

**Zeitschrift:** Fachzeitschrift Heim  
**Herausgeber:** Heimverband Schweiz  
**Band:** 68 (1997)  
**Heft:** 6

**Rubrik:** [Impressum]

### **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>**

**Verantwortlich**

Werner Vonaesch, Zentralsekretär

**Redaktion**

Erika Ritter (rr), Chefredaktorin

Korrespondenzen bitte an:  
Redaktion Fachzeitschrift Heim  
HEIMVERBAND SCHWEIZ  
Postfach, 8034 Zürich

Telefon: 01/383 48 26  
Telefax: 01/383 50 77

Redaktionsschluss:  
Jeweils am 15. des Vormonats

**Geschäftsinserate**

ADMEDIA AG  
Postfach, 8134 Adliswil

Telefon: 01/710 35 60  
Telefax: 01/710 40 73

**Stelleninserate**

Annahmeschluss am Ende des  
Vormonats; s/unter Geschäftsstelle

**Druck, Administration  
und Abonnemente  
(Nichtmitglieder)**

Stutz+Co. AG, Einsiedlerstrasse 29,  
8820 Wädenswil  
Telefon: 01/783 99 11  
Telefax: 01/783 99 44

**Geschäftsstelle**

**HEIMVERBAND SCHWEIZ**

Seegartenstrasse 2, 8008 Zürich  
Briefadresse: Postfach, 8034 Zürich

Telefax: 01/383 50 77

**Zentralsekretär**

Werner Vonaesch  
Telefon: 01/383 49 48

**Administration/Sekretariat**

Alice Huth  
Telefon: 01/383 49 48

**Stellenvermittlung+Projekte**

Lore Valkanover  
Telefon: 01/383 45 74

**Projekte**

Andrea Mäder  
Telefon: 01/380 21 50

**Mitgliederadministration/Verlag**

Agnes Fleischmann  
Telefon: 01/383 47 07

**Redaktion Fachzeitschrift Heim**

Erika Ritter  
Telefon 01/383 48 26

**Kurswesen (Sekretariat)**

Marcel Jeanneret  
Telefon: 01/383 47 07

**Leiterin Bildungswesen**

Dr. Annemarie Engli  
Telefon privat: 041/743 14 61,  
Fax 041/743 14 62

**Bildungsbeauftragter**

Paul Gmünder  
Telefon/Fax privat: 041/360 01 03

Liebe Leserinnen, liebe Leser



Jürg Krebs und Patrick Bergmann? Besitzen diese beiden Namen für Sie irgendwelche assoziative Bedeutung? Nein? – Noch nicht, aber sie werden. Jürg Krebs und Patrick Bergmann sind Studenten bei Professor Heinz Bonfadelli am Seminar für Publizistikwissenschaften der Universität Zürich. Sie werden sich in den kommenden Monaten intensiv mit dem Heimwesen respektive mit dem Heimverband Schweiz auseinandersetzen, haben bereits seitenweise entsprechende Literatur konsumiert und die Redaktorin mit grundsätzlichen Fragen «gelöchert». Krebs schreibt seine Lizenziatsarbeit, Bergmann befasst sich mit einem Forschungsprojekt. Beiden gemeinsam ist die Zielsetzung, das Bild, das Image der Heime, vor allem der Alters- und Pflegeheime in den Medien zu untersuchen. Wie werden unsere Heime in der Öffentlichkeit wirklich kommuniziert? Stellt sich der Begriff «Heim» in den Medien wirklich so negativ beladen dar? Oder reagieren wir (das Heimwesen) überempfindlich auf wohl äusserst massive, aber doch vereinzelte Tiefschläge? Ab Seite 379 stellen die beiden in einem ersten Beitrag ihre bisher geleistete Arbeit und die daraus resultierenden Gedankengänge vor. Sie werden uns auch weiterhin über den Fortgang ihrer Untersuchungen berichten, die von lic. phil. Vinzenz Wyss, Assistent am SfP, betreut und von der Redaktion der «Fachzeitschrift Heim» begleitet werden. Das fernere Ziel wird es sein, in einem weiteren Schritt die Ergebnisse in die Praxis umzusetzen. Denken Sie, liebe Leserinnen, liebe Leser, deshalb bei der Lektüre nicht, das sei doch alles viel zu wissenschaftlich –, die Praxis soll anschliessend auf den Resultaten der analytischen Grundlage aufbauen. Zentralsekretär Werner Vonaesch hat den Einstiegsbericht entsprechend kommentiert.

«Medien zwischen Informationsvermittlung und Rendite – Veröffentlicht wird, was sich gut verkauft.» So der Titel zu einem bedenkenswerten Beitrag, gelesen in der «Schweizer Bauwirtschaft» vom 16. Mai 1997 in der Rubrik «Unternehmensführung». Der Autor stellt darin einleitend fest: «Die Massenmedien stehen heute vermehrt unter Druck von Wirtschaftlichkeit und Rendite. Diese Faktoren bestimmen zu einem wesentlichen Teil den Inhalt von Zeitungen, Radio und Fernsehen. Ist eine Information brisant, skandalträchtig und damit verkaufsfördernd, bestehen die besten Chancen für eine Veröffentlichung. Positiv-Meldungen fallen durch das Netz der Selektion, ausser die Sache hat Unterhaltungswert und zielt auf das Gemüt des Konsumenten... Von der gewaltigen Fülle an Informationen jeglicher Provenienz finden lediglich etwa 10 Prozent die «Gnade» für eine Veröffentlichung beziehungsweise Ausstrahlung in den Print- und elektronischen Medien. 90 Prozent sind Makulatur...» Der abschliessende Rat lautet: den Medien die Rohstoffe zur Verfügung stellen und persönliche Beziehungen zu Medienschaffenden aufbauen (was in den Regionen mit der lokalen Verankerung der Heime für uns ebenso Gültigkeit hat wie für die Bauwirtschaft). Doch was haben wir als Rohstoff zu bieten? Erinnern Sie sich an das Podiumsgespräch in Basel? «Nicht nur die 150 Paar Socken für den Basar!» Also: was denn? Wie denn? Wie kommuniziert man beispielsweise ethische Fragen, wie sie in der vorliegenden «Fachzeitschrift Heim» einen breiten Raum einnehmen? So ist im Fachverband Betagte eine Broschüre mit Ethik-Richtlinien erarbeitet worden.

Mit Ethik im Bereich der Heilpädagogik und in der Behinderung befassen sich weitere Beiträge, teils Referate, teils persönliche Überlegungen. Wie bringen wir derartige Inhalte mit den oben genannten Erkenntnissen bezüglich Medien-Interesse unter einen Hut? «Nichts ist schwieriger zu kommunizieren als Inhalte, die ein grundsätzliches Umdenken in gesamtgesellschaftlichen Belangen erfordern und anstreben», so die Aussage von Medienfachleuten. Also bleiben wir Realisten in der Fragestellung: Was können wir? Was möchten wir? «Ein Realist ist ein Mensch, der den richtigen Abstand zu seinen Idealen hat» (Truman Capote).

Mit herzlichen Grüssen