

USable

E. Taverna

Nützliche und gute Ideen sind immer gefragt. Darum gibt es haufenweise Ideenwettbewerbe und Preisausschreiben, inländische und transatlantische, wie jene von der deutschen Körper-Stiftung, die den Transfer von guten Ideen aus den USA zum dritten Mal fördert und belohnt. Alles, was über den Atlantik fliegt und im Land der unbegrenzten Möglichkeiten auf eine Einrichtung stösst, die im eigenen Land zur Verbesserung des Alltags beitragen könnte, ist willkommen. «Gute Ideen aus den USA» nennt sich die Sammlung aus dem stiftungseigenen Verlag, die rund 200 prämierte Ideen aus über 1500 eingereichten Beiträgen veröffentlicht. Innovative Konzepte und vorbildliche Einrichtungen, soziale Programme und zündende Projekte werden kurz beschrieben und kommentiert. Sie wurden teilweise bereits adaptiert und weiterentwickelt, oft mit einem Startbeitrag von der Stiftung. Manche Beobachtungen betreffen das Gesundheitswesen.

Zum Beispiel der «Breast Day» als Aufruf am Fernsehen zur Selbstuntersuchung. An einem Tag im Monat werden in Virginia TV-Spots gezeigt, die Frauen erinnern und anleiten sollen. Oder das Projekt LEAD als Beispiel für eine Patientenlobby, die 500 lokale Brustkrebsorganisationen zusammenschliesst. LEAD steht für «Leadership, Education and Advocacy Development», ein Programm, das Aktivistinnen schult, Überlebende oder Angehörige, die ihre Interessen öffentlich vertreten lernen. Der Unterricht, dem auch Frauen ohne Vorbildung folgen können, umfasst Diagnose und Behandlung von Brustkrebs, Krebsentstehung, Vererbungslehre, Zellzyklus, Immunologie, Krebsregister, Epidemiologie und klinische Studien. Politische Entscheidungsträger und Gesundheitsbehörden suchen heute die Zusammenarbeit mit LEAD. Vermutlich wäre mit einer derartigen Organisation das Thema Mammographiescreening bei uns schon längstens vom Tisch ...

Oder das «Living Museum» im New Yorker Stadtteil Queens, in dem Künstler mit Patientinnen und Patienten zusammen arbeiten. Das therapeutische Ziel ist ein gesteigertes Selbstwertgefühl. Der Kranke soll durch seine Kunst wieder handlungs- und entscheidungsfähig werden, vielleicht sogar als Künstler eine neue Identität finden. Die Themen sind bewusst auf den Alltag ausgerichtet: Zuhause, Arbeitsplatz, Garten, Kirche, Krankenhaus usw. Bildliche und sprachliche Äusserungen sind als Installation zusammengefügt und nach Voranmeldung auch öffentlich zugänglich. Kunst wird als Brücke zur Aussenwelt therapeutisch nutzbar gemacht.

Oder «Vial of Life», die lebensrettende Schachtel an der Kühlschrantür in Kalifornien. Senioren und Behinderte besorgen sich das Ding bei der staatlichen Altenbehörde. Aussen steht die Notfallnummer und innen sind alle wichtigen Informationen aufgedruckt: Personalien, Allergien, Krankheiten, Medikamente usw. Spitexdienste und Spitäler geben die gesponserte Schachtel gratis ab und erinnern jährlich per Postkarte die Besitzer daran, die Informationen auf den neusten Stand zu bringen. Wer mit alten Menschen zu tun hat, ist geschult, nach der Box zu schauen.

Oder der «Family Van», der Kleinbus mit medizinischem Personal und Beratern als rollendes Team, das regelmässig Obdachlose und Drop-outs betreut. Auch hierzulande existieren medizinisch schwierig zu versorgende Randgruppen mit schwerwiegenden Problemen. Oder ausserschulische Gesundheitszentren, die in Empfängnisverhütung und Drogenprävention unterrichten; oder der von Laien bedienbare automatische Defibrillator, der wie die Feuerlöscher die Flughäfen von Chicago bedient; oder die sparsamen Apotheker, die rezeptierte Tabletten per Wochenration abgeben; oder das «Animal-Assisted-Therapy-Team», das regelmässig mit seinen Tieren Altersheime, Spitäler und Pflegeeinrichtungen besucht. Hunde, Katzen, Vögel und selbst Pferde werden als «Pet Partners» trainiert. Vierbeinige Therapeuten sind ständig gesucht, und natürlich hat auch da Kalifornien die Nase vorn.

Viele Vorschläge betreffen das Bildungswesen, das Zusammenleben in der Gemeinde, die Arbeit, öffentliche Dienstleistungen und den Verkehr. In Sachen Frauenförderung gäbe es auch für uns Nachahmenswertes. Zum Beispiel Wickeltische im Männerklo grosser Einkaufszentren oder der «Take Our Daughters to Work Day»: An jedem vierten Donnerstag im April besuchen Mädchen zwischen neun und fünfzehn Jahren einen Arbeitsplatz mit möglichst weiblichen Vorbildern. Im Jahr 2000 waren es über 11 Millionen, die von dieser Frauenförderung profitierten. Viele Arbeitnehmer bieten an diesem Tag ein Spezialprogramm. Vielleicht auch eine Idee für unsere Heime und Spitäler, die langfristig teure Anwerbeaktionen im Ausland überflüssig machen würde.

Die Körper-Stiftung will aktiv die deutsche Gesellschaft beeinflussen. Nicht nur mit Ideen aus den USA, auch mit einem Schülerwettbewerb für die Spurensuche in der Lokal- und Regionalgeschichte, mit Studienpreisen für Forschung oder einem deutsch-türkischen Jugendaustausch.

Wer sich für phantasievolle Visionen interessiert, kann das Buch «Adopt an Idea» bestellen: Edition Körper-Stiftung, Hamburg, 2001, ISBN 3-89684-032-0, 208 Seiten. www.stiftung.koerber.de