

Zeitschrift: Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA
Herausgeber: Verein für Schweizerisches Heimwesen
Band: 61 (1990)
Heft: 6

Artikel: Forumsveranstaltung der LAKO : Erfahrungsaustausch über
Öffentlichkeitsarbeit im sozialen Bereich : das Sozialforum Schweiz
nimmt Gestalt an

Autor: Schwarz, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-810034>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

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

Erfahrungsaustausch über Öffentlichkeitsarbeit im sozialen Bereich Das Sozialforum Schweiz nimmt Gestalt an

Am 5. April fand in den Hallen der Universität Bern die Forums-Veranstaltung über Öffentlichkeitsarbeit der Schweizerischen Landeskonferenz für Sozialwesen LAKO statt. Die LAKO hat sich zum Ziel gesetzt, den Berufsleuten aus dem Sozialwesen ein Forum für den Austausch von Erfahrungen zur Verfügung zu stellen. Als ein erster Schritt, um diese bisher nur auf dem Papier existierende Idee in die Realität umzusetzen, wurde eine Tagung zum aktuellen Thema der Öffentlichkeitsarbeit organisiert. Die Teilnahme von 270 Fachleuten aus diesem Bereich und von Interessierten sowie der lebendige Charakter der Diskussionen, lassen auf ein grosses Bedürfnis nach einem derartigen Ort des Austausches schliessen.

Die Landeskonferenz im Wandel

Zur Zeit ihrer Gründung vor bald 60 Jahren wurde die Schweizerische Landeskonferenz für Sozialwesen als eine starke und umfassende Vereinigung aller privaten, kirchlichen und öffentlichen Kräfte des sozialen Bereiches konzipiert. Diese sollte einerseits die Schweiz auf internationaler Ebene vertreten, andererseits auch koordinierend innerhalb der Schweiz wirken und sogar eine Art Sprachrohr des gesamten Sozialwesens Schweiz sein. Tatsächlich vertritt die LAKO, welcher übrigens 16 Kantone, 3 Bundesämter sowie 44 private Organisationen angehören, die Schweiz auch heute noch in den internationalen Gremien. Die Koordination und die Sprachrohrfunktion allerdings konnte sie in der regionalisierten Landschaft des schweizerischen Sozialwesens nur schwer erfüllen.

Letzten Herbst wurde als Konsequenz daraus nach mehrjähriger Planung das neue Leitbild «Forum» von der Delegiertenversammlung verabschiedet. Dieses beinhaltet die Idee, jeweils ein Spektrum der im Sozialwesen Tätigen an einem Ort zu versammeln und so den Austausch und die Diskussion zu fördern.

Das Sozialforum

Am 5. April trafen sich in Bern Vertreterinnen und Vertreter von privaten Werken und staatlichen Stellen sowie Fachleute aus der PR-Branche zu einer Tagung zum Thema der Öffentlichkeitsarbeit im Sozialwesen. Die Konzeption dieser ersten Forums-Veranstaltung sah vor, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einerseits, wie an Tagungen gemeinhin üblich, durch Referate zum Thema «passiv» informiert werden, sich aber andererseits in kleineren Workshops auch durchaus «inter-aktiv» mit ihren eigenen Erfahrungen einbringen können.

Referate

Den Reigen der Referate eröffnete *Gerd Neises* von der Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Vereines für öffentliche und private Fürsorge. Neises hielt einleitend fest, dass im Jahre 1988 die monetären Sozialleistungen in der BRD einen Umfang von 660 Milliarden DM oder 30 Prozent des Sozialproduktes erreichten. Er bemängelte, dass die Sozialwerke auch auf diesem Hintergrund leider immer noch dazu neigen, das traditionelle, «karitative» Image zu pflegen, anstatt sich der Öffentlichkeit als «Spezialisten» für soziale Einrichtungen und Dienste zu präsentieren.

Wegen der Unübersichtlichkeit des Sozialleistungssystems und der Tendenz der Kommunen, keine «intensivere Aufklärung der Bürger» zu betreiben, seien aber solche Spezialisten überall nötig. Dass es in der Öffentlichkeit durchaus ankomme, wenn über die zu leistenden Aufgaben und die geleisteten Ausgaben transpa-

rent und deutlich informiert werde, dokumentierte Neises am Beispiel des Müttergenesungswerkes, einer Stiftung, welcher 110 Genesungsheime angeschlossen sind.

Vielfach fehle es den Sozialwerken wegen komplizierten Organisationsstrukturen häufig an einem leicht fassbaren Erscheinungsbild nach aussen, einer «corporate identity». Unter diesem Blickwinkel gelte es auch, die Öffentlichkeitsarbeit im Sozialwesen zu koordinieren und zu professionalisieren. Allein die Tatsache, dass das Tagungsthema der Öffentlichkeitsarbeit im Sozialwesen auf ein derart grosses Interesse stösst, lässt vermuten, dass der Wille zur Professionalisierung vorhanden ist. Zumindest bei den einen, würde der Referent aus Frankreich, *Jean-Claude Bardout* von der UNIOPSS, entgegenen. Bei den anderen hingegen, den «gardien du temple», sei dieser Wille kaum vorhanden. Überhaupt sei die Debatte über die Rolle der Sozialwerke zum Beispiel in bezug auf die Medien in Frankreich sehr aktuell, was sich unter anderem an der Zahl der diesbezüglichen Publikationen zeige. Bardout empfahl den Anwesenden als Ausgangspunkt für die Planung der Öffentlichkeitsarbeit die Überlegung, dass die «Sozialarbeiter selber die Medien des Sozialen» sind, dass ihre Tätigkeit an sich eine «vermittelnde» ist.

Als solche «médias sociaux» seien die Sozialarbeiter nicht zuletzt auch Spezialisten der gesellschaftlichen Randgruppen, auf deren Know How wiederum die Medien mit ihrem Informationsauftrag angewiesen seien. Für eine reibungslose Kommunikation in diesem Bereich seien aber häufig die Strukturen innerhalb der Sozialorganisationen nicht gegeben, es sei dies eine Frage der internen «Perestroika». Bardout ging in seinem Referat von der Voraussetzung aus, dass erst dann Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden könne, wenn das eigene Selbstverständnis gefunden und definiert sei. Moderne Öffentlichkeitsarbeit kann erst geleistet werden, wenn das Verständnis der eigenen Arbeit auf den Zusammenhang mit dieser Öffentlichkeit hin reflektiert wurde.

Neben den beiden Gastreferenten aus dem benachbarten Ausland sprachen an der Tagung die PR-Beraterin *Mireille E. Saucy* und der Kommunikationsberater *Gaudenz Tschärner* zum Plenum. Frau Saucy formulierte Grundsätze für die Öffentlichkeitsarbeit in der sozialen Branche. Es sei wichtig, zu beachten, dass alle diese Aktivitäten von gesellschaftlichem Interesse seien und dass man auf die Unterstützung breiter Kreise angewiesen sei. Es würden keine Waren verkauft, sondern menschliche (Mit-)Gefühle stünden im Mittelpunkt. In ihrem auf die praktische Arbeit ausgerichteten Referat gab die Referentin konkrete Ratschläge bezüglich Berichten wie Pressearbeit, interne Information, Spendenaufrufe, Aktionen und Wahl der Zielgruppen.

Spitz formulierte Gaudenz Tschärner die Notwendigkeit der Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit. Viele Massnahmen



Pantolino an der LAKO-Veranstaltung: Mimische Grundlage für eine intensive Arbeit in Gruppen.

des Behörden- und Sozialmarketings schienen mit dem bösen Leitsatz unheilvoll verknüpft, wonach «es nicht genügt, keine Ideen zu haben, sondern man auch unfähig sein muss, diese auszuführen». Tschärner schlägt als Weg vor, die für die Öffentlichkeitsarbeit Verantwortlichen einer Organisation oder Institution mit Hilfe von externen Fachmännern oder Fachfrauen auf einen professionellen Stand zu bringen und die Projekte und Kampagnen von Aussenstehenden begleiten zu lassen. Falsch hingegen wäre es zu meinen, die Strategien der kommerziellen Werbung liessen sich unverändert auf den sozialen Bereich übertragen. Der «Scheck» heilige die Mittel in diesem Falle bestimmt nicht. Allerdings sei die Öffentlichkeitsarbeit sozialer Werke zumeist von der Mittelbeschaffung geprägt. Es sei deswegen grundsätzlich nötig, eine klare Trennung zwischen Information und Werbung zu ziehen. Ferner sprach Tschärner der Rückkehr zu individuellen, kleinräumigen Aktionen das Wort. Erlebnismarketing statt Papier sei gefragt, Ziel müsse eine Öffentlichkeitsarbeit sein, welche keinen gewaltigen Medienrummel brauche, sondern sich dank Qualität, Kreativität und Originalität von Mund zu Mund verbreite.

Pantolino

Gänzlich ohne Mund, dafür mit um so mehr Qualität, Kreativität und Originalität, angereichert mit einem guten Schuss Witz, kommentierte der *Mime Pantolino* die Tagung in kurzen Intermezzi. Er karikierte zum Beispiel den «karitativen Sammler», der mit päpstlicher Gestik und süsslichem Lächeln seine Botschaft des Nächsten fordernd an ebendiesen richtet. Oder den auf die Tränendrüsen und das schlechte Gewissen ausgerichteten «Öa». Oder den Managertyp, unglaublich souverän und wahnsinnig dynamisch! Auf jeden Fall schafften die Einlagen des Mimen eine gelöste und fröhliche Stimmung und bildeten neben der informativen Einstimmung so eine gute Grundlage für die intensive Arbeit in den verschiedenen Arbeitsgruppen.

Workshops

Das Schweizerische Rote Kreuz, die Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich sowie das Hospice Général Genf stellten im Rahmen der Workshops aktuelle Kampagnen vor, während die Sozialwerke Pfarrer Sieber, das Durchgangszentrum für Asylbewerber in Brugg-Lauffohr, das Pflegeheim Bärnu, die Schweizerische Fach-

stelle für Alkoholprobleme sowie das Hilfswerk Kovive Beispiele aus ihrer Öffentlichkeitsarbeit präsentierten. Von diesen Beispielen ausgehend, wurde anschliessend in den Diskussionen versucht, die Wirksamkeit des Dargestellten kritisch zu beleuchten und mit der eigenen Arbeit der Diskussionsteilnehmer und -teilnehmerinnen zu konfrontieren. Wie zu hören war, gelang dieses nicht in allen Fällen zur vollen Zufriedenheit, aber immerhin war möglich, in diesen Forumsrunden Berufskollegen kennenzulernen, zu erfahren, dass hier und dort dieselben oder ähnliche Probleme vorhanden sind. Sicherlich ist der Austausch von Erfahrungen zwischen Berufsleuten und der interdisziplinäre Kontakt mit Fachleuten aus spezialisierten Gebieten ein vielversprechendes «Lehrmittel der Zukunft».

Echo

Die LAKO befolgte zum Schluss der Tagung eines der Grundprinzipien moderner Öffentlichkeitsarbeit und bemühte sich aktiv um ein «Feedback», um Echo: Laut einer schriftlichen Umfrage bei den Forumsteilnehmern/-innen waren 75 Prozent befriedigt, 23 Prozent gar voll befriedigt und lediglich 2 Prozent nicht befriedigt. Aufgrund dieses Ergebnisses, aber auch aufgrund der persönlichen Kommentare, darf die LAKO davon ausgehen, mit dem Leitbild Sozialforum Schweiz auf dem richtigen Weg zu sein. Sehr gerne wurden diejenigen Kommentare auf den Fragebogen gelesen, welche davon sprachen, dass die Forumsveranstaltung deutlich anregte, sich wieder einmal mit dem eigenen Konzept der Öffentlichkeitsarbeit auseinanderzusetzen. Ein welscher Teilnehmer formulierte als Gesamteindruck der Tagung gar «... un nouveau souffle dans le social». Der vertieften Reflexion und Anregung dient übrigens eine Tagungsbroschüre in Magazinformat, welche dieser Tage von der LAKO produziert wird.

Michael Schwarz

Das Tagungs-Magazin über Öffentlichkeitsarbeit im sozialen Bereich kann ab sofort bestellt werden bei:
Schweizerische Landeskongress für Sozialwesen, Schaffhauserstrasse 7, Postfach, 8042 Zürich, Tel. 01 363 40 77 (Auslieferung Ende Mai).