

**Zeitschrift:** Fachzeitschrift Heim  
**Herausgeber:** Heimverband Schweiz  
**Band:** 69 (1998)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Medien und Heime : Public Relations - im Dienste der Heime  
**Autor:** Krebs, Jürg  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-812665>

### **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:** 01.04.2025

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

Medien und Heime

# PUBLIC RELATIONS – IM DIENSTE DER HEIME

Von Jürg Krebs

**In einer Informationsgesellschaft kommt den Medien eine wichtige Rolle in der täglichen Informationsvermittlung zu. Eine gute Beziehung und ein guter Zugang zu den Medien erleichtern den Heimen Public Relations zu betreiben. Eine Untersuchung des Publizistischen Seminars der Universität Zürich hat die Heimberichterstattung analysiert und gezeigt, dass Ängste vor der Presse überflüssig sind, denn diese berichtet grundsätzlich positiv über Alters- und Pflegeheime (siehe FZH 2/79). Dieses Ergebnis zeigt, dass gute Voraussetzungen für eine aktive Informationspolitik der Heime bestehen. Vor allem Lokalzeitungen sind dank ihrer überwiegend positiven Berichterstattung geeignet, der wichtigste Ansprechpartner im Medienumfeld zu sein.**

Informationen spielen im täglichen Leben eine zentrale Rolle. Es hilft ihre Wichtigkeit im Leben zu verstehen, wenn man sich die Gesellschaft als ein riesiges Netz vorstellt, als ein Netz vielfältigster und unterschiedlichster Beziehungen zwischen Mitgliedern der Gesellschaft. Dieses Netz lebt in seiner Hauptsache von der gegenseitigen Information. Es fällt auseinander, sobald der Informationsaustausch, aus welchen Gründen auch immer, unterbrochen wird. Den einzelnen Mitgliedern der Gesellschaft muss also daran gelegen sein, den Informationsfluss aufrecht zu erhalten. Da unsere Gesellschaft von Tag zu Tag komplexer wird, verdichtet sich das Beziehungsnetz ständig. Der Information als Mittel des Zusammenhaltes des Netzes kommt folglich eine immer wichtigere Bedeutung zu. Man spricht heute mit Recht von einer Informationsgesellschaft. Innerhalb dieser Informationsgesellschaft spielen Medien eine wichtige Rolle, denn Informationen werden zu einem grossen Teil über die Medien vermittelt.

Der Heimverband Schweiz hat sich seit längerer Zeit damit befasst, wie die Informationsvermittlung durch Public Relations aussehen muss, um den täglichen Anforderungen im Umgang zwischen Presse und Heimen gewachsen zu sein. Die zentrale Absicht dahinter ist eine Verbesserung der Akzeptanz von Heimen in der Gesellschaft. Der Heimverband hat am Seminar für Publi-

stikwissenschaft der Universität Zürich eine Studie\* in Auftrag gegeben, die über die Berichterstattung der Presse Auskunft geben soll. Sie hat gezeigt, wo es Schwachstellen und Stärken in der Berichterstattung der Presse gibt. Diese Ergebnisse können helfen, die Informationsvermittlung der Heime zu verbessern und in Bahnen zu lenken, die zu einem besseren Bild der Heime in der Gesellschaft führen, einer Gesellschaft, in der noch immer eine gewisse, tiefverwurzelte Abneigung Heimen gegenüber besteht.

Da die Untersuchung der Universität Zürich nun vorliegt, besteht der nächste Schritt in der Umsetzung der Ergebnisse. Bevor man sich aber ans weitere Planen macht, sollte ein wichtiger Punkt vorgängig diskutiert werden; nämlich die Frage: Welche Aufgabe dem Heimverband in Sachen PR überhaupt zukommt? Dass der Heimverband wertvolle Arbeit leistet, ist bei seinen Mitgliedern bekannt. Doch in der Öffentlichkeit ist er eine kaum wahrgenommene Institution. Die Studie hat gezeigt, dass der Heimverband nur gerade in 3 Prozent der Artikel genannt wird. Es mag hier ein schwacher Trost sein, dass alle anderen Verbände zusammen auch nur auf 3 Prozent gekommen sind. Es bleibt die Frage, welche Rolle der Verband in Sachen PR spielen soll? Soll er zum Beispiel die PR-Arbeit für seine Mitglieder generell übernehmen oder nur in bestimmten Fällen? Soll er sich vermehrt auch selber zum Gegenstand von Berichterstattung machen, wie er es mit dem BESA-Punktesystem getan hat und zu einer öffentlich wahr-

genommenen Institution aufbauen oder eher im Hintergrund arbeiten, d.h. sich die Unterstützung der Heime in spezifischen Dingen, wie Beratung bei einer Kampagne oder Ausbildung der Heime in Sachen Öffentlichkeitsarbeit zur Aufgabe machen? Möglich ist selbstverständlich eine Kombination von beidem.

## Gute Grundlage für PR

Im folgenden sollen einige Ergebnisse der Studie aufgegriffen werden, die in Bezug auf die Informationsvermittlung wichtige Anhaltspunkte geben können, wie Public Relations im Heimbereich gestaltet werden kann, um erfolgreich ein besseres Bild von Heimen zu bewirken.

Die Studie der Universität Zürich hat als wichtigste Erkenntnis nachgewiesen, dass die Presse vorwiegend positiv über Alters- und Pflegeheime berichtet. 37 Prozent der Artikel sind positiv, nur 17 Prozent negativ, der Rest, 46 Prozent, sind in ihrer Darstellung neutral. Dieser Umstand macht von Anfang an eines deutlich: Heime stehen keiner negativ eingestellten Presse gegenüber, die keine Gelegenheit auslässt, Schlechtes zu berichten, wie vielerorts angenommen wurde. Im Gegenteil, man kann davon ausgehen, dass die positiven Artikel auf ein gesundes Fundament in der gegenseitigen Beziehung hinweisen. Ängste der Presse gegenüber sind demzufolge unbegründet. Der Weg für gute Public Relations ist also geebnet. Dies ist eine wichtige Erkenntnis, denn sie erlaubt es Heimen, die Mühe im Umgang mit der Presse haben, die Ängste über Bord zu werfen, sich zu öffnen und eine aktive Beziehung zur Presse aufzubauen.

Die Tatsache, dass gemäss der Untersuchung Lokalzeitungen positiver berichten als grosse überregionale Zeitungen, macht die Lokalpresse zum wichtigsten Partner für die Heime und ihre Öffentlichkeitsarbeit.

## Den Medien Wissen vermitteln

Eine aktive Beziehung bedingt allerdings den Einsatz aller Partner. Heime müssen erkennen, dass sie für die Presse nicht

\* Krebs, Jürg. Die Berichterstattung über Alters- und Pflegeheime, eine Inhaltsanalyse der deutschschweizer Presse, Zürich 1997.

nur Gegenstand, sondern auch eine wichtige Hilfe bei der täglichen Berichterstattung sind. JournalistInnen müssen von Haus aus über ein eher breites denn ein tiefes Wissen verfügen, um Zusammenhänge möglichst rasch erkennen zu können. Oftmals ist bei der Berichterstattung aber spezielles Wissen gefragt. Gerade im Sozialbereich zum Beispiel, wo viele verschiedene Faktoren zusammenkommen. Die Heime sind deshalb aufgefordert, den JournalistInnen ihr Wissen weiterzugeben. Am besten nicht von Fall zu Fall, sondern kontinuierlich. Somit können JournalistInnen ihre Kenntnisse der Zusammenhänge in den Heimen vertiefen. Das Wissen dient nicht primär der Ausbildung der JournalistInnen, sondern hilft ihnen zu verstehen. Es hilft ihnen zu verstehen, was in Heimen vor sich geht. Sie lernen die komplizierten Mechanismen kennen und wissen, was für Probleme auf medizinischer, sozialer oder organisatorischer Ebene anstehen und vor allem warum sie anstehen. Sie besitzen also im wahrsten Sinne des Wortes Verständnis für die Vorgänge im Heim.

### Über neue Themen berichten

Die Untersuchung der Universität Zürich hat gezeigt, dass nur gerade 3 Prozent der Artikel sich um Themen im Bereich Pflege drehen, 6 Prozent soziale Themen zum Inhalt haben, medizinische Themen 1 Prozent ausmachen und auch das Thema Altern nur mit 3 Prozent vertreten ist. Noch immer machen die Themen Freizeit (15 Prozent der Artikel) und Heimorganisation (66 Prozent) den grössten Anteil an der Berichterstattung aus. Um der Bevölkerung das latente Unbehagen vor den Heimen abzubauen zu helfen, müsste es gelingen, vermehrt Informationen gerade über diejenigen Themen zu verbreiten, die dieses Unbehagen auslösen, die sich mit anderen Worten mit sozialen, medizinischen oder pflegerischen Belangen auseinandersetzen. Somit wird das Verständnis in der Bevölkerung erhöht und das Unbehagen kann abgebaut werden. Dies soll nun nicht heissen, der Presse keine Informationen mehr über den nächsten kulturellen Anlass zukommen zu lassen – Pressevertreter äussern immer wieder die Wichtigkeit dieser Artikel für die Sozialisierung der Bevölkerung –, es kann aber nicht sein, dass die oben aufgeführten wichtigen Themen nur in dieser marginalen Form in der Presse vertreten sind. Doch wie kann man die Presse dazu bringen, diese Themen aufzugreifen, wenn sie allem Anschein nach die Themen Freizeit und Organisation den anderen vorziehen?

An einer Kulturveranstaltung im Heim könnte ein bestimmter Aspekt aus den Themen Altern, Soziales, Medizin und Pflege herausgepickt und zum Beispiel in Form eines Vortrages oder einer Besichtigung näher erklärt und/oder demonstriert werden. Die Presse, die laut Untersuchung lieber über Freizeit und Kultur schreibt, würde deretwegen kommen, müsste aber gleichzeitig den Vortrag und seinen Inhalt aufnehmen. Der Presse wird somit ein Doppelpack an Informationen «verkauft».

### Ereignismanagement betreiben

Dieses Beispiel führt uns zu einem weiteren wichtigen Punkt der Untersuchung: dem Ereignismanagement. D.h. Heime planen ihre Ereignisse für die Medien, um gezielte Informationen gezielt zu verbreiten. Die Untersuchung ermittelte, dass nur in 8 Prozent der Artikel Ereignismanagement die Ursache der Artikel war. Das bedeutet, dass Heime viel mehr in dieser Richtung unternehmen könnten.

Eine genauere Analyse über die Einführung der BESA-Punkte führte zum Schluss, dass sich Ereignismanagement durchaus positiv auf die Berichterstattung auswirkt. Bei der Einführung des BESA-Systems in den entsprechenden Kantonen wurden zur Vorbereitung bereits im Vorfeld Veranstaltungen abgehalten, an denen das BESA-System erklärt wurde – und zwar nicht nur der Presse, sondern auch allen anderen Interessierten. Die Folge war, dass das BESA-System von der Presse vorwiegend positiv aufgenommen wurde, vor allem auch deshalb, weil Fragen an Ort und Stelle beantwortet werden konnten; kein Vergleich also zur Einführung des BAK-Systems, bei dem grobe Kommunikationsfehler vorgekommen sind, die im Nachhinein zu unsäglichen Diskussionen geführt haben.

### Informationsfluss aufrechterhalten

Beim oben aufgeführten Beispiel konnten Heime aktiv und von sich aus informieren. Was sollen sie aber tun, wenn ein Ereignis die Heime zur Information zwingt? Das folgende Beispiel zeigt, dass auch in solchen Fällen unbedingt der Informationsfluss aufrechterhalten werden muss. Besonders bei negativen Ereignissen muss aufgeklärt werden, damit Verständnis geschaffen werden kann. Dies bedingt eine jeweils sofortige Offenlegung der Tatsachen, damit kein Informationsunterbruch stattfindet, der Raum für Spekulationen offen lässt.

Als Beispiel lässt sich ein Ereignis aufführen, das im vergangenen Juli



Jürg Krebs: Das Thema «Ältere Menschen und Medien» beschäftigt nicht nur die Kommunikationswissenschaft. Foto Erika Ritter

stattgefunden hat. Damals starben vier BewohnerInnen in einem St. Galler Heim an den Folgen einer Salmonellenvergiftung, weil der Heimkoch ein Tiramisu mit rohen Eiern zubereitet hatte. Die Presse griff das Thema auf, blieb aber sachlich und ohne ungerechtfertigte Schuldzuweisungen. Eine Woche nach dem Vorkommnis wurde der Koch mit der Begründung entlassen, die Lebensmittelrichtlinien nicht beachtet zu haben. Dies löste eine grosse Anzahl Leserbriefe aus, die sich für den Koch einsetzten und ihn nicht nur bemitleideten, einen Fehler gemacht zu haben, sondern da und dort die Meinung vertraten, man «solle doch bei der Heimleitung aufräumen». Das Interesse an den Todesfällen verlagerte sich plötzlich auf die Diskussion, ob die Entlassung richtig, die Heimleitung folglich gerecht oder ungerecht gehandelt habe. In einer solchen Situation haben es institutionelle Spitzen immer schwer, denn der in der Hierarchie schwächere, in diesem Falle der Heimkoch, wird in solchen Fällen meistens in Schutz genommen, nicht nur von der Gesellschaft, sondern auch von den Medien, die dann einen Anwaltschaftlichen Journalismus zu betreiben pflegen. Als Folge davon entsteht ein Opfer-Täter-Schema. So auch in diesem Fall. Die Heimleitung wurde in Leserbriefen als herzlos angegriffen und beschuldigt, es mit der Entlassung zu weit getrieben habe. Diese Stimmung war auch in den folgenden Berichten immer wieder zwischen den Zeilen herauslesbar und zeichnete ein negatives Bild von der Heimleitung. Die Heimleitung reagierte darauf lange Zeit nicht, wurde auch

kaum in den Artikeln erwähnt, da sie sich kaum zum Sachverhalt geäußert hatte. Erst am 26. Juli, als das Medieninteresse abgeflaut war, liess die Heimleitung eine öffentliche Stellungnahme zu den Vorwürfen publizieren. Was blieb, war dennoch ein fahler Nachgeschmack, der für das Image dieses Heimes sicher nicht günstig war. Eine frühere Informierung der Öffentlichkeit und vor allem eine aktivere Rolle der Heimleitung während der ganzen Zeit, in der berichtet wurde, hätte dies weitgehend verhindern können.

**Was ist zu tun?**

Fast man die obigen Überlegungen zusammen, lässt sich folgendes sagen. Die PR-Bemühungen des Heimverbandes Schweiz und seiner Mitglieder können davon profitieren, dass die Presse vorwiegend positiv über Alters- und Pflegeheime berichtet. Dieser Sachverhalt zeigt, dass Ängste vor den Medien unbegründet sind, was zu einer aktiven Informationspolitik motivieren sollte.

Weil die Lokalpresse zudem positiver berichtet als grosse Zeitungen, sollten PR-Bemühungen vor allem auf sie zugeichtet sein.

Informationen sollten zwischen Heimen und Medien ständig fließen, nicht nur wenn es Positives zu berichten gibt. Informationen schaffen Verständnis, auch und gerade in schwierigen Situationen. Je besser Medien informiert sind, desto differenzierter können sie berichten und desto mehr Verständnis kann geweckt werden. Dies trägt wesentlich zu einer allfälligen Problembewältigung bei. Doch informieren hilft auch den JournalistInnen sich optimal in einem Thema auszukennen. Gerade im Umfeld Alters- und Pflegeheime, wo sich Pflegerisches, Medizinisches, Soziales, Wirtschaftliches, Rechtliches usw. zu einem komplizierten Geflecht mischen, ist dies für die JournalistInnen von grosser Wichtigkeit. Die JournalistInnen können nicht nur differenzierter berichten, sie wagen sich auch vermehrt an die in der Heimerichterstattung so unbeliebten Themen wie Altern, Medizin

Jürg Krebs wird nach Abschluss der Lizentiatsprüfungen als freier Mitarbeiter bei der Fachzeitschrift Heim die Praxis der Öffentlichkeitsarbeit studieren.

oder Pflege. Deren Anteil zu steigern kann auch mittels Ereignismanagement erreicht werden. Diese Themen sind sehr wichtig, denn sie beinhalten vor allem jene Komponenten, die in der Bevölkerung das Unbehagen vor den Heimen auslösen. So kann in der Gesellschaft mehr Verständnis geschaffen werden. Eine differenzierte Berichterstattung, die von grosser Kenntnis der Zusammenhänge zeugt und vor komplizierten Themen nicht zurückschreckt, ist schlussendlich am besten in der Lage, Ängste vor Heimen in der Bevölkerung abzubauen und den Heimen zu einem besseren Image zu verhelfen – im Interesse der älteren Menschen. ■



**Seminar zur Persönlichkeitsentwicklung**

**11. - 15. Mai 1998 in Feldis/Veulden GR**

Persönlichkeitsentwicklungs-Seminar nach der APL-Methode (aktionales, prozessorientiertes Lernen)

Führen, Leiten, Beraten und Entwickeln ist ein Teil der täglichen Arbeit, in verschiedenen Institutionen und Firmen. Die Frage ist doch immer wieder, was frage ich mit meiner Persönlichkeit dazu bei und wie kann ich in meiner Funktion als Mitarbeiter oder Vorgesetzter weiterentwickelt werden, damit ich, Du und Wir Erfolg in der Sache und als Mensch haben.

Sie haben in diesem Seminar Gelegenheit, aus der Sicht der beruflichen Praxis, ihre Fähigkeiten zu erkennen und auszuprobieren. Sie lernen nützliche Strategien zu entwickeln, damit die persönliche Eigenlenkung sowie Eigenverantwortung gefördert und dadurch der Erfolg für sie selbst und in Ihrer Funktion gesteigert wird. Verschiedene Methoden werden aufgezeigt um eigenes und fremdes Verhalten einzuordnen, damit menschliche Prozesse führbar und lenkbar werden und die Arbeitsfähigkeit als Einzelner und in der Gruppe erreicht wird.

Anmeldung und detaillierte Unterlagen sind erhältlich bei:

Institut PEQM, Luzernerstrasse 23, Postfach 11, 6252 Dagmersellen

**BEWEGUNGSPAUSEN**

Die Verantwortung für die Gesundheit der Schüler und Schülerinnen betrifft alle am Erziehungsgeschehen beteiligten Personen und Instanzen gleichermassen.

Es ist wichtig, so früh wie möglich Einstellungen und Verhaltensweisen an die Kinder und Jugendlichen heranzutragen. Dadurch können diese vor späteren gesundheitlichen Schäden geschützt werden. Aufgrund dieser Überlegungen hat die WAGUS (Wissenschaftliche Arbeitsgruppe Gesundheit, Unterricht und Sport) im Auftrag des BIGA das Lehrmittel Bewegungspausen entwickelt.

Das Lehrmittel gliedert sich in einen Methodik- und einen Praxisteil. Der Praxisteil beinhaltet Standardprogramme zu speziellen Unterrichtssituationen und Bewegungspausen im Sitzen und Stehen, wie Dehnen, Mobilisieren, Lockern, Entspannen und Koordinieren.

Die mehr als 60 Übungsprogramme zur direkten Umsetzung im Unterricht sind alle bildlich dargestellt und ausführlich beschrieben. Der Ordner ist für Fr. 35.– bei folgender Adresse erhältlich.

WAGUS, Oberstadt 11, CH-6204 Sempach-Stadt, Telefon 041/462 50 30, Fax 041/462 50 35