

Zeitschrift: Curaviva : Fachzeitschrift
Band: 74 (2003)
Heft: 1

Artikel: Zu unserer neuen Fachzeitschrift Curaviva : aussen fix und innen nix?
Oder umgekehrt?
Autor: Bachmann, Julia
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-804648>

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: 06.10.2024

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

Mit Licht und Farbe das Wohlbefinden der Patienten unterstützen

ZU UNSERER NEUEN FACHZEITSCHRIFT CURAVIVA

Aussen fix und innen nix? Oder umgekehrt?

Spass ist angesagt – auch am Arbeitsplatz.

Bloss keinen Aufwand betreiben: so viel wie nötig, nicht so viel wie möglich. Minimalismus ist lässig. «Die nehmen mich so wie ich bin», was bedeutet, die verlangen nicht mehr. Warum sich also anstrengen? Wenn es situationsbedingt jedoch ohne zusätzlichen Einsatz nicht mehr weitergeht, ist Überforderung angesagt: «Die sollen mich nehmen wie ich bin und sich gefälligst begnügen.» Mehr Rücksicht und Respekt tut jeder Beziehung gut, beruflich wie gesellschaftlich. Sobald wir uns für einander wieder Mühe geben, setzt eine Aufwärtsbewegung ein, eine, von der alle etwas haben. Wer dem andern gefallen will, zeigt ihm seine Wertschätzung.

Das, kurz zusammengefasst, die Aussagen von Christiane Daborn-Doering (Begründerin der Personal Identity und Autorin des Bestsellers «Kam, sah und siegte – Klasse ist lernbar») im Alpha-Markt der Sonntagszeitung. Die Autorin zielt zwar mit ihren Ausführungen auf die Person ab, auf den persönlichen Auftritt.

Wir möchten die Aussagen auf die neue Zeitschrift übertragen.
Wie könnte dies anders sein?

Fachzeitschrift CURAVIVA:
der Name soll Verpflichtung sein für eine gepflegte, professionell betreute und lebendige Fachzeitschrift, immer

mit dem «Menschen im Mittelpunkt». Damit sind Sie gemeint,

- die Sie in der Alltagspraxis Ihrer Heime und Institutionen vielfältigen Anforderungen zu genügen haben.
- Sie, deren «Menschen im Mittelpunkt» die Ihnen Anvertrauten sind, anvertraut zu Betreuung, Pflege, Förderung, Erziehung usw., anvertraut aber auch als Mitarbeitende zur Bewältigung der grossen Aufgabe.

Ihnen sind wir verpflichtet. Da ist kein Minimalismus zulässig, kein: «Die sollen mich nehmen wie ich bin und sich gefälligst begnügen.» Im Gegenteil: unsere Arbeit soll Ihnen unsere Wertschätzung Ihnen gegenüber beweisen.

Unser Verbandsmedium hat ein neues Kleid erhalten. «Lockerer, luftiger, lesergerechter», lauteten die Anforderungen an die Gestaltung.

«Farbiger» sowohl vom Erscheinungsbild wie vom Inhalt her. Die Rolle unserer Fachzeitschrift als Informationsvermittlerin und Kommunikationsforum verlangte nach einer neuen Definition, angepasst an den verbandseigenen Wandel, aber auch angepasst an den Wandel, wie er sich im Bereich der sozialen Forderungen insgesamt – und der Heime und Institutionen im Speziellen – präsentiert.

Eine ad-hoc-Arbeitsgruppe unter der Leitung von Paul Gmünder hat sich intensiv mit der gestellten Forderung nach Wandel auseinander gesetzt. Die Gruppe entschied sich nach einem sorgfältigen Offert- und Auswahlverfahren für den Vorschlag der Layouterin Julia Bachmann, Creative Team, Fischer AG für Data und Print, Münsingen. Julia Bachmann wird künftig für das Layout zuständig zeichnen, die Firma Fischer AG für Data und Print übernimmt insgesamt den Produktions- und Druckauftrag.

Sie, liebe Leserinnen und Leser, werden in der neuen Fachzeitschrift langjährig Vertrautes nicht mehr finden. So fällt zum Beispiel der «Argus» in seiner bisherigen Form weg. Wir präsentieren Ihnen künftig nicht mehr Nachrichten aus den einzelnen Heimen, sondern ausschliesslich Meldungen aus den Kantonen und bieten gleichzeitig den neu zur Verfügung stehenden Raum den Sektionen an. Sie erhalten die Möglichkeit zur monatlichen Meldung ihrer Aktualitäten. Damit sollen Information, Kontakt und Austausch innerhalb des Verbandes und unter den einzelnen Mitgliedern gefördert werden.

Gleichzeitig bedeutet dies: Melden Sie sich! Greifen Sie in die Tasten! In unseren Rubriken Forum und Monitor ist Raum für Ihre Gedanken, Überlegungen, Anregungen, Fragen – und Ihre Kritik.

Die Fachzeitschrift soll Ihr Forum

sein, wo auch mal das «Lachen über sich selber» Platz haben darf.

Sie werden weiter die bisherige Bücher-Seite nicht mehr finden. Buchbesprechungen werden selektiv und themenbezogen zu den Berichten aus den einzelnen Bereichen gestellt, oder aber nur mehr als Querverweise zum aktuellen Literaturmarkt aufgeführt.

Insgesamt werden die Artikel und Beiträge kürzer, «luftiger», und damit im Inhalt konzentrierter. So schaffen wir einerseits mehr Leserfreundlichkeit und erhalten zusätzlich Platz für eine monatliche Kolumne mit Aussagen zum aktuellen Geschehen, festgehalten von einer Persönlichkeit aus Politik, Management, Kultur.

Einen Beitrag werden wir Ihnen jeden Monat als Schwerpunkt präsentieren. Dieser «Schwerpunkt» wird sich jedoch nicht zwingend durch alle Bereichs-Rubriken hindurch ziehen. Was im Alters- und Pflegeheim von hoher Aktualität ist, stellt sich im Sozialpädagogischen Bereich anders dar. Es war, ist und bleibt unsere Verpflichtung, allen Bereichen Raum zu geben: dem Verbandsgeschehen, den Fachbereichen Alter/Betagte, Kinder und Jugendliche, Erwachsene Behinderte, den Bereichen Bildung, Management, Dienstleistung und Hauswirtschaft. Das Ganze ergänzt mit Tipps und News.

Doch blättern Sie in unserer Fachzeitschrift CURAVIVA!

Was gefällt Ihnen?

Was gefällt Ihnen nicht?

Was vermissen Sie?

Was finden Sie überflüssig?

Ihre Meinung interessiert uns. Sagen Sie es oder schreiben Sie uns.

Sämtliche Telefonnummern, E-Mail-Adressen der Geschäftsstellen finden Sie als Beilage zu dieser Nummer.

Künftig werden wir die Listen laufend updaten und abwechslungsweise in der Fachzeitschrift unter der Rubrik CURAVIVA IN KÜRZE publizieren. Wir sind uns bewusst, dass noch nicht aller Tage Abend ist und wir gefordert sind, jederzeit daran zu arbeiten.

Erika Ritter, Chefredaktorin ■

Zur Gestaltung CURAVIVA

In den meisten Fällen haben Kunden, die eine Neugestaltung ihrer Zeitschrift möchten, bereits Vorstellungen, in welche Richtung der neue «Look» ihres Objektes gehen sollte. Diese Vorgaben, vorgängig in Form von Stichworten formuliert, gilt es zu beachten.

Satzspiegel und Spalten

Bei der Neugestaltung des CURAVIVA mussten beispielsweise der Satzspiegel (die bedruckte Fläche einer Seite) wegen der bestehenden Inseratevorlagen unverändert belassen werden. Um trotzdem eine sichtbare Änderung herbeizuführen, wurden die einzelnen Spalten zweigeteilt. Die Breite der Spalten wurden so gewählt, dass eine ideale Anzahl Buchstaben pro Zeile zu liegen kommt, was dem Auge des Lesers entgegenkommt. Als weitere Lesehilfe werden die Spaltentrennlinien eingesetzt, die dem verwendeten Flattersatz mehr Halt verleihen.

Weissraum

Als weiteres Gestaltungselement, wurde die Idee des Weissraums aufgegriffen, was bedeutet, dass die Seiten nicht vollständig mit Text vollgepfert werden und mit dem übriggebliebenen Platz (Weissraum) aufgelockert werden, was im Allgemeinen zu einer besseren Lesbarkeit der Texte führt, beziehungsweise werden Texte

eher ganz gelesen, wenn die Seiten nicht als «Bleiwüsten» daherkommen.

Schriften

Als Grundschrift ist eine Schrift mit Serifen gewählt worden. Schriften mit Serifen sind kontrastreicher und bei viel Text besser lesbar. Für die ausgezeichneten Textelemente wie Titel, Lead, Untertitel usw. wurde die Schrift Univers ausgewählt.

Farben

Die Zeitschrift wird zum einen Teil vierfarbig zum andern zweifarbig gedruckt. Es mussten Lösungen gefunden werden, die diesen Anforderungen gerecht wurden. Sprich, es musste eine Farbe gefunden werden, die sowohl im vierfarbigen wie auch im zweifarbigen Teil der Zeitschrift eingesetzt werden kann.

Bilder

Für die Bilder stehen drei Optionen offen: vierfarbig, schwarz/weiss oder in Form eines Duplex. Duplexbilder sind im Grunde genommen schwarz/weiss-Bilder, die mit einer Schmuckfarbe aufgepeppt werden.

Weitere Gestaltungselemente

Als weitere Gestaltungselemente mussten noch Rubrikittel, Seitenzahlen, Kasten, Zitate usw. der übrigen Gestaltung angepasst werden. Während der Arbeit des Gestaltens ergeben sich jeweils weitere Möglichkeiten und Ideen, die die Vielfalt der Vorschläge bald einmal sprengen würden. In Zusammenarbeit mit dem Kunden wird eine «Stossrichtung» festgelegt für die Fein- und Detailarbeiten. Das endgültige Gesicht erhält eine Zeitschrift erfahrungsgemäss bei der Produktion der ersten Ausgabe, da immer wieder für neue Umstände eine passende Lösung gefunden werden muss, die sich in die bestehende Gestaltung integrieren sollte.

Julia Bachmann ■