

Fachzeitschrift

# Psinfo



4/2015

## Thema

Mit neuem Auftritt  
in eine gemeinsame  
Zukunft

## Fachwissen

Marken als  
Spiegel der  
Identität

## Standpunkt

Identität gibt's  
nur im Plural



*Alain Huber, Secrétaire romand und Mitglied der Geschäftsleitung*

Wer hat die Geschichte nicht schon von einer Kollegin, einem Freund gehört oder vielleicht schon selber erlebt? Es geht um das erste Mal, wo man in einem öffentlichen Verkehrsmittel erlebt, wie einem eine jüngere Person mit einem freundlichen Lächeln ihren Sitzplatz zur Verfügung stellt. Sehe ich nun schon so alt aus, fragt man sich meistens. Werde ich von meiner Umgebung bereits der Gruppe der Seniorinnen und Senioren zugeordnet? Die externe Wahrnehmung stimmt nicht mit der eigenen überein. Die eigene Identität wird infrage gestellt.

Ähnlich erging es dem Erscheinungsbild der Pro Senectute. Entstanden vor über 60 Jahren wurde sie in der Öffentlichkeit oft als verstaubt bezeichnet und entsprechend auch die Institution empfunden. Pro Senectute stellte sich deshalb die Frage nach ihrer Identität in einem sich stark verändernden Umfeld. Sie definierte ihre Strategie neu und nahm diese als Grundlage für die Entwicklung der neuen Marke. Peter Burri Follath erklärt, wie der neue Auftritt von Pro Senectute eine klare Antwort auf die künftigen Herausforderungen der älteren Menschen sein wird.

Genau so wichtig ist die persönliche Lebensgeschichte für die Identität im Alter. Emmanuelle Ryser unterstreicht in ihrem Interview, wie das Erzählen der eigenen Biografie oft wieder Kraft und Energie für die Gegenwart und Zukunft spendet. Oft wird die Identität jedes einzelnen Familienmitglieds dabei gestärkt.

So widerspiegelt auch der neue Auftritt von Pro Senectute ihre bald 100-jährige Tradition und stiftet Identität über die Sprachgrenzen hinweg, denn gemeinsam sind wir stärker.

# Mit neuem Auftritt in eine gemeinsame Zukunft

**Vor rund 100 Jahren wurde die «Stiftung für das Alter» gegründet, aus der Anfang der Fünfzigerjahre Pro Senectute hervorgegangen ist. In der Zwischenzeit hat sich die Lebenserwartung der Menschen hierzulande fast verdoppelt und die Gesellschaft stark verändert. Gute Gründe, den Auftritt der Stiftung den Gegebenheiten von heute und morgen anzupassen.**

---

Von *Peter Burri Follath, Leiter Marketing und Kommunikation Pro Senectute Schweiz*

Während in der Gründerzeit von Pro Senectute die durchschnittliche Lebenserwartung unter 50 Jahren lag, beträgt sie heute rund 80. Im Jahr 2040 wird jeder dritte Mensch in der Schweiz über 65 Jahre alt sein. Vor diesem Hintergrund wird einerseits häufig das Schreckgespenst der Überalterung skizziert. Andererseits wird aber auch immer deutlicher, dass im Alter grosses Potenzial für die ganze Gesellschaft steckt. Denn heute werden Menschen nicht nur deutlich älter als früher – sie bleiben auch länger gesund. Der dritte und vierte Lebensabschnitt ist folglich eine Phase, die aktiv gestaltet und mit Sinn angereichert werden will. Wer sie geistig und körperlich fit durchlebt, kann sich nach wie vor in verschiedensten Bereichen engagieren, Ideen umsetzen, Träume verwirklichen. Von dieser Entwicklung zeugen die vielen Selbständigen, Investoren, Langzeittouristen oder Politiker, die rund um den Globus jenseits der 65 voll im Leben stehen und das gesellschaftliche Leben mitprägen.

### **Bisheriger Auftritt aus den 50ern**

Heute leben hierzulande also vier Generationen friedlich zusammen. Die Zusammensetzung der Gesellschaft hat sich damit signifikant verändert – und auch die Identität der älteren Menschen. Es liegt auf der Hand, dass die 1956 eingeführte Werbemarke von Pro Senectute nicht mehr ganz den Zeichen der Zeit entsprach. Unser bisheriger Markenauftritt, unser Erscheinungsbild stammt aus einer Zeit, in welcher Frauen Pettycoats trugen, erstmals Halbstarke die Gassen unsicher machten, James Dean ein angehimmelter Filmstar war und die Karriere von Elvis Presley noch nicht einmal richtig angefangen hatte. Es verwundert deshalb nicht, dass in den letzten Jahren verschiedene Pro Senectute-Organisationen damit begonnen haben, die Marke lokal anzupassen. Damit liess das Erscheinungsbild mehr und mehr vermissen, was das Zusammenleben der Generationen in der heutigen Gesellschaft ausmacht: die Gemeinsamkeit. Es war also höchste Zeit, sich auch visuell wieder zu finden, die Marke Pro Senectute wieder zu vereinheitlichen und entsprechend zu revitalisieren.

## Neue Marke setzt auf Solidarität

Im September 2015 hat Pro Senectute den neuen Markenauftritt lanciert, der die Solidarität in einer Vielgenerationengesellschaft stärken und die Gemeinsamkeiten herausstreichen will: «Gemeinsam stärker» lautet unser neues Credo, welches auch im sogenannten Claim unter der modernisierten Schriftmarke zu lesen ist. Der neue Markenauftritt von Pro Senectute, das neue Erscheinungsbild soll vermitteln, wofür unsere gesamte Organisation seit vielen Jahren steht: für die Solidarität zwischen den Generationen, für die Bedürfnisse älterer Menschen und ihrer Angehörigen sowie für entsprechende Dienstleistungen und Hilfsangebote. Optisch erinnert der neue Auftritt sehr wohl noch an den bisherigen, obwohl das Symbol der drei «A» verschwunden ist und sich das Logo nun als reiner Schriftzug präsentiert. Die Farbe Grün wurde übernommen und in einen Farbverlauf umgewandelt.

## Warum überhaupt?

Wenn eine Institution ihren Markenauftritt verändert, dann stellen in der Regel viele die Frage nach dem Grund – oft werden optische und inhaltliche Anpassungen als blinder Aktivismus interpretiert. Das Bisherige war doch gut, warum das Rad neu erfinden? Hinter dieser Reaktion steckt zum einen sicher die Macht der Gewohnheit oder die Verunsicherung, welche jede Form von Veränderung mit sich bringt. Zu den eingangs erwähnten Gründen kommt ergänzend ein weiterer Aspekt hinzu: Wir müssen in Bewegung bleiben und auf die veränderten Bedürfnisse unserer Zielgruppe reagieren. Denn in unserer Informationsgesellschaft werden wir tagtäglich von etwa 3000 Werbebotschaften torpediert. Eine enorme Menge, welche in einem gesunden Menschen nur eine Reaktion hervorrufen kann: Selbstschutz, sprich Abschottung.

## Klare Orientierung, direkte Ansprache

Dieser Entwicklung können wir mit drei Dingen entgegenwirken, um Menschen nach wie vor für unsere Anliegen zu gewinnen: mit einer Marke, die uns klar positioniert, Orientierung bietet und uns von allfälligen Mitbewerbern abhebt. Daneben ist es wichtig, diejenigen Menschen direkt und persönlich anzusprechen, die wir mit unseren Botschaften erreichen möchte. In diesem Zusammenhang kommt den Online-Medien ganz besondere Bedeutung zu. Sie führen einerseits zwar zu noch mehr Reizüberflutung, bieten andererseits aber bisher nicht dagewesene Möglichkeiten, selektiv zu informieren und Menschen direkt zu erreichen – auf ihrem Computer, ihrem Tablet, ihrem Mobile.

Mit der neuen Marke möchte pro Senectute älteren Menschen und ihren Angehörigen in den kommenden Jahren Orientierung und Sicherheit vermitteln. Wohl wird sie nicht einen ähnlich langen Zeitraum überdauern wie die alte Marke. Aber wir sind überzeugt, dass sie für die Gegenwart und die Zukunft genau richtig ist.

## Kurzer Rückblick

Die 1917 ins Leben gerufene «Stiftung für das Alter» war ein Nothilfeprogramm. Gegründet in einer Zeit, in der die durchschnittliche Lebenserwartung deutlich unter 50 Jahren lag. Die älteren Menschen in der Schweiz waren damals vor allem eines: bedürftig. Zehn Männer beschlossen deshalb, die Situation von Betagten zu verbessern und die Altersversicherung zu fördern. Dieses Engagement trug massgeblich zur Einführung der AHV im Jahr 1947 bei. Ab den 50er-Jahren widmete sich die Stiftung vermehrt auch dem seelischen Wohl von Seniorinnen und Senioren.



*... das Symbol mit den drei ineinandergreifenden und zu einem Schutzschild vereinigten «A» – die Buchstaben standen fürs Alter in drei Landessprachen, entworfen 1956 vom bekannten Zürcher Grafiker Hans Falk.*

### Analyse der Identität

Vor der Ausarbeitung des neuen Markenauftritts hat Pro Senectute während einem Jahr eine Projektgruppe der «Università della Svizzera italiana» damit beauftragt, die Identität von Pro Senectute zu analysieren. Die Projektgruppe untersuchte, wie Mitarbeitende, Auftraggeber, Kundinnen und Kunden sowie Führungspersonen Pro Senectute heute sehen und wohin sich die Organisation in Zukunft entwickeln soll. Zusammen mit einer Marktanalyse über die Mitbewerber formulierte die Projektgruppe strategische Empfehlungen für die neue Marke. Der neue Markenauftritt wurde anschliessend von einer Arbeitsgruppe, zusammengesetzt aus Mitarbeitenden der kantonalen Pro Senectute-Organisationen und der Agentur Jung von Matt/Brand Identity umgesetzt.



So könnte eine neue Plakatkampagne aussehen. Ein Vorschlag von Jung von Matt.

## Marken als Spiegel der Identität

**Den Markenauftritt einer Organisation zu überarbeiten, das ist keine leichte Aufgabe. Um das neue Erscheinungsbild zu entwickeln, kehrte Pro Senectute zu ihren Wurzeln zurück. Es galt, zuerst die Identität der Organisation freizulegen, diese den Anforderungen von heute anzupassen und ihr mit dem neuen Design Ausdruck zu verleihen. Die Gestaltung ist umgesetzt. Die Implementierung der neuen Marke wird Pro Senectute aber noch einige Zeit beschäftigen.**

Von *Kathrin Gasser, Marketing und Kommunikation Pro Senectute Schweiz*

Vor gut zwei Jahren begann Pro Senectute, den visuellen Auftritt für die Gesamtorganisation zu überarbeiten. Der letzte Markenauftritt stammte von 1956. Es war also unbestritten, dass die in die Jahre gekommene Marke Pro Senectute einen modernen Anstrich nötig hatte. Schwieriger zu beantworten war allerdings die Frage, wie dieser neue Auftritt aussehen soll. Es galt, die Marke zu modernisieren, ohne dabei die eigene Identität aufzugeben – so wie dies die grossen und bekannten Brands wie Coca Cola, Nivea oder Nestlé seit Jahrzehnten erfolgreich schaffen.

### Pro Senectute seit der Gründung immer facettenreicher

Jede Organisation hat eine eigene Identität. Die Identität kann sich aufgrund von inneren oder äusseren Einflüssen über die Zeit verändern, wobei gewisse Kerneigenschaften bestehen bleiben. Pro Senectute wird bald hundertjährig. Seit ihrer Gründung 1917 hat sich einiges verändert: Wurde Pro Senectute während dem ersten Weltkrieg primär gegründet, um die Altersarmut zu bekämpfen, engagiert sich die Organisation heute in vielen zusätzlichen Bereichen der Altersarbeit. Da Identitäten historisch wachsen, ist es vor allem in einer traditionsreichen Organisation wie der Pro Senectute nicht unüblich, dass Mitarbeitende ganz unterschiedliche Vorstellungen über das Wesen des Arbeitgebers entwickeln. Bevor Pro Senectute das neue Erscheinungsbild definierte, hat sie deshalb zahlreiche Interviews mit Auftraggebern, Kunden, Mitarbeitenden und dem Management geführt. Ziel war es, eine gemeinsame und über die gesamte Organisation geteilte Identität zu finden, die als Basis für die Definition des neuen Erscheinungsbildes genutzt werden konnte.

### Die DNA von Pro Senectute

Die Interviews zeigten, dass sich Mitarbeitende, Führungspersonen, externe Auftraggeber und Kunden einig sind: Pro Senectute ist eine kompetente, soziale und vertrauenswürdige Organisation, die sich an den Bedürfnissen der älteren Bevölkerung und ihrer Angehörigen orientiert und aufgrund der vielen lokalen Beratungsstellen für alle einfach zu erreichen ist. Gleichzeitig bestand allerdings intern wie auch extern der Wunsch, dass sich die Organisation in Zukunft schneller äusseren



Veränderungen anpasst, auch für jüngere Seniorinnen und Senioren attraktiv ist und effizient arbeitet. Das Altersbild hat sich heute eben verändert. Die Senioren der Baby-Boomer-Generation sind selbstbewusst. Sie fühlen sich noch lange nicht als altes Eisen und möchten in erster Linie als Menschen und nicht als Seniorinnen oder Senioren adressiert werden.

### **Gemeinsam sind wir stärker**

Pro Senectute entwickelte deshalb einen neuen, modernen und dynamischen Auftritt, der selbstbewusste ältere Menschen ins Zentrum stellt. Der neue Claim «gemeinsam stärker» bringt zugleich auf den Punkt, für was Pro Senectute im Kern steht: Solidarität zwischen den Generationen sowie fortschrittliche und soziale Dienstleistungen für die ältere Bevölkerung und ihre Angehörigen. Denn das oberste Ziel der täglichen Arbeit von Pro Senectute ist es, dafür zu sorgen, dass es den älteren Menschen in der Schweiz heute und auch in Zukunft gut geht. Das schafft Pro Senectute nicht alleine, sondern nur als starke Gemeinschaft mit allen regionalen Pro Senectute-Organisationen, den vielen Freiwilligen, Spendern und Partnern.

Der neue Markenauftritt ist nur dann nachhaltig, wenn sich Pro Senectute einem bewussten Wandel unterzieht. Gleichzeitig gilt es Sorge zu tragen, dass der Veränderungsprozess in einem guten Gleichgewicht zwischen Erbe und Zukunft stattfindet. Nur so wird es gelingen, die Glaubwürdigkeit, die Pro Senectute aufgrund der über Jahrzehnte geleisteten ausgezeichneten Arbeit aufbauen konnte, aufrechtzuerhalten. Glaubwürdigkeit stärkt das Vertrauen von Menschen in eine Organisation, und dieses Vertrauen ist die Basis, damit sich Pro Senectute auch in Zukunft erfolgreich für ältere Menschen und ihre Angehörigen einsetzen kann.

*Für die neue Bildwelt standen rund 30 selbstbewusste Seniorinnen und Senioren und ihre Enkelkinder für Pro Senectute vor die Kamera.*

# Lebensgeschichten

**Erinnerungen aus neuer Perspektive betrachten, die eigene Geschichte erzählen ... Ein Abenteuer, das immer mehr Menschen begeistert. Treffen in Lausanne mit Emmanuelle Ryser, Aufzeichnerin von Lebensgeschichten**

*Emmanuelle Ryser im Gespräch mit Viviane Bérod Pinho, Koordinatorin Westschweiz Pro Senectute Schweiz*

### **Was ist eine Lebensgeschichte?**

Im Gegensatz zur Biografie, die prominenten Personen vorbehalten ist und deren Leben anhand diverser Dokumente nachzeichnet, und zur Autobiografie, wo der Autor in Ich-Form schreibt, ist die Lebensgeschichte ein Text, der gemeinsam mit einer zweiten Person verfasst wird. Die Aufzeichnerin hört der Person und ihrer Geschichte zu. Das Schreiben erfolgt für sie und mit ihr.

### **Wie sieht das konkret aus?**

Nachdem vertraglich festgehalten wird, was die Person wünscht, besuche ich sie zwischen fünf und zehn Mal bei sich zu Hause. Ich nehme unsere Gespräche auf und transkribiere sie anschliessend. Dann fängt das eigentliche Schreiben an. Die Texte lege ich der Person dann vor und setze etwaige Änderungswünsche um. Die Leser müssen die Stimme der Person hören, die ihre Geschichte erzählt, nicht meine.

### **Was ist das Ziel der Vereinigung D.I.R.E. (Définir Innover Recueillir Echanger), der Sie angehören?**

Wir sind fünf professionelle Aufzeichnerinnen von Lebensgeschichten und treffen uns zur Intervision. Dahinter steckt die Idee, dass wir uns austauschen, um uns weiterzuentwickeln und die Sichtbarkeit dieses neuen Berufszweigs zu erhöhen.

### **Aus welchen Gründen entsteht der Wunsch, die eigene Geschichte zu erzählen, zumeist im Alter?**

Zunächst einmal stellt sich angesichts des Lebensendes die Frage, welche Spuren man hinterlässt. Darüber hinaus sind ältere Menschen eher verfügbar. Und schliesslich hat man im Alter Zeit, sich auf sich selbst zu besinnen, insbesondere wenn man nicht mehr so mobil und daher viel zu Hause ist.

### **Kann man sich mit der Lebensgeschichte neu entdecken?**

Ja, weil man darauf zurückschaut, was man erreicht hat, sich Fragen stellt, die man sich noch nie zuvor gestellt hat, und sich sagen kann «Was ich erlebt habe, war spannend». Das ist eine Art Reflexion über sich selbst, über das «Wie bin ich zu der Person geworden, die ich jetzt bin?». Es bringt einem sehr viel, mit einer ausserstehenden Person sein Leben Revue passieren zu lassen, und manchmal ist das Erzählen auch eine Erleichterung.

**Emmanuelle Ryser** hat schon immer gerne geschrieben. Sie stammt aus Lausanne, ist 1968 geboren, verheiratet und Mutter einer Tochter im Teenageralter. Seit ihrem 11. Lebensjahr führt sie Tagebuch. 1994 entdeckte sie die Autobiografie ihrer Grossmutter und ihr Interesse für Lebensgeschichten war geweckt. Sie hat Geisteswissenschaften studiert, ist Journalistin und macht eine Ausbildung zur Aufzeichnerin von Lebensgeschichten an der Universität Freiburg.

2012 hat sie sich selbstständig gemacht und sich am Fusse der Kathedrale von Lausanne niedergelassen. Weil sie die Geschichten anderer Menschen zusammentragen möchte, damit man sie nicht vergisst, und sie gerne «ein wenig mit der Poesie flirtet». Sie ist Mitglied der Vereinigung D.I.R.E. (Définir Innover Recueillir Echanger), der fünf Frauen angehören, die Lebensgeschichten aufzeichnen. Sie bietet auch Schreibworkshops und Seminare an.

[www.emmanuelle-ryser.ch](http://www.emmanuelle-ryser.ch)

«Die Rückbesinnung auf das Erreichte kann die Wahrnehmung des alternen Menschen, der zu bestimmten Dingen nicht mehr in der Lage ist, ins Positive umkehren. Das ist eine Möglichkeit zu erkennen: Ich war diese Person und ich bin sie immer noch.»

### **Wie nehmen die Kinder und nahen Angehörigen die Lebensgeschichte eines Elternteils?**

Für die Kinder ist das immer sehr emotional, es ist wie ein kostbares Geschenk. Manchmal kommt es auch vor, dass es die Kinder sind, die möchten, dass die Eltern ihre Lebensgeschichte erzählen! Wenn ein Vater oder eine Mutter von sich selbst erzählt, entwickelt sich die Identität jedes Mitglieds der Familie weiter. Das stärkt die Verankerung in der Familie und vermittelt das Gefühl, Glied einer Kette zu sein.

### **Und Sie, wie sehr berühren Sie diese Begegnungen?**

Was mich am besten berührt, ist diese Lebenskraft. Dass die Personen schwere und schmerzhaft erlebte Momente erlebt haben und jetzt hier sind, das zeigt, dass man diese durchstehen kann. Sie lassen mich an ihrer Intimität teilhaben, und ich verpflichte mich, ihre Geschichte niemals für eigene Zwecke zu verwenden oder ihre Texte anderen zum Lesen zu geben. Vertrauen ist hier das A und O.

### **Kann die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit die Gegenwart beeinflussen?**

Die Rückbesinnung auf das Erreichte kann die Wahrnehmung des alternden Menschen, der zu bestimmten Dingen nicht mehr in der Lage ist, ins Positive umkehren. Das ist eine Möglichkeit zu erkennen «Ich war diese Person und ich bin sie immer noch». Oftmals gibt dies neuen Elan, um die Gegenwart zu leben. Für mich geht es darum, ein Porträt mit allen Ebenen zu zeichnen, die die Person zu einem bestimmten Zeitpunkt ausmachen, mit dem, was für sie wichtig ist und das sie zu dem macht, was sie ist.

### **Gibt es Situationen, in denen Sie es ablehnen, eine Lebensgeschichte aufzuzeichnen?**

Das ist mir noch nicht passiert, aber falls ich instrumentalisiert werden sollte, um alte Rechnungen zu begleichen, Rache zu nehmen oder Familiengeheimnisse zu offenbaren, würde ich Nein sagen. Schwierig wird es auch bei Personen mit Gedächtnisstörungen oder einer beginnenden Demenz. Es ist immer schwer zu beurteilen, ob sie noch frei entscheiden können, was sie erzählen möchten und was nicht. Auf der anderen Seite kann das Lebenszeugnis unter solchen Umständen für die Kinder eine heilsame Wirkung entfalten.

### **Erinnerung und Identität, sind das zwei Seiten einer Medaille?**

Ja, weil das Legen der Spuren, die man hinterlassen möchte, bedeutet, dass man Ordnung in seine Erinnerungen bringen muss. Ich möchte an dieser Stelle Gabriel García Márquez zitieren, der einmal sagte: «Das Leben ist nicht das, was man gelebt hat, sondern das, woran man sich erinnert und wie man sich daran erinnert.» Die Fragen «Wer bin ich?» und «Wie möchte ich, dass man sich an mich erinnert?» stehen im Mittelpunkt meiner Tätigkeit. Ich möchte dazu beitragen, den kleinen Geschichten einen Platz in der grossen Geschichte einzuräumen.

*Ein herzliches Dankeschön an Emmanuelle Ryser für ihre Antworten auf unsere Fragen.*

# Identität gibt's nur im Plural

Von *Lukas Niederberger*


Soziologen und Psychologinnen unterscheiden zwischen der personalen und der sozialen oder kollektiven Identität. Beide dienen dazu, uns in einer Welt von unterschiedlichen Weltanschauungen, Kulturen und politischen Systemen zurechtzufinden. Als Individuen ist es wichtig zu wissen, wer wir sind, wie wir denken und reagieren, was wir ersehnen und fürchten. Analog dazu ist es für eine Gruppe, eine Organisation oder eine Nation wichtig zu wissen, wer und was sie sind und welches ihre Einzigartigkeit, ihre Werte und ihre Fundamente sind, damit sie sich angstfrei mit anderen verbinden können.

### Gefahr der Identitätsreduktion

Eine klare und starke Identität ist unerlässlich. Gleichzeitig ist die Betonung der Identität dann problematisch, wenn Menschen oder Gruppen sich dadurch bewusst von anderen abgrenzen und andere ausschliessen. Der Nobelpreisträger Amartya Sen kritisierte in seinem Buch «Die Identitätsfalle» zudem die Reduktion unserer komplexen Identitäten auf die religiöse und kulturelle Identität. Wenn ein Gewaltverbrechen geschieht, dann steht in der Zeitung meist nur, dass der Täter aus diesem oder jenem Land stammt und dieser oder jener Religion angehört. Aber wir erfahren nicht, ob er Vegetarier, Mozart-Liebhaber, Schreiner, Einzelkind, Fussballer, Heterosexueller, Briefmarkensammler, Blutspender oder ÖV-Benutzer ist.

### Neue Nationalhymne bewirkt Wertediskussion

Seit zwei Jahren leite ich in der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft (SGG) das Projekt zur Schaffung einer neuen Nationalhymne. Diese Suche konfrontiert uns direkt mit der Frage nach der Schweizer Identität. Der Künstlerwettbewerb verlangt, dass sich der künftige Hymnetext an der Präambel der Schweizer Bundesverfassung von 1999 orientiert. In dieser werden die zentralen Werte unserer Gesellschaft genannt: Demokratie, Einheit in der Vielfalt, Freiheit, Frieden, Unabhängigkeit, Solidarität sowie Sorge für die Umwelt, die sozial Schwachen und die künftigen Generationen. In vielen Diskussionen, Interviews und E-Mail-Wechseln stellte ich fest, wie viele verschiedene Vorstellungen von einer Schweizer Identität existieren. Während die einen finden, die Schweiz sei eine christliche Nation, ist sie für andere ein multikulturelles und religiös neutrales Land. Und während die einen die Schweiz vor allem als politisch unabhängige und neutrale Insel betrachten, sehen andere die Schweiz primär als global vernetzte Wirtschaftsakteurin. Gerade die Suche nach einem neuen Nationalhymne-Text führt uns klar vor Augen, dass es keine einzige wahre kollektive Identität gibt, sondern dass es nur eine Identität geben kann, in der verschiedene Perspektiven Platz finden.



**Lukas Niederberger (1964)** ist Geschäftsführer der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft (SGG). Daneben wirkt er als Autor, Berater, Kursleiter, Referent, Ritualbegleiter sowie als Vorstandsmitglied sozialer Institutionen. Der Theologe war von 1995–2008 in der Leitung des Bildungszentrums Lassalle-Haus bei Zug tätig.



# NESCAFÉ

## Eine Erfolgsgeschichte seit mehr als 75 Jahren

**NESCAFÉ ist heute eines der beliebtesten Getränke der Welt. Weltweit werden heute mehr als 5500 Tassen NESCAFÉ pro Sekunde getrunken. NESCAFÉ ist in über 180 Ländern vertreten und erfindet sich immer wieder neu.**

Von *Christoph Weber*, Product Manager Beverages Nestlé Professional

Im Jahr 1929 stellt sich der Nestlé-Verwaltungsratspräsident Louis Dapples die ungewöhnliche Frage, ob man lösliche Kaffeewürfel herstellen kann. Nach vier Jahren Forschung entdeckt der Chemiker Max Morgenthaler im Jahr 1933, dass die Kaffeearomen mittels zugesetzten Kohlenhydraten länger erhalten werden können. Fünf Jahre später, im April 1938, wird ein löslicher Kaffee namens NESCAFÉ auf dem Schweizer Markt eingeführt. Bereits zwei Jahre später trinken die Menschen in dreissig verschiedenen Ländern NESCAFÉ. 1952 wird NESCAFÉ weiterentwickelt, es gelingt, einen löslichen Kaffee ohne zugefügte Kohlenhydrate herzustellen. Dadurch wird NESCAFÉ zu einem Produkt aus 100 Prozent reinem Kaffee. Dreizehn Jahre später, im Jahr 1965, wird die Qualität nochmals deutlich gesteigert – «NESCAFÉ Gold Blend», ein gefriergetrockneter löslicher Kaffee, wird eingeführt.

Seit 2008 hat NESTLÉ die Qualität des NESCAFÉ nochmals deutlich gesteigert. Gegenwärtig gibt es ein breites Sortiment an Kaffeemaschinen von NESTLÉ PROFESSIONAL, welche die Zubereitung von NESCAFÉ perfektioniert und die Bedürfnisse der heutigen Zeit aufgenommen haben. Ausserdem gibt es heute löslichen NESCAFÉ, der mit gemahlenem Kaffee und Kaffeeölen angereichert ist.

Die verschiedenen Kaffeemaschinenmodelle von NESTLÉ PROFESSIONAL garantieren Ihnen eine Vielfalt an Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck für kleines Geld. Durch die einfache und schnelle Bedienung sind unsere Maschinen wie gemacht für den Kaffeegenuss im Carebereich. Ohne Mehraufwand können Sie Ihren Bewohnern Kaffee, Espresso, Latte Macchiatos oder Cappuccinos servieren. Die Kaffeemaschine von NESCAFÉ ALEGRIA zeichnet sich zudem durch einen geringen Reinigungsaufwand aus. Durch die Verwendung von Milchpulver haben Sie keine Probleme mit Keimen.

Informieren Sie sich unter [www.nescafe-solutions.ch](http://www.nescafe-solutions.ch)  
oder lassen Sie sich beraten [beverage@ch.nestle.com](mailto:beverage@ch.nestle.com)



© Nestlé Professional

### Nescafé Alegria 8 / 120

Die perfekte Maschine für Spitäler und Heime. In kürzester Zeit lassen sich grosse Mengen Kaffee, Cappuccino und Espresso aufbrühen. Reinigung und Unterhalt spielen keine Rolle. Im Gegenteil: keine täglichen Reinigungsprozesse, keine Investitionskosten, dafür bester Kundenservice, Schulung und Beratung.

# Erzählen, zuhören und austauschen im Erzählcafé

**Erzählen ist vielen älteren Menschen seit ihrer Kindheit vertraut. Es bedeutet, Geschichten aus dem Leben weiterzureichen, zuzuhören und zusammen zu sein. Café steht für die vertrauliche Atmosphäre, in der erzählt wird, ein Ort des Plauderns, des ungezwungenen Gedankenaustauschs.**

Von *Franziska Raschle*

Das Erzählcafé ist eine Möglichkeit zur Biografiearbeit mit älteren Menschen. Es versteht sich als niederschwelliges Bildungsangebot, in dem es den reichen Erinnerungsschatz eines langen Lebens bewusst macht. Über Lebensgeschichten kommt man leicht miteinander ins Gespräch; das Erzählcafé spricht zurückgezogen lebende wie auch aktive ältere Menschen an und geht auf ihre unterschiedlichen Lebenserfahrungen ein. Sogar Menschen mit einer beginnenden oder mittleren Demenz können problemlos in eine Gruppe integriert werden. Da Erinnerungen aus dem früheren Leben geweckt werden, die im meist noch intakten Langzeitgedächtnis gespeichert sind, kann durch die Teilnahme am Erzählcafé das Selbstwertgefühl gesteigert werden.

### Entstehung

Das Erzählcafé ist vor ca. 30 Jahren in Deutschland (Frankfurt, Berlin) entstanden, als ein Angebot zum Austausch zwischen den Generationen. In der Schweiz wird es in den letzten Jahren in der Biografiearbeit mit älteren Menschen erfolgreich angewendet. Die Adaption des deutschen Modells für Schweizer Verhältnisse verdanken wir Ursula Caduff-Hinrichs aus Chur, die im Rahmen ihrer Diplomarbeit 2002 an der SAG Schule für Angewandte Gerontologie in Zürich das Erzählcafé als Pilotprojekt durchführte.

Durch meine Arbeit als Pflegehelferin im Altersheim wurde mir bewusst, wie hilfreich das Wissen um die Lebensgeschichte eines Heimbewohners in der Pflege sein kann. So interessierte ich mich immer intensiver für die Biografiearbeit. Bei Ursula Caduff habe ich in Chur und bei der SAG in Zürich verschiedene Kurse in Biografiearbeit sowie über Durchführung und Moderation des Erzählcafés besucht. Überzeugt und begeistert von diesem Modell bin ich 2005 an Pro Senectute Appenzell Innerrhoden gelangt mit dem Wunsch, in Appenzell ein Erzählcafé für ältere Menschen aufzubauen. In den vergangenen 10 Jahren habe ich pro Semester je 3 bis 4 solcher Anlässe vorbereitet und durchgeführt.



*Franziska Raschle, Leiterin des Erzählcafés von Pro Senectute Appenzell Innerrhoden.*

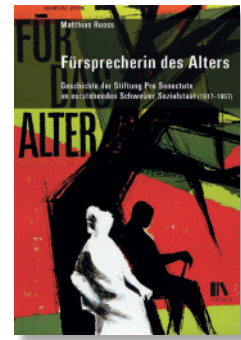
### Sinn und Zweck des Erzählcafés

Das Erzählcafé ermöglicht Kontakte zwischen älteren Menschen und bringt Abwechslung in den oft eintönigen Alltag von Seniorinnen und Senioren. Durch das Erinnern, Erzählen und Austauschen können die Teilnehmenden den Wert des eigenen Lebens erkennen und wertschätzen. Phasen der eigenen Entwicklung in einem langen Leben werden reflektiert: Wodurch bin ich zu dem geworden, was ich heute bin? Eine neue positive Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeit durch das Erinnern stärkt die Identität. Neue Interessen können entdeckt und in Vergessenheit geratene Tätigkeiten und Hobbys wieder aufgenommen werden. Aus den Erfahrungen der früheren Lebensjahre kann die Gegenwart bewusster gestaltet und Ideen für die Zukunft gewonnen werden.

## Fürsprecherin des Alters

Matthias Ruoss, Zürich: Chronos, 2015

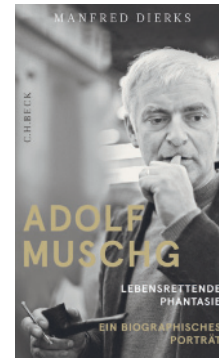
Viele haben schon von ihr gehört, und die meisten wissen auch, für wen und was sie heutzutage einsteht: die Stiftung Pro Senectute. Während sich die grösste gemeinnützige Organisation im Bereich der Altersvorsorge in der Schweiz grosser Bekanntheit erfreut, liegt ihre Entstehungsgeschichte weitgehend im Dunkeln. Die vorliegende Studie zeigt mit ihrer wissens- und politikhistorischen Perspektive auf, welche Rolle die 1917 gegründete «Fürsprecherin des Alters» beim Aufbau des Sozialstaats spielte und wie dieser ihre private Fürsorgearbeit prägte.



## Adolf Muschg: Lebensrettende Phantasie

Manfred Dierks, München: C.H.Beck, 2014, E-Book

Adolf Muschg, 1934 geboren, ist an der Zürcher Goldküste aufgewachsen. Der Vater kennt nur eine Autorität, unter die er seine gesamte Familie zwingt: die reformierte Bibel. Nach seinem Tod lebt die sehr viel jüngere, depressive Mutter mit ihrem Sohn in enger Symbiose. Der Junge hat eine Rettungsfantasie, die ihm hilft, durchzuhalten: Schriftsteller werden. Zunächst aber wird er Lehrer am Gymnasium in Zürich, dann Lektor in Japan, später Professor an der ETH in Zürich. Da ist nach Kritiken und Essays auch sein Debütroman erschienen. Heute ist Muschg einer der wichtigsten deutschsprachigen Schriftsteller.



## «Lebensgeschichten hörbar machen, die sonst kein Gehör finden»

Johanna Kohn, Sozial aktuell, 2015, H. 4, S. 7–9

Sich erzählend erfahren, dabei den roten Faden im eigenen Leben entdecken und auf ungeahntes Potenzial stossen – das wird im Erzählcafé möglich. Wie gross das Interesse an dieser Form der Biografiearbeit ist, nicht nur in der sozialen Arbeit, sondern auch im Gesundheits- und Bildungsbereich, zeigte die erste nationale Veranstaltung zum Thema von Mitte Februar dieses Jahres.



## Wo war ich noch mal? Autobiografie

John Cleese, München: Blessing

Als im September 1969 die erste Folge von Monty Python's Flying Circus gedreht wurde, war John Cleese knapp dreissig Jahre alt. Bis zu diesem Moment hatte das Leben bereits schwerwiegende Fragen aufgeworfen. Hatten die Deutschen kurz nach seiner Geburt sein unbedeutendes englisches Heimatdorf tatsächlich nur bombardiert, um zu beweisen, dass sie doch Sinn für Humor besaßen? Warum hatte man ihn für seinen ersten ernsthaften Bühnenauftritt als Luzifer ausgerechnet in Strumpfhosen gesteckt? In seiner Autobiografie zeichnet John Cleese ein Porträt des Künstlers, um diesen und vielen anderen Fragen auf den Grund zu gehen.



**Medien-Ausleihe:** Pro Senectute Bibliothek  
Bederstrasse 33 · 8002 Zürich  
044 283 89 81 · bibliothek@prosenectute.ch  
www.prosenectutebibliothek.ch  
**Öffnungszeiten:** Mo, Mi und Fr: 9 bis 16 Uhr  
Di und Do: 9 bis 19 Uhr

# Nationale Fachtagung care@home

Wir werden älter – und gewinnen Jahre in relativ guter Gesundheit. Werden wir noch älter, dann sind wir in den allermeisten Fällen auf Unterstützung und die Hilfe anderer Menschen angewiesen – seien dies Angehörige, Nachbarn, Freunde oder professionell Tätige. Die Sorge um andere ist ein Thema, das in einer Gesellschaft des langen Lebens, zu der sich die Schweiz entwickelt, rasch an Bedeutung gewinnt.

Pro Senectute lädt Sie zur 3. Nationalen Fachtagung «care@home» vom 24. Mai 2016 nach Biel ein. Das Programm der Tagung ist vielversprechend: Der an der Hochschule für Soziale Arbeit der Fachhochschule Nordwestschweiz lehrende Sozialwissenschaftler Carlo Knöpfel beleuchtet die Zukunft von Betreuung und Pflege in einer Gesellschaft des langen Lebens. Eigene Akzente setzt Jérôme Cosandey von der wirtschaftsnahen Denkfabrik «Avenir Suisse».

Ausserdem gibt es Workshops, die sich dem Thema der Tagung von unterschiedlichen Seiten her annähern – unter anderem mit der Pflegewissenschaftlerin Iren Bischofberger, Prorektorin der Kalaidos Fachhochschule, mit Antonia Jann, Expertin für das Wohnen im Alter, sowie mit dem Wirtschaftshistoriker und Demografen Michel Oris, der ein breit angelegtes Forschungsprojekt zur Situation älterer Menschen in der Schweiz leitet. Die nationale Fachtagung wird die einzigartige Gelegenheit bieten, sich umfassend über den Stand der Debatte zur Sorgearbeit im Alter zu informieren und zusammen mit Fachleuten darüber zu diskutieren, wie ein gutes Leben im Alter zu Hause für möglichst viele Menschen Wirklichkeit werden kann.

Jetzt  
anmelden!

Sichern Sie sich rechtzeitig einen Platz! Melden Sie sich noch heute für die Fachtagung von Pro Senectute an. Informationen und Anmeldung unter [www.care-at-home.ch](http://www.care-at-home.ch)

### Impressum

**Herausgeberin:** Pro Senectute Schweiz, Lavaterstrasse 60, Postfach, 8027 Zürich, Telefon 044 283 89 89, [kommunikation@pro-senectute.ch](mailto:kommunikation@pro-senectute.ch), [www.pro-senectute.ch](http://www.pro-senectute.ch)

**Erscheinungsweise:** 4x jährlich

**Redaktion:** Simon Fischer

**Übersetzung:** Pro Senectute Schweiz, Semantis Translation AG

### Gemeinsam werden wir Mützionär

«Das grosse Stricken» geht in die nächste Runde. Und dafür hat sich innocent ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: eine Million kleine Mützen in der Schweiz, Deutschland und Österreich zu sammeln.

Jedes Jahr stricken Tausende Freiwillige mit. Stricken auch Sie in diesem Jahr mit und helfen, den Schweizer Rekord aus dem Vorjahr von unglaublichen 194'967 Mützchen zu toppen. Wer weiss, vielleicht holt sich die Schweiz ja den Mützchen-Meister-Titel vor Österreich und Deutschland, die im letzten Jahr nur einen kleinen Vorsprung hatten.

Egal wie vielen Mützchen Sie stricken, bitte schicken Sie sie ein, sobald sie fertig sind. Denn sobald eine Million Mützchen zusammengekommen sind, werden sie auf die Smoothies gesetzt und innocent spendet für jede verkaufte Flasche mit Mütze 30 Rappen an Pro Senectute. So helfen auch Sie, Schweizer Senioren in finanzieller Notlage warm und gesund durch den Winter zu bringen.

Weitere Infos, Strickanleitungen und mützliche Inspirationen finden Sie auf [www.dasgrossestricken.ch](http://www.dasgrossestricken.ch)

