

Zeitschrift: Fachzeitschrift Heim
Herausgeber: Heimverband Schweiz
Band: 69 (1998)
Heft: 10

Artikel: Basels Heimplakate fordern die Wirtschaft heraus
Autor: Roggen, Ronald
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-812734>

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: 26.11.2024

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

BASELS HEIMPLAKATE FORDERN DIE WIRTSCHAFT HERAUS

Von Dr. phil. des. Ronald Roggen, Bern

Es sei alles gelogen, was über die freche Jugend geschrieben werde. Wirklich frech sei nur das Alter. Mit dieser Provokation lud der Verband, Alters- und Pflegeheime Basel-Stadt (VAP) die Medien zur Aktion «Wirtschaft zum Alter» ein.

Und sie hielten Wort. Für das Gespräch zwischen Exponenten der Altersheime und jenen der Basler Wirtschaft schuf Oliver Greuter elf Plakate, in denen ein tüchtiger Schuss Power steckt. Noch harmlos, aber überaus selbstbewusst erklären zwei reine Info-Plakate, dass hinter der Basler Altersstruktur ein mächtiges Potential darauf wartet, auf dem Markt sein Gewicht zu spüren, und wo sich diese Machtfaktoren orten lassen, nämlich auf der Standortkarte der Heime des VAP.

Dann wird der wirtschafts- und konsumgewohnten Gesellschaft eingeheizt, dass die Heime durchaus in der Lage sind, sich als Auftraggeber und damit als Partner der Unternehmen zu fühlen. So werden auf einem Plakat der Jahresdurst von 7,8 Millionen Kaffeetassen in den Swimmingpool einer Edelgrafik geleert und auf einem weiteren 127 Kilometer Spaghetti auf die Autobahn Richtung Neuenburg gelegt. Oder man erdreistet sich, die facegeliftete Liz Taylor für die Aussage zu nutzen, dass die Basler jährlich 4,5 Millionen Franken Renovationsaufwand betreiben ...

9,8 Millionen Kilowattstunden sorgen für helle Pensionärsköpfe, erkennt man aus einem weiteren Werk Oliver Greuters. Oder man staunt ob einer Scheibe, die in Brüche gegangen ist und dahinter die Grand Dame eines Heimes zeigt. Die Aussage dazu: Über 2 Millionen Franken fliessen Jahr für Jahr als Versicherungsprämie an die Versicherungen. Basels Seniorenwelt plaziert ausserdem 4 Millionen Franken in die Pharma-Industrie. Na – Gesundheit!

Drei der Plakate sind kühne Verfremdungen, deren Witz dem aufmerksamen Publikum kaum entgehen wird. Das erste präsentiert die Prachtsfassaden zweier fusionsträchtiger Grossbanken mit dem Hinweis, dass die Heime – anders als die globalisierenden Partner – mit Rücksicht auf den «Share-Older-Value» bewusst nicht fusionieren, sondern «heim»-elig und persönlich bleiben wollen. Das zweite Verfremdungswerk spricht von einer «Alterscom», die Men-

schen verbindet, und das dritte lehnt sich an eine grosse Basler Zeitung an mit dem zurechtgebogenen Werbespruch, das der Rest Leben sei.

Nicht nur am Rheinknie hat man die kecke Plakatkunst mit Schmunzeln und

wohlwollendem Respekt zur Kenntnis genommen. In Zürich hat Dr. Hansueli Mösle, der neue Zentralsekretär des Heimverbandes Schweiz, in Sekundenschnelle einige dieser Provokationen an seine Bürowand gehisst. ■

Oldsmobile

Von Andrea Mäder

Am Samstag, den 15. August 1998 wurde im Basler Altersheim St. Johann das «Oldsmobile» von Skias Vreni Schneider offiziell in Gang gesetzt. Das Kunstwerk von Charles Morgan, dem Vater des – im Verkehrshaus Luzern vielbestaunten – Tourismusflippers, ist im Eingangsbereich des Heimes zu entdecken, zu bestaunen, mit einer Münze in Betrieb zu setzen und – anzurufen.

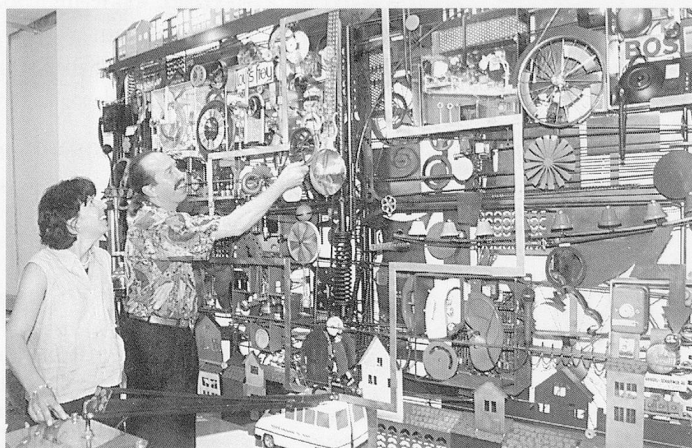
Ziel und Zweck der speziell für das AH St. Johann entworfenen, künstlerischen Maschine ist, für die durch das Alter in ihrer Bewegungsfreiheit oft eingeschränkten Pensionäre und Pensionärinnen Mobilität und damit Unabhängigkeit zu schaffen: Die Maschine soll für Jung und Alt Ansporn sein, auf einen Besuch oder einen Kaffee in der neuen, hellen Cafeteria ins Heim zu kommen. Finanziert wurde das Kunstwerk über Sponsoren. Ein Projekt, das ins Konzept des VAP, Verband gemeinnütziger Basler Alters- und Pflegeheime, für eine bessere Zusammenarbeit mit Unternehmen der Wirtschaft passt.

Sobald eine Münze in den dafür vorgesehenen Schlitz des Oldsmobiles geworfen wird, begibt sich ein kleiner, gelber Ball auf die Reise durch das Sammelsurium von Dingen, die auf dem Kunstwerk angeordnet und versteckt sind. Bald läutet so ein Telefon, bald leuchtet und surrt eine Glühbirne, wiegt sich ein Glockenspiel – aber hören und

sehen Sie selbst! Und falls Sie nicht am St.-Johanns-Ring 122 in Basel vorbeikommen: Rufen Sie an, vielleicht setzt jemand für Sie die Maschine in Gang und lässt Sie hören. Als Weltneuheit besitzt das Oldsmobile nämlich einen Telefonanschluss, bei dem der Anrufer über einen Lautsprecher mit den davorstehenden Personen sprechen und sich zum Beispiel über das aktuelle Basler Wetter informieren kann. Die heisse Nummer finden Sie im Titel dieses Artikels.

Das Geld, aus den ins Oldsmobile eingeworfenen Münzen, fliesst direkt in den «Rollenden Johann», den Kleinbus des Altersheims, mit dem wöchentliche Ausflüge durchgeführt werden. Ein Plus mehr für die Mobilität der Bewohner und Bewohnerinnen.

Übrigens: Das Christliche Altersheim St. Johann befindet sich zurzeit im Umbau und feiert die Einweihung am 12./13. Juni 1999 mit einem Quartierfest. ■



Die ehemalige Skirennläuferin Vreni Schneider lässt sich vom Konstrukteur Charles Morgan das «Oldsmobile» erklären.