

**Zeitschrift:** Fachzeitschrift Heim  
**Herausgeber:** Heimverband Schweiz  
**Band:** 70 (1999)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Tagung vom 26. Februar 1999 an der Universität St. Gallen : Heime sind gut - und keiner weiss es!  
**Autor:** Bergmann, Patrick  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-812906>

#### 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:** 13.02.2026

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

Tagung vom 26. Februar 1999 an der Universität St. Gallen

# HEIME SIND GUT – UND KEINER WEISS ES!

Von Patrick Bergmann

**Heime in der Öffentlichkeit – PR der Heime.** Dies war das Thema einer Tagung Ende Februar in St. Gallen. Dazu eingeladen hatte das Forum stationäre Altersarbeit Schweiz in Zusammenarbeit mit dem H+bildungszentrum. Das Echo auf die Veranstaltung war gross: 230 Anmeldungen gingen ein. Die Referate von Fachleuten aus Heimleitungen und von Medien hatten das Ziel, dem Publikum Wege aufzuzeigen, wie ein Heim seine PR-Aufgaben optimal wahrnehmen kann.

Die Tagungsteilnehmenden wurden im Hörsaal der Uni St. Gallen durch Peter Hochstrasser, Präsident Forum stationäre Altersarbeit, begrüßt. In seiner Eröffnungsrede schilderte er kurz die Ausgangslage. Er verwies darauf, dass negative Schlagzeilen und Aussagen in Presse, Radio und Fernsehen die Wirklichkeit stark verzerrten können und daher eine innovative Öffentlichkeitsarbeit der Heime immer wichtiger wird. Er vertrat die Ansicht, dass es an der Zeit sei, Gegensteuer zu geben. Die Heime müssten künftig viel mehr agieren statt nur zu reagieren.

## “Heime und Medien sind Partner.”

Auch Dr. Annemarie Engeli vom Heimverband Schweiz, Moderatorin der Tagung, betonte in ihrer Einleitung die Aktualität von Öffentlichkeitsarbeit für die Heime.

## Überraschende Erkenntnisse

Jürg Krebs referierte zu seiner Lizziatsarbeit. Er hatte im Auftrag des Heimverbandes Schweiz im Rahmen seiner Arbeit am IPMZ-Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich eine Inhaltsanalyse der Deutschschweizer Presse zum Thema Alters- und Pflegeheime vorgenommen. Seine Ergebnisse waren recht verblüffend. Nach erfolgter Auswertung der Daten stand fest: Alters- und Pflegeheime werden in der Presse zumeist positiv dargestellt. Er untermauerte in St. Gallen diese Feststellung sogleich mit Zahlen. Demnach waren 46% der Artikel in ihrer Gesamtheit positiv und nur 17% negativ. Die restlichen 37% blieben neutral. Dabei hat sich etwas Inter-

essantes gezeigt: Moderne, gut ausgerüstete und bedürfnisgerecht geführte Heime haben eine sehr gute Presse und werden oft und gerne als Musterbeispiele präsentiert. Andererseits berichtet die Presse über Heime, die eine veraltete Betreuungs- und Infrastruktur aufweisen tendenziell eher negativ.

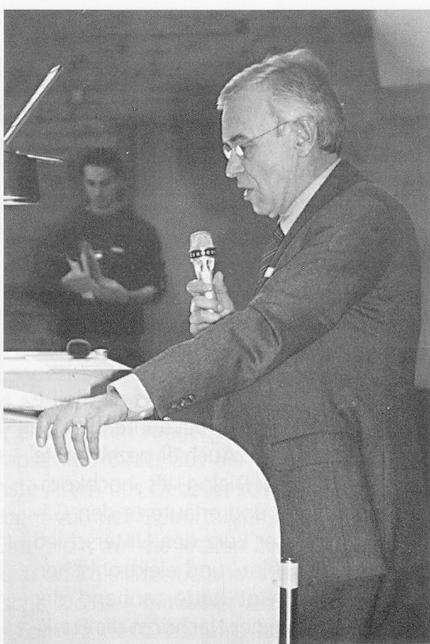
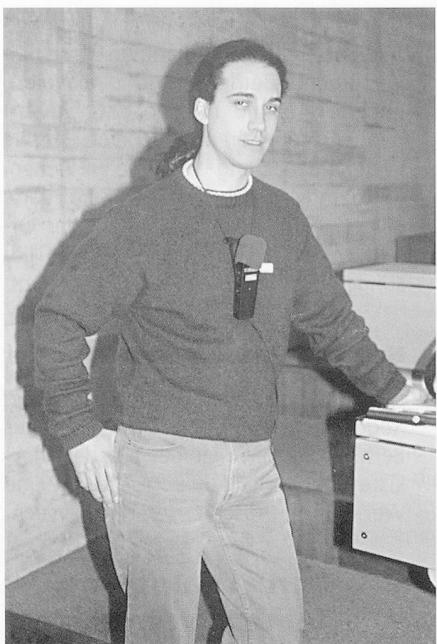
Doch Krebs nahm die Berichterstattung noch etwas genauer unter die Lupe, die er generell als langweilig und recht einseitig bezeichnet. Außerdem hat das Thema Alters- und Pflegeheime in erster Linie auf lokaler Ebene eine gewisse Relevanz. Weiter stellte er in seiner Untersuchung fest, dass ein starkes Themenübergewicht bei organisatorischen Belangen liegt, gefolgt von Veranstaltungen. Themen, die sich direkt auf die tägliche Arbeit mit den Heimbewohnern und deren Leben im Heim beziehen sind relativ selten anzutreffen. Sie kommen nur am Rande vor, obwohl sie eigentlich im Alltag im Zentrum ste-

hen. Zumeist werden die zu Betreuenden als passive und nicht aktive, handelnde Personen dargestellt. Die Gründe für die einseitige Berichterstattung ordnet Krebs bei den Produktionsroutinen der Medien. Die ständige Zeitknappheit, unter der Medienschaffende chronisch leiden, verleiht zu einer Berichterstattung, die möglichst wenig Aufwand erfordert. Aber gerade soziale Themen benötigen



Peter Hochstrasser (oberes Bild) betonte: «Es ist Zeit, Gegensteuer zu geben.» Die Ausführungen zum Thema Öffentlichkeitsarbeit fanden in St. Gallen aufmerksame Zuhörer und Zuhörerinnen.





Jürg Krebs (links): Trotz Fieber bereit zum Referat. Dr. Annemarie Engeli: «Die Öffentlichkeitsarbeit in den Heimen ist hoch aktuell.» Dr. Hansueli Möslé: «Wir haben etwas mitgebracht...»

nicht nur eine aufwendige Vorbereitung und Recherche, sondern auch Fachwissen, über welches viele von ihnen nicht verfügen.

Aufgrund seiner Resultate zog Krebs für die Öffentlichkeitsarbeit folgende Schlüsse:

Da die Berichterstattung generell positiv ist, sollte die von vielen Heimen an den Tag gelegte Angst und Zurückhaltung den Medien gegenüber abgelegt werden, denn Medien und Heime sind Partner, die aufeinander angewiesen sind. Zusätzlich müssten die Heime durch gezielte PR-Arbeit versuchen, den Anteil an sozialen Themen in den Medien zu erhöhen. Dadurch kann die Akzeptanz der Heime in der Gesellschaft gesteigert werden, mit mehr Hintergrundwissen und dementsprechend mehr Verständnis für die Anliegen der Heime.

Im Anschluss an die Ausführungen von Jürg Krebs bedankte sich Dr. Hansueli Möslé, Zentralsekretär HVS, für die Ausarbeitung eines Leitfadens für Öffentlichkeitsarbeit, der in St. Gallen erstmals vorgestellt wurde, und an dessen Entwicklung Krebs massgeblich beteiligt war. An dieser Stelle sei erwähnt, dass die vorliegende Fassung um weitere Kapitel – beispielsweise zum Thema Internet – ergänzt wird.

#### Gemeinschaft und Gesellschaft

Im zweiten Referat stellte Dr. Hans Ulrich Kneubühler, Universitäre Hochschule Luzern, Öffentlichkeitsarbeit in das Spannungsfeld von Gemeinschaft und Gesellschaft. Ausgehend von modernisierungstheoretischen Ansätzen wissenschaftlicher Theorien erläuterte er die

Unterschiede. Gemeinschaft wird demnach verstanden als soziales System mit relativ stabiler, vor allem aber selbstverständlicher Struktur und Kultur, weitgehend bestimmt durch Traditionen, «face-to-face»-Beziehungen und der

### “Heime stehen zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft.”

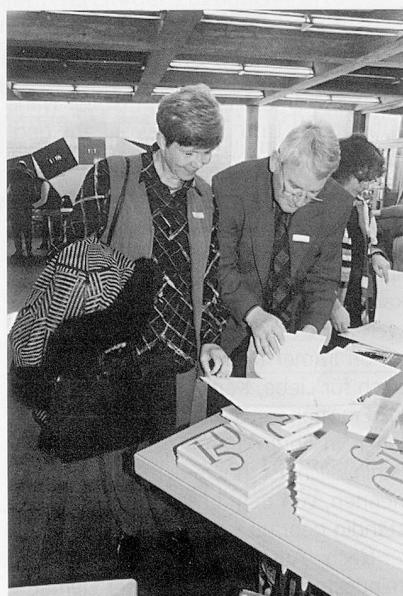
diesen innwohnenden emotionalen Nähe. Der zentrale Wert in Gemeinschaften ist die Solidarität. Gesellschaft hingegen ist bestimmt durch schnellen Wandel, die partielle Auflösung struktureller Fixierungen und kultureller Bindungen. Kneubühlers Ausführungen zu folge weisen Heime sowohl Elemente von Gesellschaft als auch von Gemeinschaft auf. Somit stehen Heime zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft, wobei Öffentlichkeit ein zentraler Bereich moderner Gesellschaften, die als Netzwerke von Kommunikation bezeichnet werden können, darstellt und fundamentale Steuerungsfunktionen erfüllt. Und daher kommunizieren Heime immer – ob sie wollen oder nicht.

#### Aus Sicht der Seniorin ...

Nach diesen eher theoretischen Ansätzen der Wissenschaft kam durch Angeleine Fankhauser, Nationalrätin aus Oberwil BL, eine ganz andere Perspektive zum Tragen. Sie schilderte dem Publikum ihre Gedanken und machte Anregungen aus der Sicht einer zukünftigen Seniorin. Und sie stellte von Anfang an

klar, dass ihrer Meinung nach die Anliegen der direkt Betroffenen in der Vergangenheit viel zu wenig berücksichtigt worden sind.

Zentrale Aspekte ihrer Ausführungen bildeten die freie Wahl von Institutionen und die damit verbundenen Probleme der Finanzierung. Nur wenige Betagte hätten aufgrund ihrer finanziellen Situation eine echte Auswahlmöglichkeit. Die Qualität der Altersbetreuung dürfe aber keinesfalls nur vom Einkommen der Betagten abhängen, denn die Würde der Betagten sei ein Menschenrecht und müsse entsprechend gewahrt werden. Dazu zählte Fankhauser weitgehende Autonomie und gesellschaftliche Integration der Betagten. Nach ihrer Auffas-



Die ersten Kunden begutachten und erwerben den «Leitfaden für Öffentlichkeitsarbeit in Heimen».

Fotos Erika Ritter

sung ist die Alterspolitik – und damit auch die Gestaltung des Heimlebens – eine gesellschaftliche und generationsübergreifende Angelegenheit, die uns alle betrifft. Aus diesem Grund forderte sie eine breite Diskussion über die Qualität der Heime mit sämtlichen Altersgruppen und den gezielten Einbezug der Seniorinnen und Senioren in die künftige Planung der Alterspolitik.

### Auf der Klaviatur spielen

Nach dem Mittagsbuffet war die Reihe an Roland Jeanneret, bekannter Radiojournalist aus Bern. Auch er bezeichnete den öffentlichen Dialog als hochkomplexen Vorgang und erläuterte den Gästen, nachdem er kurz den Unterschied zwischen den Print- und elektronischen Medien aufgezeigt hatte, anhand der zehn Elemente einer Nachricht die Funktionsweise der Medien.

### “ Die Würde der Betagten ist ein Menschenrecht. ”

Damit für Medienschaffende ein Thema überhaupt interessant wird, müssen gewisse Kriterien erfüllt sein. Da wäre zunächst einmal die Aktualität zu nennen. Sie ist wohl eine der wichtigsten Voraussetzungen, damit eine Nachricht die Chance hat, publiziert zu werden. Denn die Medien sind ständig auf der Jagd nach dem Neuesten. Ein weiterer Aspekt bildet die öffentliche Bedeutung eines Ereignisses und dessen Folgen Schwere, die grundsätzlich durch die Medien selbst definiert wird. Ist ein Ereignis zudem noch nicht abgeschlossen, kommt der Faktor Dramatik ergänzend ins Spiel. Die Leute sind gespannt wie die ganze Geschichte wohl weitergeht. Als weiterer Gesichtspunkt ist die Nähe zu nennen. Und zwar sowohl aus geografischer wie aus emotionaler Sicht. Ereignisse, die weit entfernt stattfinden oder zu denen wir keinen direkten Bezug haben, interessieren uns dementsprechend weniger. Auch mit Kuriosität kann ein gewisser Anreiz geschaffen werden. Das Kuriose hat die Menschen schon immer fasziniert. Das gleiche gilt auch für Liebe, Kampf und Gefühl, starke Emotionen, die die Menschheit seit jeher in ihren Bann gezogen haben. Schliesslich ist noch der Fortschritt zu nennen, von dem unser tägliches Leben ständig geprägt wird.

Nach Ansicht von Jeanneret sind mindestens drei bis vier dieser Elemente nötig, um die Medienleute zu „ködern“ und damit die Voraussetzung einer Veröffentlichung zu schaffen. Sein Appell

an die Heime: Spielt auf dieser Klaviatur, die Erfolgsaussichten erhöhen sich damit in der Regel deutlich.

### ...und der Heime

Natürlich kamen auch Vertreter und Vertreterinnen der Heimleitungen zu Wort. Hilda Portmann, Leiterin Alterswohnheim in Pfäffikon ZH, und José Elber, Heimleiter Altersheim Klusplatz in Zürich, schilderten ihr Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit anhand ihrer praktischen Erfahrungen.

Mit einer Geschichte von Lukas Hartmann illustrierte Hilda Portmann das negative Bild der Heime in der Öffentlichkeit und zog die Schlussfolgerung, dass ein gutes Image nur von innen wachsen könne. Das tägliche Verhalten wird somit zum wichtigsten Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Die Grundlagen für verantwortliches Handeln im Heim sieht sie in den folgenden Rechten der Betagten: Das Recht auf Würde und Achtung, auf Selbstbestimmung, auf Information, auf Gleichbehandlung, auf Sicherheit, auf qualifizierte Dienstleistungen, auf Wachstum der Persönlichkeit und auf Ansehen in der Öffentlichkeit. Voraussetzung hierfür bilden starke Heimleitungen, aktive Verbände und eine gute Ausbildung.

Auch Elber begann sein Referat mit der Schilderung der Vorstellungen von Heimen, wie sie in der Gesellschaft noch immer vorherrschen. Die Frage nach dem eigenen Schlüssel und den Besuchszeiten muss er sich immer wieder stellen lassen, obwohl sie längst nicht mehr zum Alltag eines modernen Heims passen. Sie sind aber für ihn gleichzeitig eine Motivation, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Er betonte, dass sich die Altersarbeit in den vergangenen Jahren stark verändert hat, die Öffentlichkeitsarbeit der Heime aber in vielen Fällen

### “ Ein gutes Image muss von innen wachsen. ”

nicht mit dem Tempo dieser Entwicklung Schritt halten konnte. Im Gegensatz zu früher müssen sich heute Heime in der Öffentlichkeit aktiv verkaufen, Erwartungen und Anforderungen sind deutlich gestiegen.

Bis zu einem gewissen Grad machte der Referent die Heime selbst für diesen Zustand verantwortlich. Er kam zum Schluss, das alle PR nutzlos sei, wenn nicht zuerst ein Umdenken im Heim stattfinde, die Bedürfnisse und Wünsche der Bewohner ernst genommen und sie als Partner angesehen würden. Denn sie

sind die wichtigsten Botschafterinnen und Botschafter, das glaubwürdigste PR-Instrument. Betriebs- und personalorientierte Abläufe müssen der Vergangenheit angehören. Nur eine stetige Weiterentwicklung hilft den Heimen, auf dem Markt zu bestehen. Und dann gilt es, diese neue Qualität in der Öffentlichkeit zu verkaufen. Kreative Lösungen der Heimleitungen sind gefragt.

### Nacht der geschlossenen Fenster

Das Abschlussreferat hielt Dr. Ronald Roggen, Kommunikationsberater aus Bern. Er zauberte Einiges aus der Trickkiste des Profis. Auf ironische Art und Weise und in rasantem Tempo versuch-

“ Ohne Dialog keine Kommunikation. ”

te er, den Anwesenden anhand diverser Beispiele und unzähligen Wortspielereien die Botschaft zu übermitteln: Wagt doch endlich ein bisschen mehr, seid innovativer! Als Merkregel nannte er: Das Publikum hat ungefähr gleichviel Freude am Leben wie Sie. Roggen forderte die Heime auf, Neues, Freches und Ungewohntes in ihre Kommunikation einzubringen.

Die drei wichtigsten Elemente eines Kommunikationskonzepts bilden die Botschaften, die Publika und die eingesetzten Instrumente. Die Botschaften sichern die Unverwechselbarkeit des Absenders. Jedes Heim bestimmt seine eigene Botschaft und ist selber schuld, wenn diese als langweilig empfunden werden. Die Aufgliederung in verschiedene Publika erlaubt eine publikumsgerechte Bündelung der Kommunikation. Wer an das Publikum denkt, erkennt auch dessen Aufnahmefähigkeit und -willigkeit. Die Instrumente setzen Einfallskraft voraus, aber auch Sinn für das Zusammenspiel der Aktivitäten im Verbund. Zu jedem Instrument gehört ein Monitoring, ein Ohr, das sensibel genug ist, die Meinung der Partnerinnen und Partner aufzunehmen. Ohne Dialog keine Kommunikation. Wer nur alte Konzepte aus der Schublade zieht und seinem Vorgänger nachbetet, verletzt nach der Meinung von Ronald Roggen die Grundregeln der Kommunikation. Er fügte gleich selbstkritisch-ironisch hinzu: Misstrauen Sie deshalb jedem PR-Berater!

Nach dem Schlusswort durch Peter Hochstrasser kann in Abwandlung des Tagungsthemas das Fazit gezogen werden: Heime sind gut – und besser werden können sie bestimmt auch noch! ■