

Forum



**Feel your power**

Dass wir mit unseren eigenen Prämien mit-helfen, dass wir in der weissen Schürze als Teufel des Gesundheitswesens dargestellt werden, kann uns wohl nicht mehr erschüt-tern. Es fragt sich nur, ob die gut bezahlten Damen und Herren von der Stiftung 19 ihr Projekt mit den an der Front tätigen Ge-sundheitsförderungsinstitutionen geplant haben oder ob sie eigenmächtig diese Prä-miengelder sinnlos hinausschmeissen. Bei den AIDS-Kampagnen des Bundes lässt sich in letzter Zeit auch unschwer feststellen, dass man immer provozierender wird, der Effekt beim Zielpublikum aber ständig ab-nimmt. Besonders unerfreulich ist diese Ak-tion der Stiftung, wenn ein eigener Antrag auf bescheidene finanzielle Unterstützung für die Auswertung einer seit bald 10 Jah-ren laufenden ärztlichen Gesundheitsunter-suchung und -beratung am Arbeitsplatz von Handwerkern (Risikofaktoren Herz-Kreislauf, Rauchen, Ernährung, Rücken) mit fadenscheinigen Argumenten abgelehnt wurde.

*R. Ott, Biel-Benken*

**Feel your power**

Ich persönlich finde die Kampagne gut; ver-setzen Sie sich ins Zielpublikum – ätzend kommt an, cool ist in. Jene, die mit der Sprache Goethes kommuni-zieren wollen, sollten die zu vermittelnden Inhalte bereits kennen. Setzen sie diese nicht um, ist doch auch dort «Hopfen und Malz verloren».

*R. Stahlberger, Bad Ragaz*

**Feel your power**

Das Problem der Kampagne liegt darin, dass sie mit ihren ironischen «Anti-Sprüchen» wahrscheinlich ein eher gut gebildetes, gut informiertes Publikum (z.B. im Tagesanzei-ger-Magazin) erreicht, welches sich der ne-gativen Auswirkungen des Rauchens und des Vorteiles genügender Gemüsezufuhr schon lange bewusst ist. Tiefere soziale Schichten und fremdländi-sche Personen, welche von aufklärenden In-formationen bezüglich gesundheitlicher Primärprävention sicher mehr profitieren würden, verstehen wahrscheinlich kaum die Botschaften der Inserate.

*M. Güntard, Winterthur*

**Feel your power**

Je serais curieux de savoir sur quelles étu-des le principe en a été fondé, ou si cette campagne résulte simplement des élucbra-tions de je ne sais quel publicitaire zurichois, dont on reconnais le style léger habituel des publicités TV en Suisse.

*P. Meylan, Lausanne*

**Feel your power**

Eine Kampagne der anderen Art. Die Aus-sagen sind als solche wahrscheinlich der Mehrheit der Bevölkerung bekannt, werden aber nur mässig umgesetzt. Motivationen auf witzige Art helfen eventuell mehr als der erhobene Zeigefinger. Das Zielpublikum ist riesig, ein Teil wird dadurch sicher ange-sprochen.

*O. Suter, Suhr*

**«Feel your Power»**

Sehr geehrter Herr Dr. Brunner  
Ich habe mit Erstaunen und Befremden Ihre Reaktion gegenüber der Kampagne «Feel your Power» in der Schweizerischen Ärzte-zeitung [1] gelesen. Die Reaktion der «Basis» ist gar nicht so einstimmig dagegen und die Gegnerschaft könnte sich teilweise auch dadurch erklären, dass mit einer solchen Kampagne den Ärzten der Überlebensast angesägt wird.

Sie glauben, dass mit einer Präventionsstrategie die gesamte Bevölkerung und dazu noch «deren mentale Struktur» erreicht werden soll. Ich möchte Sie bitten, mir eine Kampagne zu nennen, welche auch nur annähernd an dieses Ziel herangekommen ist. Die Zunahme der Wohlstandskrankheiten ist erschreckend, und eine Kampagne, welche vielleicht nur einen Teil der Betrof-fenen erreicht, ist hochwillkommen. Wir sind ja schliesslich auch recht zufrieden, wenn ein Tumorleiden in einem gewissen Prozentsatz auf eine Chemotherapie an-spricht. Wahrscheinlich haben Sie aber die Unterlagen der Kampagne nicht richtig stu-diert: Die Sprache, welche Sie antönen, «ab-gefuckt, cool, geil etc.», findet sich nirgends. Soweit mir bekannt ist, sind Sie Mitglied des Stiftungsrates der Schweizerischen Stiftung für Gesundheitsförderung. Nehmen Sie an den Sitzungen teil?

*B. Küchler, Einsiedeln*

1 Brunner HH, Deschenaux F-X. Kampagne «Feel Your Power». Schweiz Ärztezeitung 2000;81(15):775.

**Prävention mit Mitteln der Inquisition?**

Dr. Luzi Fehr – ein Kind der nationalen KVG-Stiftung (sog. «Stiftung 19») soll unserer Be-völkerung gesundheitsförderndes Verhalten näherbringen. Zu diesem Zweck werden vereinfachte Gesundheits- und Krankheits-tips verbreitet. Die Verbindung der Schwei-zer Ärztinnen und Ärzte FMH empfangen ihren neuen Standeskollegen allerdings mit wenig Freude (vgl. SÄZ Nr. 15/2000). IFAS (Inter-nationales Forum für Aufklärende Wissen-schaft) teilt die Skepsis der FMH.

Einerseits werden vereinfachte Gesund-heitstips «Essen Sie vielseitig [...]» moralisch zusammengefasst («Gut ist, wer gut isst» oder «fit oder fett [...] wie fühlt man sich bes-ser?»). Andererseits werden durch die mora-lisierenden Krankheitstips («Achten Sie dar-auf, dass Sie den Tabakrauch tief einziehen») Schuldgefühle verbreitet. Der gehörnte Dr. Luzi Fehr soll die Sünden der Konsumge-sellschaft anprangern. Die Parallelen zwi-schen der Präventionskampagne und mit-telalterlichen Inquisitionsmethoden liegen auf der Hand: mit der Schuld arbeiten und erst noch den Teufel dafür einspannen. Zum Teufel, welches Menschenbild steckt eigent-lich dahinter?

Sind hungernde Menschen schlecht, weil sie sich nichts, wenig oder nur billiges (nichts Gutes) leisten können? Haben sich Ange-stellte, die sich an ihrem Arbeitsplatz nicht, nur ungenügend und ungesund bewegen dürfen, dem Teufel verschrieben? Alle Men-schen haben gemäss den Vereinten Natio-nen ökonomische, soziale und kulturelle Rechte. Die ökonomischen Möglichkeiten lassen solchen Ratschläge immer weniger Raum. In diesem Kontext mit verstecktem «Zeigefinger» Eigenverantwortung zu pre-digen, fördert dann wohl auch eher das schlechte Gewissen als die Gesundheit. Eine solche Strategie ist unserer Meinung nach unsensibel und verkauft 7,5 Mio Konsu-menten/-innen – Sponsoren/-innen der Stiftung – für dumm.

Wir stellen auch die Grundlagen (wissen-schaftliche Daten und Erhebungen) dieser Kampagne in Frage. Diese werden in der Pressemappe nämlich ebensowenig ersicht-lich wie das Budget und das Evaluations-konzept. Für 9 Mio. Schweizer Franken er-warten wir schon etwas anderes. Als inter-nationale Bildungs- und Menschenrechts-organisation in den Bereichen Wissenschaft und Gesundheit setzen wir uns für unvor-ingenommene und umfangreiche Auf-klärung in wissenschaftlichen Gebieten ein und verfügen über die nötige Fachkompe-tenz. Im Zeitalter der Informationsgesell-schaft sollten nicht solche fragwürdigen und teuren «Hexenaustreibungen» betrie-ben, sondern sensible faktenbezogene Ge-sundheitsbotschaften vermittelt werden.

*M. Baumgartner  
IFAS, Bern*