



05 KOLUMNE – AUF EIN WORT

Ich mach' den Sloterdijk

Von Harald Ehren

Ja. Gewiss doch. Ich gebe es zu: Noch am Aschermittwoch konnte es jeder von mir erfahren, der es hören oder auch nicht hören wollte. Nämlich mein großmütiges Gelübde, bis Ostern zu fasten. Zumindest nichts Süßes wollte ich konsumieren. Selbst beim Termin im Fußballstadion sollte Bier mit Currywurst erst einmal passé sein (es gibt übrigens auch durchaus schmackhaften Gersensaft ohne Alkohol – wenn's wirklich sein muss).

Und eigentlich bin ich willensstark. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht. Aber beim Thema Fitness und Abnehmen stehe ich zunehmend unter einem ungeheuren Druck. Gewiss: „Germany's next Topmodel“ führt bei mir nicht direkt zur Magersucht. Vielmehr fühle ich mich durch die aktuellen Schlagzeilen in Zeitungen und Magazinen wie fremdgesteuert. Sie hämmern sich in mein Hirn: „Deutschland wird immer dicker“ drohte dort kürzlich in fetten Lettern. Oder martialischer: „Den Blitzkrieg gegen Kilos gewinnen.“ Was bleibt uns Medienkonsumenten also anderes übrig, als zu fasten und den Gürtel enger zu schnallen?

Vor ein paar Tagen – ich gebe es zu – kam dann das Unvermeidliche. Die Versuchung hat zugeschlagen. In Form der Praktikantin, die mir unwiderstehliche

Bitterschokolade reichte. Natürlich kennen Sie das: Wer sein Gelübde bricht und die guten Vorsätze über Bord wirft, fühlt sich mies. Ganz schlecht geht es einem dann.

Aber Missmut und fremdbestimmter Frust müssen nicht sein. Ich rebelliere. Lass mich nicht mehr durch auflagen-geschwächte Printmedien herunterziehen. Nein, wehren Sie sich, so wie ich es tue. Lassen Sie sich nicht von den Flachheiten des Äußeren beeindrucken. Ein schlechtes Gewissen macht nur krank. Setzen Sie auf innere Überzeugung. Einen ebenfalls rebellischen Gesinnungs-genossen habe ich in dem Neuzeit-Philosophen Peter Sloterdijk gefunden. Der fordert in seinem neuen Buch „Du musst Dein Leben ändern“ so etwas wie konzentrierte Gelassenheit gepaart mit Pragmatismus als Gebot der Stunde.

Wenn das bei Sloterdijk wirkt, könnte es auch für mich – oder Sie – funktionieren: Er ist kein Adonis, aber ein Typ, der Eindruck hinterlässt.

Zur Person

Harald Ehren ist Wirtschaftsjournalist (Financial Times Deutschland, manager magazin, FAZ) und leitet als Chefredakteur der fischerAppelt-Gruppe die Redaktionen in Hamburg, Berlin und München.

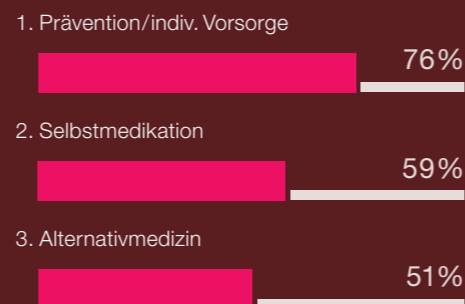
06 ZU GUTER LETZT

Healthcare-Themenbarometer: Journalisten setzen 2009 auf Prävention

fischerAppelt hat Gesundheitsredaktionen in Deutschland nach den Trends für 2009 gefragt: Welche Themen stehen ganz oben auf der Agenda? Welche Rolle spielt Gesundheitspolitik für die Berichterstattung? Wann sind Medizinprodukte für Journalisten spannend? Die Ergebnisse des Healthcare-Themenbarometers zeigen: Gesundheitsthemen sind gefragt wie nie zuvor. Vor allem Prävention und individuelle Vorsorge werden demnach Schlagzeilen machen.

Möchten Sie mehr über die Umfrage-Ergebnisse erfahren und wollen Sie wissen, wie Sie Ihre Presse- und Medienarbeit optimieren können? Senden Sie einfach eine E-Mail an sse@fischerAppelt.de.

Welches sind die Top-Themen 2009?



Ausblick – Was der Radar als nächstes erfasst

Zehn Jahre Healthcare-Kommunikation bei fischerAppelt: Zeit zurückzuschauen und einen Blick in die Zukunft des Gesundheitsmarktes zu wagen.

Der Navigator für die Gesundheitsbranche

Ausgabe 02 | April 2009

01 NACHGEFRAGT

02 POSITIONSLICHTER

03 INNOVATIONSPANEL

04 BLICK IN DIE WELT

05 KOLUMNE – AUF EIN WORT

06 ZU GUTER LETZT



Herzlich willkommen!

1971 ging der „ARD-Ratgeber Gesundheit“ zum ersten Mal auf Sendung. Schon damals war Gesundheit Medienthema, zumindest regelmäßig am Sonntagnachmittag. Heutzutage können Sie sich rund um die Uhr in allen Medien über Gesundheit, Lifestyle und Wellness informieren. Auch die Inhalte sind vielfältiger geworden: Serviceorientierte Beiträge sollen den Nutzwert für die Rezipienten erhöhen, Prävention ist stärker in den Vordergrund gerückt, selbst politische Entwicklungen sind immer öfter Teil der Berichterstattung. Warum stehen Gesundheitsthemen so hoch im Kurs? Welches Ziel verfolgen die Medien mit ihrer Berichterstattung? Und motivieren sie uns, gesünder zu leben? Wir sprachen mit Thomas Osterkorn, Chefredakteur des „stern“, über das Trendthema Gesundheit und den Einfluss der Medien auf das Gesundheitsbewusstsein der Deutschen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre Sabine Seifert
Partnerin, sse@fischerAppelt.de

fischerAppelt

01 NACHGEFRAGT

„Medien sollen informieren, nicht motivieren“

Der Wunsch, gesund zu bleiben, steht bei den meisten Menschen an erster Stelle. Das wissen auch die Medien. fischerAppelt sprach mit Thomas Osterkorn, dem Chefredakteur des „stern“, über die Themenwelle Gesundheit, Angebot und Nachfrage von Gesundheitstiteln und den Einfluss der Medien auf den Lebensstil.

FISCHERAPPELT Keine „stern“-Ausgabe kommt mehr ohne Gesundheitsthema aus. Welches konkrete Ziel verfolgen Sie damit?

OSTERKORN Wir versuchen in jeder Ausgabe ein Medizin- oder Gesundheitsthema aufzugreifen, weil wir wissen, dass es die Menschen brennend interessiert. Alles begann 2003. Damals hatten wir eine Serie zum Thema Vorsorge im Heft, die sich exorbitant gut verkaufte. Während wir im „stern“ früher wesentlich mehr auf Wissenschaftsthemen gesetzt haben, bauen wir nun den Bereich Gesundheit und Vorsorge weiter aus.

FISCHERAPPELT Warum hat der „stern“ das Jahr 2009 mit einer großen Diät-Serie begonnen?

OSTERKORN Vor ein paar Jahren hätten wir den Diät-Titel sicherlich nicht gleich an den Anfang des Jahres gesetzt. Damals haben sich die Menschen erst zur Fastenzeit mit dem Thema Abnehmen befasst, heute setzen sie sich direkt nach der Weihnachtsvöllerei damit auseinander. Das gilt für Männer inzwischen genauso wie für Frauen.

FISCHERAPPELT Welche Gesundheitsthemen sind echte Verkaufsschlager?

OSTERKORN Der große Diät-Titel Anfang 2009 ist der bestverkaufte Titel in den letzten Jahren gewesen. Das hat selbst uns überrascht. Auch Volkskrankheiten wie Rückenschmerzen laufen gut.

Fortsetzung auf Seite 2



THOMAS OSTERKORN, Chefredakteur des „stern“

V.I.S.D.P. Sabine Seifert, fischerAppelt Kommunikation GmbH

Waterloohain 5
22769 Hamburg

T +49. 40. 899 699 -0
F +49. 40. 899 699 -30

radar@fischerappelt.de
www.fischerappelt.de

Fortsetzung von Seite 1

FISCHERAPPELT Können Magazine wie der „stern“ oder „stern Gesund leben“ das Verhalten der Leser beeinflussen?

OSTERKORN Wir wollen nicht missionieren, wir wollen auch nicht predigen. Unsere wichtigste Aufgabe ist zu informieren. Die Entscheidung, den eigenen Lebensstil zu ändern, müssen die Menschen letztlich selber treffen. Wir können Risiken abwägen und kritisch hinterfragen. Wenn der „stern“ zum Beispiel über Hormonersatztherapie berichtet, dann empfehlen wir diese im Gegensatz zu vielen Frauenzeitschriften nicht einfach, sondern beleuchten kritische Aspekte, die sonst viele vernachlässigen. Das schätzen die Leser an unserem Magazin.

FISCHERAPPELT Bietet der Onlinebereich bessere Möglichkeiten, Einfluss auf das Verhalten der Menschen zu nehmen?

OSTERKORN Auch hier sehen wir unsere Aufgabe nicht in der Motivation, sondern in der Information unserer Leser. Der große Vorteil im Internet ist, dass wir den Lesern die Informationen individualisiert zur Verfügung stellen können. Zum Beispiel mit unsere Symptom-Check. Dort können die User Symptome eingeben und bekommen einen Hinweis, welche Krankheit oder Allergie dahinter stecken könnte und wo sie Hilfe finden können. Mittlerweile haben wir acht Ratgeber-Themen und wollen das Angebot weiter ausbauen.

FISCHERAPPELT Und wie werden diese Angebote angenommen?

OSTERKORN Die Zugriffszahlen auf unsere Website steigen kontinuierlich. Das mag daran liegen, dass wir die Inhalte laufend aktualisieren und erweitern. Alle

Ratgeber werden von jeweils einem Medizinprofessor betreut. Diese so genannten Paten liefern regelmäßig neue Erkenntnisse aus der Forschung. Jeder veröffentlichte Fakt wird nachgeprüft und verifiziert, nicht nur von den Paten, sondern auch von unserer hauseigenen Dokumentation. Das ist ein relativ großer Aufwand, aber wir wollen unseren Lesern valide Informationen nach den neuesten Erkenntnissen zur Verfügung stellen. Das ist uns die Mühe wert.

FISCHERAPPELT Haben Sie Ihren Lebensstil schon einmal aufgrund eines Medienberichtes hinterfragt und sogar geändert?

OSTERKORN Nein, im Gegenteil. Beim „stern“ habe ich mich dafür eingesetzt, dass Gesundheitsthemen einen größeren Anteil im Heft bekommen. Ich hatte schon immer eine hohe Affinität zu Sport und Bewegung, bin 1987 meinen ersten Marathon gelaufen, und habe diese Themen hier sehr gefördert. Als wir dann festgestellt haben, dass wir damit auch den Nerv der Leser treffen, haben wir den Gesundheitsteil entsprechend erweitert.

FISCHERAPPELT Gibt es Gesundheitsthemen, die wir auch künftig nicht im „stern“ lesen werden?

OSTERKORN lachend Ja, das Thema „Hämorrhoiden – Wenn das Leben im Arsch ist“.

Zur Person

Thomas Osterkorn wurde 1953 in Linz geboren. Der studierte Rechtswissenschaftler leitet seit 1999 gemeinsam mit Andreas Petzold das Wochenmagazin „stern“. In seiner Freizeit hält sich der gebürtige Österreicher mit Joggen fit.

02 POSITIONSLICHTER

Gesundheitscheck im Netz

Ein Großteil der Deutschen konsultiert bei körperlichen Beschwerden das Internet. Das geht aus einer repräsentativen Studie hervor, die die Ludwig-Maximilians-Universität München mit Partnern im Februar veröffentlicht hat. Danach informiert sich fast jeder Dritte vor dem Arztbesuch online, nach der Diagnose sind es 36 Prozent. Rund 40 Prozent checken mittels Internettools ihre Fitness. Ob das Online-Wissen zu einem gesünderen Leben motiviert, wurde nicht beantwortet. Fest steht aber: Das Netz fördert das Interesse an Gesundheit und schafft damit gute Voraussetzungen, den eigenen Lebensstil zu hinterfragen und dauerhaft zu ändern.

Quelle: „LIFE – digitales Leben“ 2009; Studie der Ludwig-Maximilians-Universität München

Deutsche brauchen Motivationskick

Die Mehrheit der Deutschen kommt schwer in Bewegung. Laut einer aktuellen Studie von FAZ-Institut und Techniker Krankenkasse treibt fast jeder Zweite selten oder gar nicht Sport. Dabei sind die Hindernisse überwindbar: Nach Zeitmangel (38 Prozent) nannten 30 Prozent der Befragten Motivationschwäche. Weitere Gründe sind etwa fehlende Trainingspartner (zwölf Prozent) und hoher Kostenaufwand (neun Prozent). Dabei stimmen die Voraussetzungen, den Lebensstil zu ändern: 90 Prozent der Deutschen wissen, dass Sport gesund ist und fit hält.

Quelle: Kundenkompass 2007. Bewegung und Gesundheit. Techniker Krankenkasse und FAZ-Institut

03 INNOVATIONSPANEL

Gesünder Leben per Mausklick

Ein gesunder Lebensstil wirkt sich nicht nur positiv auf Figur und Wohlbefinden aus, er kann auch das Herzinfarkt-Risiko halbieren, die Wahrscheinlichkeit für einen Schlaganfall verringern und die Lebensqualität bei Diabetes verbessern. Das haben wissenschaftliche Untersuchungen belegt. Grund genug, um künftig statt Chips Möhren zu knabbern und regelmäßig ein paar Jogging-Runden im Park zu drehen. Wäre da nicht der innere Schweinehund, der einem immer wieder einen Strich durch die Rechnung macht. Um Stubenhockern die Extra-Portion Gemüse und Bewegung schmackhaft zu machen, setzen Online-Medien, Krankenkassen und das Bundesministerium für Gesundheit mittlerweile verstärkt auf sogenannte Online-Coaches.

Ein Vorteil dieser interaktiven Lernprogramme ist, dass sie Bewegungsmuffel genau da abholen, wo sie sich am meisten aufhalten: zu Hause oder bei der Arbeit. Per Mausklick erhalten Teilnehmer individualisierte Lerneinheiten und auf die Lebenssituation und Vorlieben zugeschnittene Rezeptpläne, die ihnen eine gesündere Lebensführung erleichtern sollen. Der virtuelle Trainer schickt Info-Mails und erstellt weiterführende Programme. Einige Online-Medien bieten zusätzlich Communities an, in denen sich die Teilnehmer austauschen können. Damit setzen sie auf digitale Kommunikation und Vernetzung. Und die Rechnung scheint aufzugehen: Eine Studie des Sozialforschungsinstituts GESOMED im Auftrag des IKK-Bundesverbandes zeigt, dass der elektronische

Diät-Coach der IKK fürs Durchhalten bei Motivationsschwächen sorgt. Der Erfolg der Online-Coaches liegt zum einen daran, dass die Teilnehmer frei entscheiden können, wann sie die Trainingseinheit machen wollen. Durch die Anonymität sinkt zudem die Hemmschwelle, an einem Gesundheitskurs teilzunehmen. Die Techniker Krankenkasse erhielt jetzt für ihren „TK Patientendialog“ eine Auszeichnung beim Ideenpark Gesundheitswirtschaft. Die Financial Times Deutschland zeichnet damit das webbasierte Dialogsystem aus, das Patienten interaktiv berät und individuell auf deren Krankheitsbild eingeht.



04 BLICK IN DIE WELT

Frankreich favorisiert Schulung als Therapie

Die französische Gesundheitspolitik will die Bevölkerung zu einem gesunden Lebensstil motivieren. Dabei kommt Ärzten und Krankenschwestern eine Schlüsselrolle zu. Sie sollen ihre Patienten im eigenverantwortlichen Umgang mit ihrer Gesundheit schulen. Anfang Februar 2009 veröffentlichte das Nationale Institut für Prävention und gesundheitliche Erziehung (INPES)

dazu ein webbasiertes Trainingsmodul, mit dem Experten vom Arzt bis zur Krankenschwester die Patientenschulung erlernen. Laut INPES sei dies dringend nötig, da diese Art der Qualifikation in der medizinischen Fachausbildung bislang eine untergeordnete Rolle spielte. Gleichzeitig wächst die Zahl chronisch Kranker in Frankreich stetig – derzeit sind es rund 15 Millio-

nen. Und gerade für diese Patientengruppe ist es essenziell, ihre Gesundheit selbst zu managen. Aber auch der Rest der Bevölkerung soll sensibilisiert werden. Wie sich Franzosen für einen gesunden Lebensstil motivieren lassen, diskutieren Politiker und Fachleute am 2. und 3. April bei den „Präventionstagen“ in Paris. Mehr Informationen im Web unter www.inpes.sante.fr.