

Zeitschrift: Schweizer Heimwesen : Fachblatt VSA
Herausgeber: Verein für Schweizerisches Heimwesen
Band: 64 (1993)
Heft: 11

Artikel: Eine runde Sache
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-811514>

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: 12.04.2025

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

10 Jahre im Dienste für Senioren



Szenenbild aus der Marionetten-Produktion «Nussknacker»

BORN THEATER & KONZERTE

staatl. konz. Agentur (isi-Mitglied)

Produktionen
Veranstaltungen
Künstlervermittlungen

Postfach 82 · CH – 8332 Russikon
Telefon 01-955 07 47 · Telefax 01-955 07 51

Seit 10 Jahren produzieren wir speziell für Senioren ausgearbeitete Unterhaltungsprogramme und gastieren damit an Senioren-Betriebsfesten von Firmen, an Senioren-Nachmittagen von Kirchgemeinden und Frauenvereinen und in Heimen in der ganzen Schweiz.

In diesen 10 Jahren durften wir in rund 600 Auführungen über 30 000 Seniorinnen und Senioren mit unseren Programmen künstlerisch erfreuen. Zurzeit stehen drei verschiedene Programme auf dem Spielplan und eine vierte, neue Produktion ist in Vorbereitung.

Angebote:

Wenn einer eine Reise tut . . .

Nostalgische Revue von Peter Schneider. Eine Multi-Media-Show mit Musik, Gesang und Texten aus den 20er bis 40er Jahren.

Zwei Herzen im ¾-Takt

Eine musikalisch-szenische Bühnenshow über das faszinierende Leben des letzten Walzerkönigs Robert Stolz (1880-1975).

Nussknacker

Die phantastische Weihnachtsgeschichte zum 100. Todestag von Peter Tschaikowsky als Marionettenspiel von Peter-Mathias Born.

Leserbrief

Sehr geehrter Herr Vonaesch

Für Ihren Beitrag über unsere Stiftungsversammlung im VSA-Fachblatt vom August 1993 danken wir Ihnen sehr. Dr. Peter Binswanger hat sich über Ihr Editorial ausserordentlich gefreut. Da er zurzeit im Ausland weilt, hat er uns gebeten, Ihnen in seinem Namen mitzuteilen, dass Sie eine der wenigen Personen waren, die die von ihm angesprochene Problematik erkannt haben. Ihre Einwände seien durchaus richtig, müssen aber angesichts des Gremiums, vor dem er sprach, relativiert werden, betonte P. Binswanger. Er habe absichtlich provokativ sein wollen, um die Versammlungsteilnehmer (die zum grössten Teil nur die Interessen der Alten sehen) wachzurütteln. Und die Forderungen an die noch leistungsfähigen Rentnerinnen und Rentner habe er hochschrauben wollen, damit diese weniger fordern, sondern vielmehr selber gefordert werden. Mit seinem Referat bezweckte P. Binswanger vor allem, dass wir uns der auf uns zukommenden Probleme bewusst werden. Wir meinen, es ist ihm bestens gelungen. Wir danken für Ihr Interesse.

Mit freundlichen Grüessen

PRO SENECTUTE SCHWEIZ
Alice Comte, Leiterin Abt. Information

Eine runde Sache

Am Samstag, 20. März dieses Jahres, führte der Samschtig-Club einen Elternnachmittag durch. Dabei kamen 80 bis 90 Personen in den Genuss von Darbietungen, Pointen und Ferienstorys. Und da bot sich auch ein Tisch voll Leckerbissen, darunter ein Käse, den der Samschtig-Club im September 1992 im Emmental selber hergestellt hatte.

Wie es dazu kam, erzählt folgender Bericht:

Morgens um 9.00 Uhr besammelt sich an diesem Samstagmorgen eine muntere, aufgestellte Schar von Reiselustigen beim AZW. Obwohl der Himmel bewölkt ist und es nach Regen aussieht, kann uns das unsere Vorfreude nicht trüben. Es steht aber auch eine gar interessante Reise auf dem Programm: Fahrt mit dem Car nach Langenthal – Umstieg in die «Aemme-Choli» (Dampflokomotive), die uns nach Häusernmoos bringt – Mittagessen – Weiterfahrt mit dem Car nach Affoltern i.E. – Besichtigung der Schaukäserei – Zvieri – Rückfahrt nach Wettingen.

Nach knapp einer Stunde Fahrt erreichen wir bereits kurz nach zehn Uhr Langenthal. Da die «Aemme-Choli» aber erst um elf Uhr für uns bereitsteht, bleibt uns noch eine Stunde Aufenthalt in diesem hübschen Städtchen.

Endlich ist es soweit, die «Aemme-Choli» dampft im Bahnhof Langenthal mit riesigem Getöse ein. Faszinierend, diesen nostalgischen Koloss aus der Nähe zu betrachten und zu bestaunen. Wenn man dann aber sogar mitfahren darf, ist das für uns alle ein aufregendes Erlebnis. Diese Nostalgiefahrt wurde uns übrigens von der Migros-Genossenschaft gestiftet. Die Reise wäre ansonsten für unsere Club-Kasse kaum tragbar gewesen. Wir besteigen die originellen Waggons, wo es gehörig nach Russ riecht und erwarten gespannt die Abfahrt des Zuges. Da gibt es einen Ruck und noch einen und dann rattert sie los, diese «Aemme-Choli». Natürlich lässt sie immer wieder gehörig Dampf ab, der russig-schwarz an unseren Fenstern vorbeizieht. Vic hat, wie immer auf unseren Ausflügen, die Gitarre dabei. Es fällt uns zwar nicht gerade ein Eisenbahnlied ein, dafür singen wir aber vom Zigeunerleben, vom Buurebüebli.

vo's Ramseiers, vo de zwöi Liebe im Aargau, und als grandioser Solist tritt Aldo auf, der uns auf italienisch Adreano Celentanos Lied «Azzurro» vorträgt und das so gut, dass er es gleich zweimal singen muss. So geht eine Stunde Bahnfahrt schnell vorbei, und wir erreichen unterdessen Häusernmoos, wo uns im Restaurant Bahnhof das Mittagessen erwartet. Egal, ob wir Currygeschneitzeltes oder einen Salatteller bestellt haben, das Essen schmeckt uns allen ausgezeichnet.

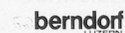
Um 14.00 Uhr fahren wir weiter mit dem Car zur Schaukäserei. In Affoltern werden wir vom Käser

 **berndorf**
LUZERN

Speisenverteil-Systeme

«Handlich von der Küche bis zum Pensionär – damit Ihr Pflegepersonal entlastet wird.»

Ihre Spezialisten für Beratung, Verkauf und Service von Speisenverteil-Systemen, Porzellan, Besteck und Gläser.

 **berndorf**
LUZERN

Abt. Speisenverteil-Systeme
CH-6014 Littau
Tel. 041-57 35 35, Fax 041-57 52 60

bereits erwartet, denn er will uns die Möglichkeit geben, selber Käse herzustellen. Dafür hat er in einer grossen Kupferpfanne über offenem Feuer bereits 200 Liter Milch erhitzt. Das Lab hat er der Milch auch schon beigegeben; sie beginnt sich ganz langsam zu scheiden. Mit der Käseharfe wird dann die Mischung zerschnitten, und dann wird das ganze auf dem Feuer nochmals erhitzt und regelmässig umgerührt. Vor allem beim Umrühren dürfen wir abwechslungsweise behilflich sein. Es ist sehr wichtig, dass man die ganze Masse schön regelmässig zu Boden rührt, damit sich nichts am Pfannenrand festsetzen kann. Alle führen diese Aufgabe gerne und sehr pflichtbewusst aus und der Käser lobt uns immer wieder ob unserer so guten Arbeit. Wir sind nicht wenig stolz darüber. Alle diese Arbeiten werden mit nachgebauten, altertümlichen Werkzeugen und Hilfsmitteln erledigt. Bis so ein Käse fertig ist und in

einer Form zum Laib gepresst wird, braucht es über eine Stunde Zeit.

In vier bis fünf Monaten dürfen wir unseren selbstgemachten Stöcklikäse in Affoltern abholen.

Vereinigung
zur Förderung Behinderter
Region Baden-Wettingen
Kirchstrasse 1B
5430 Wettingen
Telefon 056 263888
PC-Konto 50-15988-2



Informationen zum 5. Forum-Symposium der LAKO/Sozialforum Schweiz

Impulse und Ideen – Neue Qualität sozialer Leistungen

pd. Ergebnisse des 1. Symposiumstages zeigen, dass sich die «neue Qualität» sozialer Leistungen und sozialer Organisationen zum Beispiel durch professionelle Standards, Persönlichkeitsentwicklung und Vernetzung auszeichnet.

Professionelle Standards sind unabdinglich

Sozial Tätige sollten ihre Dienstleistungen vermehrt als Produkt sehen. Dieses umfasst materielle wie immaterielle Werte. Ein Altenheimplatz zum Beispiel hat für den Nutzer einerseits einen ganz konkreten Alltagsbewältigungswert und andererseits eine zentrale Bedeutung für seine Lebensqualität. Die Qualität von Altenheimen kann gemessen werden. Ihre Leistungen werden durch die Nutzer verglichen. Sie treffen eine Auswahl. Diese lässt sich durch die Entwicklung professioneller Standards steuern. Zum Beispiel indem Qualitätszertifikate für Altenheime ausgestellt werden.

Persönlichkeitsentwicklung gibt Raum zum Handeln

Soziale und gesundheitliche Arbeit bewegt sich im Bereich von Werten. Sie steht in ideologischen und ideellen Zusammenhängen. Diese werden von uns sozial Tätigen hochgehalten. Es gibt aber auch die Zusammenhänge der Organisation und der Mitarbeitenden. Hier ist das Bewusstsein erst am Aufkeimen. Ob eine Organisation öffentliche Anerkennung erhält oder nicht, dafür wird in Zukunft entscheidend sein, was die Mitarbeitenden tatsächlich leisten. Bewusstes Erzielen von Qualität erfordert die authentische Einschätzung der Klientenbedürfnisse. Es braucht Führungskonzepte. Und Mitarbeitende sind bei der Leistungsplanung miteinzubeziehen. In Zukunft gilt es deshalb, vermehrt auf Persönlichkeitsentwicklung zu setzen. Die soziale und gesundheitliche Arbeit braucht «erwachsene» Menschen, die über ihre Alltagsarbeit sprechen können und denen es ermöglicht wird, mit ihr zu wachsen. Das heisst, in sozialen Organisationen muss der Persönlichkeitsentwicklung Raum gegeben werden. Erst dann können auch die sozial Tätigen mit und an der Persönlichkeit ihrer Klienten arbeiten. Dann können sie auf individuelle Nöte und dringende Bedürfnisse eingehen.

Vernetzung sprengt unnötige Grenzen

In der sozialen Welt gibt es eine dominante Form der Konkurrenz. Köpfe werden heiss geredet,

wenn es darum geht, Anteile am «finanziellen Kuchen» zu erkämpfen. Die Konkurrenz setzt «Leitplanken» dafür, wie das Netz sozialer Hilfe, von dem wir sozial Tätigen so gerne sprechen, geknüpft wird. Der soziale Bereich zeichnet sich nicht durch eine hohe Kultur der Vernetzung aus. Vermehrte Koordination und Absprachen bei der sozialen Leistungserbringung erhöhen die Integrationswirkung beteiligter Institutionen. Eine Beratungsstelle kann zum Beispiel daran gemessen werden, wie sie aktiv Beziehungen zu Institu-

tionen ihres Umfeldes pflegt. Zieht sie diese bei der Beratung zu oder verweist sie Klienten erfolgreich weiter? Die Vernetzung zwischen Institutionen gilt es zu pflegen, von Mensch zu Mensch, von sozial Tätigen zu sozial Tätigen.

Qualität ist nicht mehr selbstverständlich

Qualität ist der zentrale Wettbewerbsfaktor der Wirtschaft. Und im Sozialen? Ursprünge sozialer und gesundheitlicher Arbeit liegen im caritativen, humanistischen, liberalistischen sowie genossenschaftlichen Denken der Jahrhundertwende. Lange Zeit galt «Wer hilft tut Gutes». Viele Menschen setzten sich für Gottes Lohn und mit idealen Zielen für die Nöte anderer ein. Qualität wurde deshalb als selbstverständlich verstanden. Und heute? Der Sozialstaat, das heisst, die Einrichtung von Kranken- und Sozialversicherung sowie der Ausbau der Sozialhilfe, haben eine Professionalisierung sozialer und gesundheitlicher Arbeit in ungeahntem Ausmass ausgelöst. Soziale Leistungen haben heute einen volkswirtschaftlich prioritären Charakter. Damit tragen Nutzer und Klienten vermehrt Erwartungen an professionelle Helfer heran. Sie haben ein Anrecht auf Hilfe, und sie bezahlen dafür in Form von Versicherungsbeiträgen, Lohnprozents, Steuern und Spenden.

Damit wird Qualität auch im sozialen Bereich zunehmend zum massgeblichen Faktor. Diese Entwicklung darf von uns sozial Tätigen nicht mehr übersehen werden. Wo Selbstverständlichkeiten und Tabus fallen, braucht es neue Perspektiven. Das 5. Forum Symposium der LAKO setzt Impulse und gibt Ideen zur neuen Qualität, die die Zukunft sozialer Institutionen sichert. Und: Qualität ist *der* Schlüsselbegriff zwischenmenschlicher Beziehungen und damit der Arbeit sozial Tätiger.

Das neue Schulwandbild der SFA ist da

Das neue Schulwandbild der SFA ist dem Thema Werbung gewidmet. Die vielschichtige Thematik bringt Abwechslung in den Unterricht. Gegen eine geringe Gebühr können Sie bei der SFA ein Exemplar anfordern.

Das Schulwandbild «Werbung»

richtet sich an alle Lehrpersonen der Mittel- und Oberstufe, die sich für kurzweilige, aktuelle Unterrichtsinhalte interessieren. Mit zwei Schulwandbildern – einer kletternden Frau und einem Himmel voller Mercedessterne – wird der Einstieg in die Werbung gleich auf verschiedenen Ebenen angegangen. Einerseits präsentieren die Plakate Werbung in ihrer subtilsten Art, andererseits wecken sie durch ihre Aussagen die Neugierde, sich damit auseinanderzusetzen. In der Lehrbeilage werden viele Ideen und Möglichkeiten aufgezeigt, wie Werbung als Thema im Unterricht praktisch umgesetzt werden kann.

Neben methodischen Hinweisen (Lektionsvorschlägen) werden Ideen für einen fächerübergreifenden Unterricht aufgeführt. Die Angaben weiterführender Literatur und Arbeitshilfen ermöglichen der interessierten Lehrperson eine intensivere Beschäftigung mit dem Thema «Werbung». Als Lese- und Diskussionstext bietet sich der Abschnitt «Werbung einst, jetzt und in Zukunft» an. Er macht die LeserInnen mit einem Stück Werbegeschichte vertraut. Eine gute Möglichkeit, Werbung von Grund auf kennenzulernen, ergibt sich im Kapitel «Wie wird Werbung wirksam?» Es eignet sich ausgezeichnet zur Bearbeitung mit den Schülerinnen und Schülern. Hier erlebt der Jugendliche durch Lösen vieler kurzweiliger Beispiele, Kreieren eigener Werbeslogans usw. hautnah, was Werbung ist. Diese Art des erlebten Ler-

nens bietet die besten Voraussetzungen, Werbung zukünftig kritisch zu hinterfragen und deren Mechanismen zu verstehen.



Ziele des Schulwandbildes «Werbung»

Für die Werbung gesellschaftlich akzeptierter Suchtmittel werden in der Schweiz jährlich enorme Summen ausgegeben. Allein in die Werbung von Tabakwaren buttert die Tabakindustrie 80 bis 120 Millionen Franken. Mit diesen ganzen Anstrengungen – will man den Zigarettenherstellern Glauben schenken – richtet man sich nur an Personen, die bereits rauchen, um sie zu einem Markenwechsel zu veranlassen. Wie bereits unter dem Kapitel «Einfluss der Zigarettenwerbung» erläutert, zeichnen sich aber gerade Raucher durch eine starke Markentreue aus (lediglich 2 Prozent wech-