

Fixstern im Alltag

Zum Ausklang des Jubiläumsjahres 2024 blicken wir erneut in alte Ausgaben des Mitgliedermagazins. Diesmal: 1984 bis 2005.

Text: Bruno Habegger

«mmch» hiess das Magazin damals, 1984, und umfasste 66 dicht beschriebene Seiten, ungestaltet, dem Schriftbild nach ausgespuckt aus den ersten Computern und klassischen Schreibmaschinen. Endlose, dicht beschriebene Seiten mit einem akademischen Touch. 1984 erschien auch der erste Apple-Computer und definierte IBM den PC-Standard. Der 3D-Drucker wurde erfunden. Und im Radio liefen Hits, die bis heute Popmusik definieren – die 80er waren wohl das coolste Jahrzehnt der Neuzeit. Immerhin: Das Magazin liess sich anstecken, schrumpfte öfters im Umfang, wurde spielerischer, enthielt auf einmal mehr Bilder, Zeichnungen und Rätsel für Kinder. Jedoch war man nicht immun gegen äussere Einflüsse: So durfte etwa die umstrittene Rudolf-Steiner-Schule in der Ausgabe 2/1984 für sich werben.

Die ersten Inserate kommen – und Albin

In der Nummer 3/1987 tauchte ein alter Bekannter im Impressum auf: Albin Koller. Er sollte die Geschicke des Magazins bis 2019 leiten. Seine Spuren hinterliess er gleich zu Beginn mit einem Farbwechsel des Magazins von Rot zu Türkis. Das Magazin begann zu leben, enthielt gestalterische Elemente, Zeichnungen und Fotos – eine

Wundertüte voller Informationen und Tipps praktischer Art sowie persönlicher Erfahrungen. Und Trouvailler wie diese: In der Ausgabe 3/1989 findet sich ein Hinweis auf den VCS-Bahnbegleitdienst und die «Ausweiskarte für Invalide». Schön auch die «anstössigen Gedankensplitter»: Willi Hangartner schreibt über die Inklusion. «Damit Behinderte nicht auffallen, hilft man ihnen. Und dafür sollen sie dann auch dankbar sein.»

Interessant der Spina-bifida- und Hydrocephalus-Ausweis, der im Heft 2/1992 vor gestellt wurde, «ein Muss für die Ferien, nützlich im Alltag». Er enthielt alle wesentlichen medizinischen Informationen.

1993 dann ein neuer Schritt: Das mmch-Magazin nahm Inserate entgegen, «um viermal jährlich erscheinen zu können», heisst es in der Erklärung zum Aufruf, im Heft zu inserieren. Anfänglich mit bescheidenem Erfolg. Eine Anzeige für «Minitrac» – ein Zuggerät – tauchte auf der vierten Umschlagseite als Erstes auf. Ab 1994 wurde die Typografie einheitlicher, denn in einem professionellen Umfeld fühlen sich Inserenten «wohler».

Das Internet kommt!

Erinnert sich jemand an den Spezialwagen für Gruppenreisen im Rollstuhl? Diesen bauten die SBB aus Anlass des 700-Jahr-Jubiläums der Schweiz. Mit eingebauter Hebebühne, einem Grossraumabteil mit 16 Stellplätzen für Rollstühle und 29 Sitzplätzen.

Und mit einem Lavabo mit sensorgesteuertem Wasserhahn. Ebenfalls enthalten: Eine Hi-Fi-Anlage für Tonbänder und CD (selbst mitzubringen). Eine Solaranlage auf dem Dach diente als zusätzliche Energiequelle. Auch ohne Lok im Stillstand funktionierten die Hebelifte und die WCs... Die schöne Beschreibung in Heft 1/1997 lässt einen doch ratlos zurück: Was haben die SBB die vergangenen Jahrzehnte gemacht? Noch ist der ÖV nicht durchgehend barrierefrei, wie im selben Heft vehement gefordert wurde.

1999. Kurz vor dem Jahr-zweitausend-Bug, der grossen Anomalie in den Computersystemen, wer erinnert sich noch? Das mmch-Magazin hatte ein einheitliches Schriftbild erhalten, die Bilder und Inserate waren allerdings immer noch schwarzweiss. Die Sprache war jedoch immer noch ein wenig wissenschaftlich, ein wenig amtlich, immer wieder durchbrochen von Berichten der Selbstbetroffenen, kurz und bündig, oft auch in Mundart. So suchten Monika Galli und Jolanda Meier im Heft 1/2000 einen neuen Namen für die Jugendtreffen: «Ond mer findä, dass äs von jedär Altersgruppä än Verträttä brucht.» Bemerkenswert: In derselben Ausgabe tauchten die ersten Inserate der «Folsäure Offensive» von Skiweltmeisterin Maria Walliser auf. In der Ausgabe 3/2000 dann der Quantensprung ins Internet. «Herzlich Willkommen auf sbh-ch.ch!» ist das Begrüssungswort überschrieben. Das Internet habe «für unsere Selbstbetroffenen eine weite Türe zu einer schnellen, ja weltweiten Mobilität aufgemacht, die vorher durch mühsame und kaum überwindbar scheinende Hinder nisse verschlossen war», schrieb der neue «Zentralpräsident SBH» Dr. med. Hermann Winiker. Den nächsten Entwicklungsschritt

machte das Magazin mit der Ausgabe 1/2003 mit einem neuen Kleid. Es erhielt das altbekannte «Apothekerlogo» auf dem Cover, schärfere und bessere Bilder mit einem eleganten, leichten Grünstich – und die Themen der Eltern und Selbstbetroffenen erhielten ein grösseres Gewicht, der akademische Ton wurde leiser.

Zukunft

Damit endet unser Streifzug durch die Archive der Informationsschrift der SBH Schweiz. Das Magazin reflektiert die Entwicklung der Vereinigung von einem losen Bund regionaler Vereinigungen zu einer starken SBH Schweiz mit selbstbestimmten Regionen, die viel für den Informationsaustausch unter den Eltern und Selbstbetroffenen tun. Das gedruckte Magazin heisst heute «SBH Info» und wird stark von Selbstbetroffenen geprägt, die sich wiederum häufiger im Rahmen der «Tour de Suisse» treffen – ein grosser Erfolg. Braucht es ein gedrucktes Magazin auch im Zeitalter der sozialen Medien noch? Gerade jetzt! Das Internet ist verseucht, Falschinformationen und Hetze prägen die sozialen Medien. Gerade jetzt braucht es einen Fixstern, mit dessen Hilfe unsere Familien sicher ihren Weg durchs Leben mit Spina bifida und Hydrocephalus finden. Das soll «SBH Info» sein, heute und in Zukunft.





Das Redaktionsteam von «SBH Info»

Das Redaktionsteam ist ein bunter Haufen von Eltern und Selbstbetroffenen, unterstützt durch die SBH-Schweiz-Geschäftsleiterin Hanny Müller-Kessler. Wir organisieren uns mit Hilfe von ClickUp.com – das reduziert den Sitzungsbedarf und die Reisetätigkeit. Außerdem ermöglicht es jedem Mitglied, Teil des Redaktionsteams zu werden, um mit interessanten Themenvorschlägen und neuen Ideen zu inspirieren, das Magazin zu entwickeln. Es soll zuverlässige und relevante Informationen für alle Menschen liefern, die mit Spina bifida und Hydrocephalus leben.

Den Zeitaufwand bestimmt jedes Redaktionsmitglied selbst. Wir suchen nicht Schreibtalente, sondern Menschen, die brennende Themen erkennen. Mit professioneller Unterstützung wächst jedes Redaktionsmitglied an der Aufgabe und stärkt sein Selbstbewusstsein. Der Einstieg ist einfach, ein Mail an redaktion@spina-hydro.ch genügt.