

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 56 (1978)
Heft: 6

Artikel: "Das Alter ist unsere Zukunft" : vom Werden, Wachsen und Wandern unserer Ausstellung
Autor: Rinderknecht, Peter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-723798>

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: 16.01.2026

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

«Das Alter ist unsere Zukunft»

Vom Werden, Wachsen und Wandern unserer Ausstellung

Ein Traum wird wahr

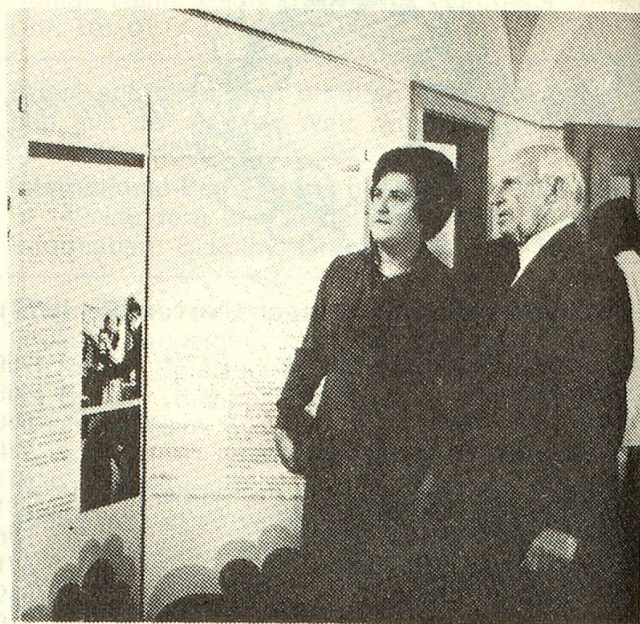
Die erfolgreichen Präsentationen von Pro Senectute mit einer Tonbildschau an der Muba 1975 und am Comptoir 1976 führten zur Erkenntnis, dass solche einmaligen Aktionen zwar sehr nützlich sind, aber doch nur beschränkte Zielgruppen — vor allem das Publikum der entsprechenden Region — erreichen können.

So reifte schon 1977 der Plan, eine Wanderausstellung zum 60jährigen Geburtstag unserer Stiftung zu schaffen. Das Büro des Direktionskomitees stimmte dem Projekt grundsätzlich zu. Aber das Jubiläumsjahr erwies sich als zu kurz für die zeitraubenden Vorarbeiten. Zuerst mussten andere Publikationen («Arbeitsblätter für den Unterricht» und das Vademecum «Pro Senectute von A—Z») fertiggestellt werden.

Auch zeigte sich bei der Budgetierung der Zentralkasse für 1978 und 1979, dass die beträchtlichen Defizite weitere Ausgaben schlecht ertragen würden; die Lage erforderte die Beschaffung zusätzlicher Gönnerbeiträge. Es wäre zweifellos und zu Recht nicht verstanden worden, wenn wir Mittel aus der Oktobersammlung und aus Bundesbeiträgen hierfür abgezweigt hätten.

«Berufsbettler» und Texter

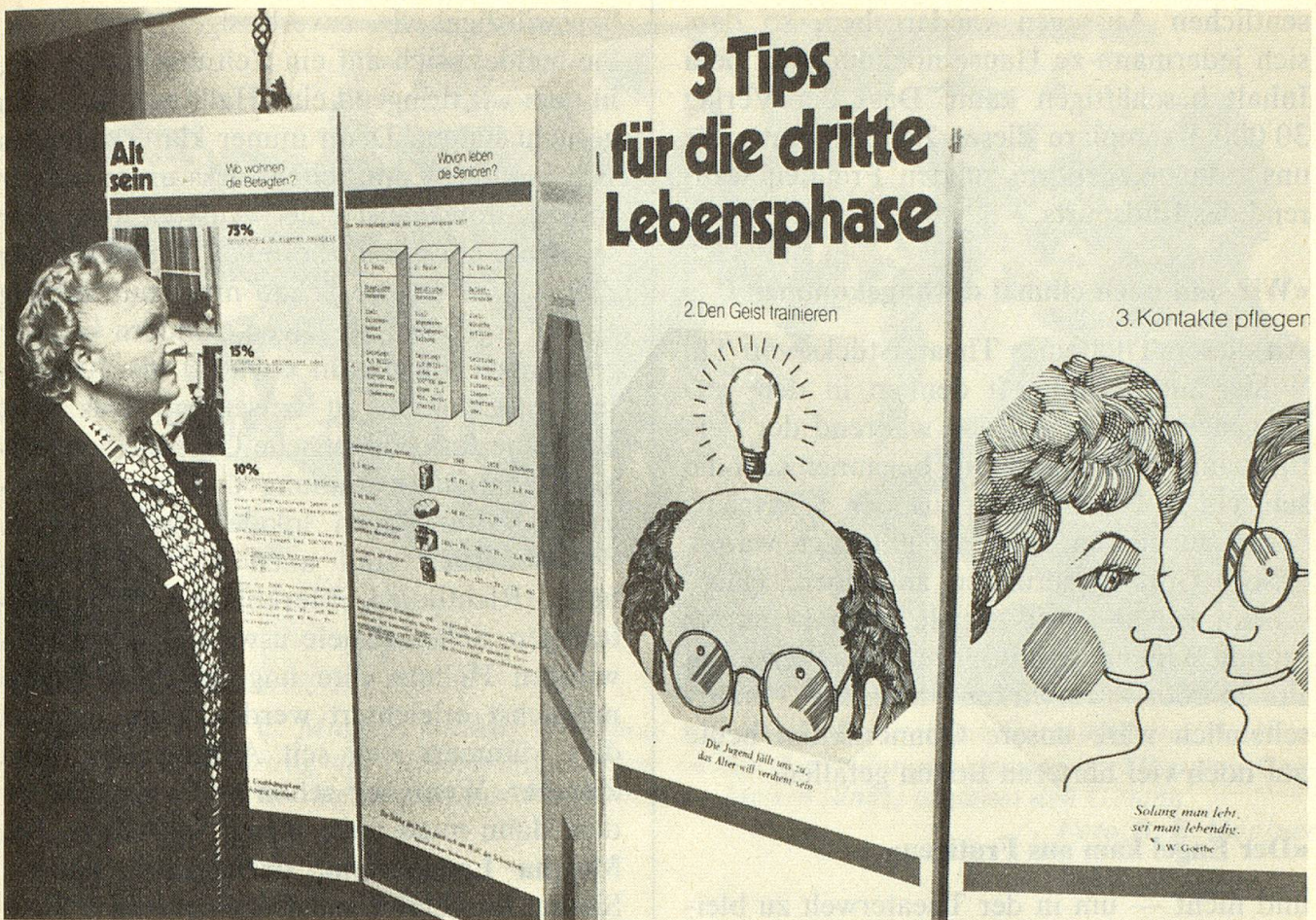
Der Start wurde schon früh auf den Herbst festgelegt, weil die Unterstützung der traditionellen Oktobersammlung wichtig erschien. So begann im Frühjahr die doppelte Aufgabe der Geldbeschaffung und der Gestaltung. In mehreren Sitzungen mit Werbefachleuten wurde das textliche Konzept bereinigt. Natürlich wurde es auch Altersfachleuten vorgelegt. Nach Berücksichtigung vie-



Alt Regierungsrat Dr. h. c. Rud. Meier und Ständerätin Dr. E. Lieberherr auf dem Rundgang im Zürcher Stadthaus. Foto Keystone

ler Anregungen entstanden verschiedene neue Fassungen, die sechste und letzte in freundschaftlichen, aber oft zähen Debatten mit unserem «Hausgrafiker» **Beni La Roche**, der sogar bei einem Arbeitstreffen im Bündnerland in der Ferienzeit für weitere Kürzungen kämpfte (mit wechselndem Erfolg). Während so neben der «Zeitlupe» und dem Sammlungsprospekt Text und Gestaltung intensiv erarbeitet wurden, betätigte sich der Redaktor als hartnäckiger Bettler. Dank einigen grosszügigen Zusagen gelang es, in oft mehrmaligen Vorstössen auch die letzten Gönner von der guten Sache zu überzeugen, und kurz vor Torschluss — Ende August — waren die nötigen Fr. 40 000. — für die beiden Exemplare der Ausstellung gesichert.

Schon Muba und Comptoir, aber auch die Erfahrungen anderer Institutionen, hatten uns gezeigt, dass ein soziales Thema sich einem breiten und mit Informationen überfütterten Publikum nur «verkaufen» lässt, wenn es zusätzliche Attraktionen bietet. Natürlich wäre es schön gewesen, die Ausstellung überall mit einem attraktiven Rahmenprogramm zu «garnieren». Aber dieser zusätzliche Aufwand hätte wohl die meisten lokalen Organisationen abgeschreckt.



Diese 5 von 39 Tafeln im Zürcher Stadthaus zeigen, dass die Ausstellung durchaus nicht trocken und eintönig aufgebaut ist. Photopress

Ein «Starlet» als Star

So griffen wir auf das bewährte Mittel eines Wettbewerbs zurück. Er sollte mit so interessanten Preisen dotiert sein, dass alle Bevölkerungsschichten angezogen würden. Es sollte aber auch nicht einer jener «Waschfrauen-Wettbewerbe» werden, in dem der pure Zufall entscheidet. Nein, es müssten drei Fragen aus der Ausstellung richtig beantwortet werden, um der Schau die nötige Aufmerksamkeit zu sichern. Da die Tournee auf anderthalb Jahre beschränkt wurde, konnte die Schlussziehung des Hauptwettbewerbs auf den April 1980 angesetzt werden. Zunächst aber galt es, wiederum in unentwegter Bettelarbeit die Preise überhaupt zu beschaffen. Kamen die kleineren Geld- und Naturalspenden in erfreulicher Zahl, so fehlte uns bis fast zur letzten Minute der Hauptpreis. Die erlösende Botschaft kam dann aus Safenwil: die **Toyota Schweiz AG** sagte uns einen «Starlet» als Gratisauto zu. So war es möglich, den Hauptwettbewerb

anzukündigen: «Freunde spenden 577 Preise im Wert von Fr. 27 777.—.» Trotzdem: Ein Wettbewerb mit Ziehung in anderthalb Jahren mochte vielen Besuchern als Utopie erscheinen. Die Ergänzung wurde in der «Lokalverlosung» gefunden. Die örtlichen Veranstalter sollten für einige Preise aus ihrer Gegend besorgt sein, die jeweils sofort gezogen würden. Damit würde das Interesse zusätzlich geweckt.

Noch fehlte aber, während Grafiker, Fotografen, Dekorateure, Maler und Schreiner bereits eifrig an der Arbeit waren, der letzte Baustein. Eine so konzentrierte Botschaft, wie sie unsere Ausstellung vermittelt, stellt hohe Ansprüche an die Besucher. In Shopping Centers wird die Aufmerksamkeit durch andere Eindrücke ständig gestört. Wir hatten deshalb alles Interesse daran, den Inhalt irgendwie zu konservieren. Aber wie? Mit dieser Frage wandten wir uns an den **Jean Frey Verlag**. Dieser fand die Antwort: eine achtseitige Ausstellungszeitung sollte die we-

sentlichen Aussagen wiedergeben, so dass sich jedermann zu Hause nochmals mit dem Inhalt beschäftigen kann. Dass der Verlag 30 000 Exemplare dieser Zeitung gratis für uns druckte, gehörte zu den Freuden während des Endspurts.

«Wir sind noch einmal davongekommen»

An diesen Titel eines Theaterstücks von Th. Wilder musste ich oft denken in den vergangenen Monaten. Denn während der Fertigstellung der Ausstellung begannen sich die schlechten Nachrichten aus der Wirtschaft derart zu häufen, dass wir glücklich waren, unsere Gönner gefunden zu haben. Heute scheint es, dass wir gerade noch in letzter Stunde Bar- und Naturalpreise im Werte von Fr. 75 000.— erwirken konnten. Wahrscheinlich wäre unsere Gönneraktion heute auf noch viel härteren Boden gefallen.

«Der Engel kam aus Frutigen»

und nicht — um in der Theaterwelt zu bleiben — aus Babylon. Der rettende «Engel» hiess **Veronika Zürcher**, eine ebenso lie-

benswürdige wie zuverlässige junge Frau. Sie meldete sich auf ein Zeitungsinserat hin, in dem wir dringend eine Halbtagsassistentin gesucht hatten. Denn immer klarer zeigte es sich bei den Vorarbeiten, dass unser kleiner Informationsdienst die Ausstellung zwar schaffen, aber nicht betreuen konnte. Unser Ziel war es ja, die Schau nicht nur zufällig einmal irgendwo zu zeigen, sondern in einer geplanten Tournee in etwa 60 bis 70 grössere Ortschaften zu entsenden. Das setzt aber eine fast pedantische Organisation voraus, langfristige Planung und Verhandlungen mit unzähligen lokalen Interessenten. Unentbehrlich sind auch klare Pflichtenhefte, Richtlinien, Merkblätter, Arbeitsunterlagen, Schemabriefe usw., damit den freiwilligen Helfern ihre ungewohnte Aufgabe möglichst erleichtert werden kann. Um all dies kümmert sich seit Anfang Juni Frau Zürcher. Wenn wir schon von «Engeln» reden, dann muss auch meine Sekretärin, **Frl. Martha Langenstein**, dazugezählt werden. Sie hat tatsächlich mit Engelsgeduld 6 Textfassungen, unzählige Briefe und die tadellose Vorlage zur Vergrösserung geschrieben.

Senioren willkommen! In allen Pfister-Filialen zuvorkommende Bedienung.

Nirgends werden Sie eine grössere und schönere Auswahl, günstigere Angebote, interessantere Einkaufsvorteile, bessere Garantie- und Serviceleistungen finden als bei Möbel-Pfister, dem bevorzugten Einrichtungshaus für alle, die ihr Heim preisgünstig verschönern wollen.



Möbel-Pfister

SUHR

  **Aarau** **2000** **P**

**Montag bis Freitag täglich
Abendverkauf.** Auch Rampe
für Selbstabholer, Teppich-
zuschneiderei + Tankstelle
abends offen.
Samstag bis 17 Uhr. GEL 1



Regierungsrat Dr. C. Mugglin (rechts), Präsident von Pro Senectute und Geschäftsleiter A. Hun-
keler beim Liedvortrag des Seniorenchors Horw an der Ausstellungseröffnung im Shopping Cen-
ter Emmen. Die Unterhaltungsgruppe Pro Senectute Luzern (links) begleitet den Gesang.

Foto R. E. Hopfner

Die Nationale Eröffnung am 22. September

Nach hektischem Endspurt nahte der seit Monaten vorgesehene Tag, die nationale Eröffnung der Wanderausstellung im Zürcher Stadthaus. Die Präsidialabteilung mit **Herrn B. Uhlmann** hatte freundlicherweise das Patronat (und alle Spesen!) übernommen, so dass sich um 17.30 Uhr eine grosse und festliche Schar im Musiksaal einfand. **Stadtpräsident Dr. Sigmund Widmer** hiess die Gäste herzlich und heiter zur «absoluten Premiere» willkommen. **Alt Regierungsrat Dr. h. c. Rudolf Meier**, Präsident unseres Direktionskomitees, nannte vier Gründe für die Schaffung dieser Informationsschau:

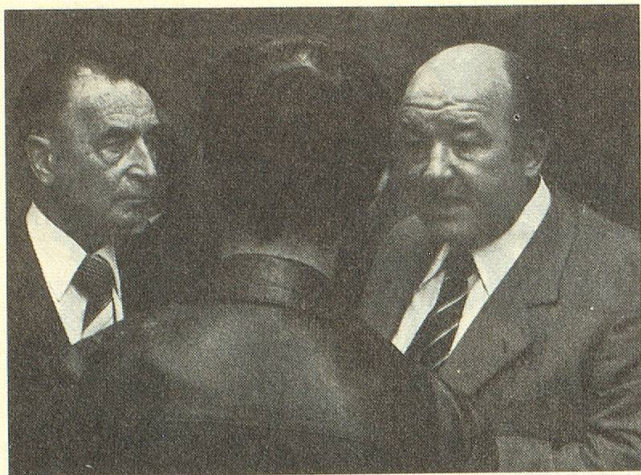
1. **Korrektur des überholten Bildes** von Pro Senectute, die noch allzuoft als «Almosenverteilungsinstitut» betrachtet wird. Sie ist jedoch heute ein moderner und vielseitiger Dienstleistungsbetrieb.
2. **Anregung zur Unterstützung unseres Sozialwerks.** Die 12 000 freiwilligen Helfer und das Budget von 21 Mio. Franken genügen nicht, um die Dienste überall anzubieten, wo sie nötig wären.
3. Vor allem jüngeren Besuchern möchte die Ausstellung die Altersfragen bewusst-

machen und sie zum Denken, besonders auch zur **rechtzeitigen Altersvorbereitung**, ermuntern. Darum gibt es auch Texte über mögliche **Zukunftsaspekte** und Veränderungen für die Senioren.

4. Wir möchten durch die gezeigten Beispiele **Mut zur Initiative** und zur **Selbsthilfe** unter den Betagten auslösen. Moderne Altersarbeit will mehr **mit** den Betagten statt **für** die Betagten tun.

Stadt- und Ständerätin Dr. Emilie Lieberherr dankte als Vorsteherin des Sozialamtes für die «reibungslose» Zusammenarbeit zwischen Stadt und Pro Senectute Zürich im **Mahlzeitendienst** (jährlich werden über 100 000 Menüs aus der Stadtküche verteilt) und im **Haushilfedienst** (400 Helferinnen betreuten 1977 über 1000 Haushaltungen in rund 120 000 Arbeitsstunden).

Die Stadt leistet an die Gesamtkosten dieser segensreichen Einrichtungen von 2,5 Mio. Franken einen Zuschuss von einer Million. Lobend erwähnte die Rednerin auch die gegenseitigen guten Kontakte auf verschiedenen anderen Gebieten (Senioren Bühne, Altersvorbereitungskurse, geschützte Werkstätten, Alterswohnungen, Geburtstagsfeiern usw.).



Eröffnungs-Apéro in Winterthur. Prof. Dr. M. Grossmann, Präsident, (links) und A. Steffen, Geschäftsleiter von Pro Senectute Zürich

Foto Chr. Mehr

Ich durfte nach vielen Seiten hin danken und verschiedene Gönner begrüßen, die sich an Ort und Stelle vergewissern wollten (und konnten), dass ihr gutes Geld sinnvoll eingesetzt worden war.

Zürich, Luzern, Winterthur

Volle 4 Wochen gastierte die Ausstellung im Zürcher Stadthaus. Am 10. Oktober wurde dann die «West»-Ausstellung im Shopping Center Emmen von **Regierungsrat Dr. C. Mugglin**, dem Präsidenten von Pro Senectute Luzern, und **Anton Hunkeler**, ihrem Geschäftsleiter, eröffnet. Viel Volk hatte sich eingefunden, um den Seniorenchor Horw und die Unterhaltungsgruppe Pro Senectute

Die nächsten Etappen:

- 8. Januar bis 20. Januar 1979
Shopping Center Spreitenbach (mit Patronat)
- 12. Januar bis 19. Januar 1979
Schinzenhof Horgen (Patronat Industriegemeinschaft)
- 28. Januar bis 4. Februar 1979
reformiertes-kirchliches Zentrum Zollikon (Patronat Gemeinde und Kirchgemeinde)
- 6. Februar bis 12. Februar 1979
Tellspeilhaus Altdorf
- 22. Februar bis 2. März 1979
Rathauslaube Schaffhausen

zu hören und die Vorführungen der Turngruppen von Gerliswil, Emmenbrücke und Emmen zu bestaunen. Die Leitung des Shopping Centers übernahm die Spesen, und vor allem zahlreiche Inserate im Wert von Fr. 13 000.—, so dass auch hier viele interessierte Besucher erschienen.

Am 26. Oktober übersiedelte dann die «Ost»-Ausstellung nach Winterthur. **Stadtrat A. Eggli** begrüßte dort die Gästeschar im Zentrum am Obertor und rief zur prestige-freien und koordinierten Hilfe an die Betagten auf. **Prof. M. Grossmann**, Präsident von Pro Senectute Zürich, äusserte sich zur Arbeit der Stiftung in dieser Stadt. Reizvoll umrahmten die «Musizierenden Senioren» mit Haydn-Klängen die kleine Feier. Hier waren wir Gäste des Begegnungszentrums, dessen Leiter, **Herr Werner**, mustergültig mit unserer Frau Renggli zusammenarbeitete.

Lebhafter November und reger Januar

Bis zum Erscheinen dieser Nummer werden bereits die Stationen **Affoltern a. A.** (Patronat Rotary Club), **Adliswil** (Patronat Lions Club) und **Bülach** (Patronat Pro Senectute) hinter uns liegen. Dann folgt eine Weihnachtspause. Das neue Jahr beginnt lebhaft (siehe Kästchen). Die weitere Route beider Ausstellungen in der deutschen Schweiz bis 30. April 1980 ist in grossen Zügen festgelegt. Einzelheiten folgen im Februarheft. Noch ist es zu früh für ein Urteil. Erste Eindrücke zeigen immerhin:

- Die Ausstellung spricht Junge, «Mittelalterliche» und Betagte an.
 - Der Wettbewerb regt viele Gäste zur genauen Besichtigung an (was wir ja bezweckten).
 - Die Pro Senectute-Drucksachen stossen auf lebhaftes Interesse. Zahlreiche Besucher abonnieren auch die «Zeitlupe».
 - Besonders geschätzt wird die Betreuung. Die Hostessen oder «Ladenhüter» werden häufig angesprochen. Oft können die Freiwilligen Interessenten an unsere Beratungsstellen verweisen.
 - Gästebuch und Tagebuch enthalten viele interessante Eintragungen.
- Alles in allem: Die bisherigen Anstrengungen dürften sich gelohnt haben.

Peter Rinderknecht

Notizen aus dem Tagebuch:

Eine Dame aus Israel deckt sich mit allen Unterlagen ein, weil sie zu Hause eine ähnliche Ausstellung anregen möchte.

Ein Herr mit Stock aus Thun ist extra nach Zürich gereist wegen dieser Ausstellung. Er findet, die Reise habe sich gelohnt.

Eine Schulklasse besucht die Ausstellung. Ein Mädchen meint zum anderen: «Es hat keinen Wert, am Wettbewerb mitzumachen, wir können ja das Auto doch nicht brauchen.»

Die Kameradin: «Doch doch, wenn wir das Auto gewinnen, können wir es ja noch für zwei Jahre einmotten.»

Eine Dame aus Frankreich berichtet von der grossen Unterentwicklung der Altersbetreuung in ihrem Land.

Ein intellektuell aussehender Besucher meint: «Ich unterschreibe nicht bei der Prominenz (im Gästebuch). Pro Senectute sollte wissen, dass wir ja bald alle einmal gleich sind.»

Eine Theologin ist von der Ausstellung begeistert. Sie sei klar, nicht überladen und doch eindrücklich.

Grossaktion im Shopping Center Spreitenbach

8. bis 20. Januar 1979

Hier wird von der Betriebsgesellschaft ein aussergewöhnlich attraktives Rahmenprogramm angeregt und finanziert. Grossinserate in der Zürcher und Aargauer Tagespresse werden diese Anlässe ankündigen. Bemerkenswert: Erstmals wird ein Altersvorbereitungskurs von und in einem Shopping Center veranstaltet. Der gesamte Aufwand zugunsten von Pro Senectute dürfte über Fr. 25 000.— ausmachen!

The advertisement for emosan features three black labels with white text and floral motifs. The first label on the left is titled 'Bei Rheuma' and 'emosan', with the text 'Klimawäsche wärmt' and 'Wärme heilt!'. The middle label is titled 'emosan' and describes it as 'die modische Klimawäsche fürs ganze Jahr!', noting it is 'Weich, leicht' and 'trägt nicht auf!'. The third label on the right is titled 'Verlangen Sie emosan' and lists where to find it: 'in Drogerien, Apotheken, Spezialgeschäften' and 'mit dem Signet emosan'. Below the labels is a black and white photograph of an elderly couple smiling and embracing.