

# Die Wahrnehmung der Langzeitpflege in der Deutschschweiz



## Ergebnisse eines Medien- und Webpagemonitorings

Stephanie Greiwe, FHNW



**Wie sprechen Medien und Alterspflegeeinrichtungen in der Deutschschweiz über die Langzeitpflege und über die Zielgruppen? Diese Frage stand im Mittelpunkt eines gemeinsamen Forschungsprojektes der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, von infonlinemed und der dedica Genossenschaft. Dafür hat das Projektteam mehr als 1000 Webpages von Alterspflegeeinrichtungen in der Deutschschweiz und rund 150 000 Medienbeiträge in Deutschschweizer Medien seit dem Jahr 2010 analysiert.**

Im COVID-Jahr 2020 hat sich die Berichterstattung über Alterspflegeeinrichtungen in der Deutschschweiz mehr als verdoppelt. Waren es im Jahr 2019 noch rund 8500 Medienbeiträge, in denen es (auch) um Alterspflegeeinrichtungen ging, so erhöhte sich diese Zahl im Jahr 2020 auf fast 20 500. Dabei wurde die Medienberichterstattung über Alterspflegeeinrichtungen vom Coronavirus dominiert. An der Spitze der am häufigsten verwendeten Begriffe stehen zwar «Kanton», «Personen» und

«aber», jedoch folgt «Coronavirus» mit fast 128 000 Nennungen bereits an vierter Stelle. Auch «Fälle» (83 305 Nennungen), «BAG» (52 565), «Coronakrise» (50 162) und «Quarantäne» (48 300 Nennungen) tauchten im Jahr 2020 häufig im Zusammenhang mit Alterspflegeeinrichtungen auf. In den Beiträgen der Jahre 2015 bis 2019 kommen vor allem Begriffe wie «sterben» (Zunahme von 87 Prozent) und «Demenz» (plus 86 Prozent) deutlich häufiger vor als noch in den Jahren 2010 bis 2014.

Und wie bezeichnen sich die Alterspflegeeinrichtungen in der Deutschschweiz selbst? 25 Prozent der Einrichtungen nennen sich in ihrer offiziellen Bezeichnung «Alters- und Pflegeheim», weitere 25 Prozent Alterszentrum. Der in den Medien an erster Stelle stehende Begriff «Altersheim» wird nur von 9 Prozent der Einrichtungen selbst aktiv verwendet. Auch wenn sich also weniger als 10 Prozent selbst als Altersheim bezeichnen: «Altersheim» taucht in den vergangenen zehn Jahren bei Google-Suchen in der Schweiz etwa dreimal so häufig auf wie «Pflegeheim».

Medien sprechen im Zusammenhang mit Alterspflegeeinrichtungen vor allem von «Bewohnern» (27. Rang; 58 000 Nennungen seit 2010). Aber Bezeichnungen wie «Patienten» und «Betroffene» verzeichnen deutliche Zuwachsraten. Die Alterspflegeeinrichtungen in der Deutschschweiz sprechen ihre Zielgruppe auf der ersten Seite ihrer Webpage primär mit «Bewohnerinnen und Bewohner» an.

Auch wenn das Medienmonitoring gezeigt hat, dass die Berichterstattung aktuell von Corona dominiert wird, sollten sich Pflegeeinrichtungen bewusst sein, dass sie beeinflussen können, was und wie über sie berichtet wird – zum Beispiel indem sie gezielt über positive Ereignisse informieren. Auch durch eine bewusste Sprachwahl bei der Berichterstattung über sich selbst und bei der Ansprache der Zielgruppen auf der eigenen Website können einheitliche und positive Bilder entstehen.

Stephanie Greiwe, Dozentin für Marketing FHNW, 062 957 22 87, [stephanie.greiwe@fhnw.ch](mailto:stephanie.greiwe@fhnw.ch)

➤ Weitere Informationen zum Thema unter: [kongress.dedica.ch](https://kongress.dedica.ch)