

Objektyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Wohnen**

Band (Jahr): **73 (1998)**

Heft 5

PDF erstellt am: **26.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

*Public Relations – heute ist das Wort in vieler Munde. Natürlich auch in unserem. Wir wollen ja bemerkt und vor allem gelesen werden. Dafür arbeiten wir einerseits eine Menge und geben andererseits auch Geld aus – ebenfalls viel.*

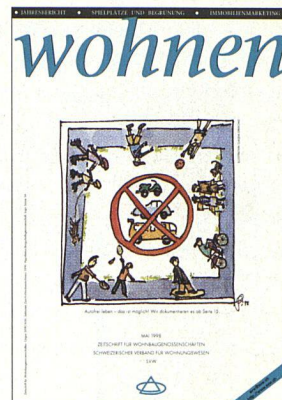
*Für die Corporate Identity einer Genossenschaft sind kreative Grafikerinnen und ideensprühende Werberköpfe sicher nicht so nötig wie für uns. Aber ansprechendes Briefpapier und die gelungene Gestaltung des Jahresberichtes oder der Einladung zur GV sind erfreuliche Dinge und bieten Wiedererkennungswert für die nächsten Informationen.*

*Wichtiger als solche Äusserlichkeiten sind aber gute Kontakte. Zwischen Verwaltung und Mieterschaft, zu Anrainern und Nachbarinnen, aber auch zwischen Genossenschaft und örtlichen Behörden und Vereinen (mehr dazu ab Seite 60). Nur so kann ein Vertrauensklima herrschen und positives Echo auf bauliche Veränderungen gesammelt werden.*

*Ja, und wir? Da geben wir uns alle erdenkliche Mühe, uns rundum gut zu präsentieren. Das Echo ist, gelinde gesagt, praktisch unhörbar. Dabei hätten wir so gerne Public Relations. Bitte melden Sie sich! Leser/innenzuschriften werden veröffentlicht.*

Karin Brack

MAI  
1998



### PORTRÄT

Karin Brack zu Besuch bei Familie Reichenbacher Sieber 6

### AUSSENRAUM

Spielplatzgestaltung – alles wie gehabt?  
Stefan Hartmann 11  
Autofrei(er) leben  
Karin Brack 15  
Einheimische vor!  
Karin Brack 19  
Thuner «Siedlungsstrasse» unter Wasser  
Mike Weibel 20

### JAHRESBERICHT

31

### SERIE GENOSSENSCHAFTEN

Daheim/Chez soi à Bienne  
Mike Weibel 50

### INTERNET

Homepage-Angebot für Mitglieder 53

### MARKETING

Wohnungsmarkt 2010  
Bruno Burri 27  
Verkaufskennntnisse von Vorteil  
Marc Valance 57  
Public Relations so oder so  
Jürg Zulliger 60

### RUBRIKEN

aktuell 23  
Fortbildungstag SVW 29  
Nachrichten 45  
Agenda 47  
Recht 49  
Markt 63  
dies & das 69  
im Bild 71  
Impressum 18