einem ersten Schritt lernen wir die «schwierige Situation» bewusst SEHEN. Darauf aufbauend entwickeln wir Sichtweisen, um die Problematik zu VERSTEHEN. Dieses Verständnis gibt uns die Möglichkeit, liebvoller mit der Schwierigkeit umzugehen und macht uns freier und kreativer für VERÄNDERUNGEN in unserem Leiteralltag.

Zielgruppe: Menschen mit Führungsfunktion

Leitung: Markus Eberhard, Heilpädagogischer Berater, Organisationsberater, Dozent am Heilpädagogischen Seminar HPS in Zürich;
Dr. Annemarie Engeli, Leiterin Bildungswesen Heimverband Schweiz

Datum/Ort: Donnerstag, 25. Juni 1998, 10.00 Uhr, bis Freitag, 26. Juni 1998, 16.30 Uhr, Ferien- und Kulturzentrum Gasthof Appenberg, 3532 Zäziwil

Kursgrösse: max. 20 Personen

Kosten:
Fr. 360.– für persönliche Mitglieder des Heimverbandes
Fr. 420.– für Teilnehmende aus Mitglied-Heimen
Fr. 480.– für Nicht-Mitglieder
Da am ersten Kursabend noch ein inhaltlicher Teil stattfindet, empfiehlt sich eine Übernachtung im Bildungshaus. Unterkunft und Verpflegung sind direkt an Ort zu bezahlen. Vollpension pro Tag/Person zirka Fr. 125.– (EZ) oder Fr. 95.– (DZ). Preisänderungen vorbehalten.

Anmeldung: Beachten Sie bitte unsere Anmeldebedingungen und den Anmeldetalon auf der letzten Seite der Kursausschreibungen.
Anmeldeschluss: 14. Mai 1998

Ernährung im Alter 37

Welche Bedeutung hat die Ernährung im Alter? Gerade im Alter lohnt es sich, vermehrt auf die Ernährung zu achten. Die Nahrungsmittel aufnahme ist nicht in jedem Lebensabschnitt gleich. Je älter der Mensch, um so wichtiger ist ein sorgfältig zusammengestelltes, ausgewogenes Essen. Wunderrezepte gibt es keine – aber Erkenntnisse, welche allgemeine Gültigkeit besitzen und die vor allem in der Heimküche angewendet werden sollten.

Inhalt:

- Ziele einer gesunden Ernährung
- Zusammensetzung der Nahrung
- Lagerung und Zubereitung von Nahrungsmitteln
- Ursachen und Folgen einer Fehlernährung
- Warum verweigern alte Menschen das Essen?
- Persönliche Erfahrungen mit dem Essen – Machbares und Grenzen

Ziel: Die Küchenverantwortlichen und weitere Mitarbeiter/innen sollen für die Ernährung im Alter sensibilisiert werden.

Zielgruppe: Küchenverantwortliche, Hauswirtschaftliche Betriebsleiter/innen

Arbeitsform: Referate, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen im Plenum

Leitung: Markus Biedermann, Eidg. dipl. Küchenchef, Diätkoch

Datum/Ort: Freitag, 28. August 1998, 9.30–16.30 Uhr, Wohnpark Elfenau, Elfenauweg 50, 3006 Bern

Kursgrösse: max. 24 Personen

Kosten:

Fr. 185.– für persönliche Mitglieder des Heimverbandes
Fr. 215.– für Teilnehmende aus Mitglied-Heimen
Fr. 250.– für Nicht-Mitglieder
zuzüglich Fr. 34.– (inkl. MWST)
für Verpflegung und Getränke

Anmeldung: Beachten Sie bitte unsere Anmeldebedingungen und den Anmeldetalon auf der letzten Seite der Kursausschreibungen.

Anmeldeschluss: 24. Juli 1998

Anmeldebedingungen

S 13 W H 2000 DIN A4 Seite 001 von 012

Anmeldungen:

Die Anmeldungen werden – sofern nicht anders vermerkt – in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt und sind deshalb sobald als möglich mit dem nachfolgenden Anmeldetalon an den **Heimverband Schweiz, Kurssekretariat, Postfach, 8034 Zürich**, zu senden.

Beachten Sie bitte auch den Anmeldeschluss der einzelnen Kurse.

Teilnahmebestätigung:

Sofern der Kurs bereits belegt ist, teilen wir Ihnen dies nach Ihrer Anmeldung umgehend mit. Ohne unseren Gegenbericht konnten wir Ihre Anmeldung berücksichtigen.

Einladung/Rechnung:

In der Regel erhalten Sie die Kurseinladung und die Rechnung zirka 3 Wochen vor Kursbeginn, spätestens jedoch 1 Woche vor Kursbeginn.

Abmeldung:

Wer sich nach dem Anmeldeschluss abmeldet, muss – sofern nicht anders vermerkt – eine Annulationsgebühr entrichten. Diese beträgt bei einer eintägigen Veranstaltung Fr. 50.–, bei einer zweitägigen Veranstaltung Fr. 100.–, bei einer dreitägigen Veranstaltung Fr. 150.–, bei einer viertägigen Veranstaltung Fr. 200.–.

Wer sich später als 7 Tage vor Kursbeginn abmeldet, verliert den Anspruch auf Erlass oder Rückerstattung des Kursgeldes.



Anmeldetalon

(pro Kurs ein Anmeldetalon benützen; bitte in Blockschrift schreiben)

für den Kurs Nr.: Kurstitel:

(für Kurse, wo Übernachtung möglich oder obligatorisch ist: Einerzimmer Doppelzimmer keine Unterkunft)

Name / Vorname:

Privatadresse (Strasse / PLZ / Wohnort):

Telefon P:

Telefon G:

Tätigkeit / Funktion:

Name und vollständige Adresse
des Heims / des Arbeitgebers:

Ich habe die Anmeldebedingungen zur Kenntnis genommen und bin mit diesen einverstanden

Datum: Unterschrift: Persönliche Mitgliedschaft Mitgliedschaft des Heims



Anmeldetalon

(pro Kurs ein Anmeldetalon benützen; bitte in Blockschrift schreiben)

für den Kurs Nr.: Kurstitel:

(für Kurse, wo Übernachtung möglich oder obligatorisch ist: Einerzimmer Doppelzimmer keine Unterkunft)

Name / Vorname:

Privatadresse (Strasse / PLZ / Wohnort):

Telefon P: Telefon G:

Tätigkeit / Funktion:

Name und vollständige Adresse
des Heims / des Arbeitgebers:

Ich habe die Anmeldebedingungen zur Kenntnis genommen und bin mit diesen einverstanden

Datum: Unterschrift: Persönliche Mitgliedschaft Mitgliedschaft des Heims

die nicht in der Region wohnen, ist dies immer noch in den Köpfen», erzählt Burkhalter. Durch Tage-der-offenen-Tür und Medienpräsenz versucht er dieses Image zu ändern. «Doch es ist hier genau gleich. Wer nicht betroffen ist, der liest die Artikel nicht», weiss Burkhalter aus Erfahrung. Ein persönliches Erlebnis in den letzten Tagen machte ihm aber bewusst, wie selektiv die Zeitungsberichte aufgenommen werden. «In der Lokalpresse erscheint nicht nur mein Name, sondern relativ häufig auch mein Bild, dabei geht es immer um den Sennhof. Und dennoch fragte kürzlich ein Bekannter: „Was arbeitest Du?“ Er hat die Medienberichte folglich nicht beachtet. Erst durch die eigene Betroffenheit steigt der Beachtungsgrad für solche Informationen, und diese Situation zu ändern, das ist sehr schwierig!», erzählt Burkhalter. Kann man denn die Angst vor dem Alter, vor Krankheit nicht abbauen? «Aus Erfahrung wissen wir, dass ein Besuch, ein Kurzzeit- oder Ferienaufenthalt, sehr oft Vorurteile abzubauen vermag. Wenn jemand einmal im Sennhof war, kommt das Aha-Erlebnis und die Feststellung, dass das Heim eigentlich ganz anders ist, als man sich das vorstellte. Tage-der-Offenen-Tür und regelmässige Medienpräsenz machen somit nur einen Teil – wenn auch einen sehr wichtigen – der PR-Massnahmen aus», glaubt der Sennhofleiter. Und damit zeigt sich noch einmal, wie wichtig der Kontakt mit den BesucherInnen ist. Informationen müssen auch vor Ort von Person zu Person weitergegeben werden. Gerade für Heime mit beschränktem Werbeetat kann dies eine der wirkungsvollsten Methoden sein.

Hilfe durch Werbeagentur

Um seine PR-Aktivitäten professionell anzugehen, zieht Hans Ruedi Burkhalter öfters eine Werbe- und PR-Agentur aus Zofingen zu Rate. Für deren Leiter Siegfried P. Stich ist in Sachen PR vor allem eines wichtig: «Auf keinen Fall darf man vortäuschen, was nicht vorhanden ist. Kommuniziert werden darf nur, was auch gelebt wird.» Aufgabe von PR ist es deshalb, nicht blosse Werbung zu machen, sondern vor allem Vertrauen schaffen, Transparenz bilden. «Transparenz ist Voraussetzung, denn wenn ich eine Sache und dahinter sehe, wächst Vertrauen. Dann ist es für mich reale und nachvollziehbare Wirklichkeit. Image und Wirklichkeit müssen kongruent gemacht werden. Das sind die zentralen Anliegen der PR», beschreibt Stich Aufgabe und Möglichkeit von PR.

Wie steht es mit anspruchsvolleren Themen, mit allgemein gerontologi-

Aktivierungs-therapie à la Schmirinski: Wer zeigt wem was bei der Fotosession?

Fotos Jürg Krebs



schen Fragen? Kann hier PR einen Beitrag leisten, der das Verständnis für Heime erhöht? «Diese Frage stellte sich die Sennhof-Leitung auch. Warum nicht einen Vortragszyklus für die Region installieren, der relevante medizinische oder soziale Themen anspricht und für den Auftrag des Sennhofs und die Arbeit sensibilisiert und Verständnis weckt. Zum Beispiel der Umgang mit dem älteren Menschen und was auf der psychologischen, medizinischen oder sozialen Ebene geschieht», erzählt Stich, ein Vorschlag, der im Sennhof bereits realisiert worden ist. «Berichte in der Zeitung, dass der Musikverein spielt oder der Trachtenchor sang, sind für mich etwas „dünne“ PR-Anlässe. Ein Zei-

tungsartikel darf durchaus auch anspruchsvollere Komponenten haben, so dass sich die Leserschaft ernsthaft Gedanken über die darin angesprochenen Zusammenhänge macht», führt Stich die Überlegung weiter aus.

Werden die ernsthaften Themen in der Zeitung denn auch gelesen? «Aus meiner PR-Erfahrung bestehen dann die grössten Chancen, wenn ein Bild dabei ist, das bekannte Köpfe zeigt. Dies gibt einen ersten Impuls den Artikel zu lesen, weil sie die Neugierde wecken. Diese optischen Dinge schaffen Bezugspunkte und sind wichtig. Es ist also eine Sache der Verpackung und ein Stück weit auch wie man das Thema kommuniziert. Ich muss also eine Sprache

wählen, die von der Allgemeinheit nachvollziehbar ist. Ist sie zu fachspezifisch, lesen nur die Direktbetroffenen den Artikel.»

Die Angst, dass anspruchsvollere Themen nicht gelesen werden, ist nach Stich nicht begründet. Aus seiner Erfahrung hängt dies bei Presseartikeln vor allem mit der Aufmachung eines Artikels zusammen. Ein Bild, vor allem mit bekannten Gesichtern, hilft dem Leser sehr den Einstieg zu finden.

Stich sieht als wichtigste Komponenten von PR-Aktionen eine Verknüpfung von Mund zu Mund-Propaganda und Pressearbeit. Auch er glaubt, dass das persönliche Zeugnis an und für sich die beste Werbung ist, weil die aussagende Person direkt dafür stehen muss. Dem Umgang des Sennhofpersonals mit den Leuten kommt so eine wichtige Funktion zu. Ihr Verhalten ist die direkteste Werbung für das Heim.

«Es ist darauf zu achten, dass Besucher nicht stehen gelassen werden. Sie müssen das Gefühl erhalten, „geliebte Gäste“ zu sein, die man gerne berät und denen man mit Freude weiterhilft. Wenn diese Leute dann ihre Eigenerfahrung weitererzählen und damit auch bestätigen, dass man mit den Sennhof-Verantwortlichen ausgezeichnet reden kann, bekommen diese Aussagen enorme Werbe- und PR-Wirkung», meint Stich. Mund zu Mund-Propaganda ist von der Bedeutung her für die PR also mindestens gleichwertig wie die Pressearbeit. Der Unterschied liegt je nachdem in der Reichweite. Kommt hinzu, dass die Kommunikation durch Mund zu Mund-Propaganda manchmal zu lange geht, bis die gleiche Wirkung erzielt wird. Durch die Presse erfolgt der Prozess schneller. Im Idealfall decken sich die Aussagen von Mund zu Mund-Propaganda und Presseartikeln.

Leitplanke mit PR-Konzept

Ein PR-Konzept ist nicht nur deshalb wichtig, weil es hilft, Informationen gezielt zu vermitteln. Es nützt auch der Heimführung und dem Personal. Ein gutes Image kommt nicht von selbst, es muss gelebt werden. So wird PR zum Leitfaden für das eigene Verhalten. Für Stich ist deshalb klar: «Wenn ich ein gutes Bild vermittele, bin ich dazu gezwungen, mich danach zu richten und mich um Verbesserungen zu bemühen. Das Wissen, als Sennhof im Blickfeld der Öffentlichkeit zu stehen, bedeutet ständige Herausforderung, an sich selbst als Teil des Heimes zu arbeiten und gegen Schwachstellen zu kämpfen. Ein PR-Konzept kann wesentlich dazu beitragen, dass man den Faden nicht verliert und nicht gleichgültig wird, sondern ständig dran bleibt. Das ist für mich das Essentielle.» ■

Krankenversicherung: Vernehmlassung über Teilrevision des KVG und Bundesbeiträge an die Prämienverbilligung

Der Bundesrat hat ein Paket in die Vernehmlassung geschickt, das den Bundesbeschluss zur Festlegung der Bundesbeiträge an die Prämienverbilligung für die Periode von 2000 bis 2003 und die Teilrevision des KVG enthält. Der Bundesbeschluss muss am 1. Januar 2000 in Kraft treten. Die Vernehmlassung dauert bis zum 15. Mai 1998. Mit der KVG-Teilrevision setzt der Bundesrat den Kantonen zusätzliche Leitlinien für ihre Prämienverbilligungs-Praxis und er bringt die nötigen, rasch umsetzbaren Verbesserungen in anderen Bereichen an. Diese Korrekturen von Behinderungen der Wirkungsmechanismen des KVG und von Fehlentwicklungen bringen verschiedene Verbesserungen für die Versicherten. Parallel zur Teilrevision werden in Zusammenarbeit mit den Kantonen und den Krankenkassen die Probleme mit der Spitalfinanzierung im privaten und halbprivaten Bereich angegangen.

Das vom Bundesrat in die Vernehmlassung geschickte Paket enthält zwei Vorlagen. Einerseits geht es darum, die Beiträge des Bundes an die Prämienverbilligung in der sozialen Krankenversicherung für die zweite Periode seit Inkrafttreten des Krankenversicherungsgesetzes KVG, also für die Jahre 2000 bis 2003, festzulegen. Dies muss das Parlament mit einem einfachen Bundesbeschluss beschließen.

Andererseits sieht der Bundesrat die Notwendigkeit einer raschen ersten Teilrevision des KVG. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Teilrevision betrifft wiederum die Prämienverbilligung, was die beiden Vorlagen miteinander verknüpft. Der Bundesbeschluss für die Bundesbeiträge an die Prämienverbilligung muss am 1. Januar 2000 in Kraft treten. Das Parlament soll den Bundesbeschluss und die Teilrevision gleichzeitig behandeln können und muss die Beratungen in der Winteression dieses Jahres in Angriff nehmen können.

Bundesbeiträge an die Prämienverbilligung 2000 bis 2003 festgesetzt

Gestützt auf die Annahmen für die Jahre 2000 bis 2003 werden die Bundesbeiträge an die Prämienverbilligung um jährlich 1,5 Prozent angehoben. Ausgehend vom zur Verfügung stehenden Bundesbeitrag für 1999 (2180 Mio. Franken) ergeben sich folgende maximale Bundes- und Kantonsbeiträge für die nächste Vierjahresperiode (Mio. Franken):

Jahr	Bund	Kantone	zusammen
2000	2213	1106	3 319
2001	2246	1123	3 369
2002	2280	1140	3 420
2003	2314	1157	3 471
Total	9053	4526	13 579

Verstärkte Leitlinien des Bundes für die Prämienverbilligungs-Praxis der Kantone

Der Bundesrat nimmt gleichzeitig im Rahmen der KVG-Teilrevision Änderungen im Bereich der Prämienverbilligung vor. Konkret verlangt der Bund von den Kantonen, die Bevölkerung besser über die Prämienverbilligung zu informieren und dafür zu sorgen, dass die Bezügerinnen und Bezüger ihre Beiträ-

ge monatlich erhalten. Die Kantone müssen bei der Bemessung des Anspruchs auf die aktuellsten Steuerdaten zurückgreifen und erhalten die Kompetenz, aus den Prämienverbilligungsgeldern auch die Franchise der Prämienverbilligungs-Berechtigten zu übernehmen.

Weitere Verbesserungen für die Versicherten

Ein weiteres Ziel der KVG-Teilrevision ist es, so rasch als möglich die wichtigsten weiteren Korrekturen vorzunehmen. Es werden mehrere Bestimmungen revidiert, bei denen sich gezeigt hat, dass sie aufgrund von Fehlformulierungen oder Lücken den gewünschten Wirkungsmechanismus des KVG behindern, zu Fehlentwicklungen oder zu langwierigen Beschwerdeverfahren führen.

So bringt die Teilrevision Verbesserungen für die Versicherten bei den reduzierten Prämien für Jugendliche. Die Prämienregionen pro Kanton werden vereinheitlicht und der Kassenwechsel weiter vereinfacht. Unter anderem wird die Verknüpfung eines Zusatzversicherungsvertrags mit dem Bestehen einer Grundversicherung bei derselben Krankenkasse untersagt, da sie ein Hindernis beim Kassenwechsel darstellt.

Bedingungen für Erlass von Globalbudgets werden deutlich ausgeweitet – zusätzliches Sanktionsinstrument des BSV gegenüber Versicherern

Neu können Globalbudgets von der zuständigen Genehmigungsbehörde für alle Kategorien von Leistungserbringern erlassen werden. Bisher galt diese Regelung nur für die Kantone in den Bereichen der Spital und Pflegeheimfinanzierung. Diese Massnahme erhöht die Eingriffsmöglichkeiten im Tarifbereich, wenn es darum geht, Entwicklungen im Kostenbereich zu verhindern, die auch bei einer genauen Prüfung zum Zeitpunkt der Genehmigung eines Tarifvertrags nicht abzusehen waren (zum Beispiel Mengenausdehnung durch einen Anstieg der Zahl der Leistungserbringer).

Eine solche Regelung war bereits in der Botschaft des Bundesrates zum KVG enthalten, wurde aber vom Parlament nur eingeschränkt ins Gesetz aufgenommen. Das Fehlen von genügend wirksamen Massnahmen zur Kostenindämmung im ambulanten Bereich wurde in den ersten zwei Gelungsjahren des KVG nun spürbar. Sie sollen daher als außerordentliche und befristete Eingriffsmöglichkeit eingeführt werden.

Schliesslich wird das Bundesamt für Sozialversicherung für seine Aufsichtsaufgabe mit zusätzlichen Kompetenzen gegenüber den Versicherern ausgestattet und erhält mit der Ordnungsbussen ein zusätzliches Sanktionsinstrument.

Spitalfinanzierung: Abklärungen durch Arbeitsgruppe im Gange

Die Regelung der Spitalfinanzierung, unter anderem der Beitragspflicht der Kantone bei ausserkantonalem Spitalaufenthalt, steht zurzeit im Parlament und in der Öffentlichkeit in Diskussion. Ausgehend auch von erst kürzlich ergangenen entsprechenden Urteilen des Eidg. Versicherungsgerichts befasst sich eine spezielle Arbeitsgruppe mit dieser Frage.

Gekürzte Fassung