

«Niemand muss sich dafür schämen»

GESUNDHEIT Mit ihrer neuen Kampagne wendet sich die Selo-Stiftung an junge Berufseinsteiger. Wenn ihnen alles über den Kopf wächst, gibt es nur eines: rechtzeitig Hilfe suchen!

ANDREAS FAESSLER
andreas.faessler@zugerzeitung.ch

«Ich mag nimm.» – «Ich bi under Druck.» – «Mir gahts voll Kacke.» ... Solche Sprüche sind derzeit im Kanton Zug in der Öffentlichkeit auf lila Plakaten zu lesen. So originell sie anmuten, so wichtig ist ihre Botschaft. Es ist die neue Kampagne der Werner-Alfred-Selo-Stiftung, die sich für Menschen mit Depression einsetzt. Diese aktuelle Kampagne richtet sich diesmal gezielt an Jugendliche in Ausbildung oder solche, die kurz vor dem Berufseinstieg stehen. In dieser turbulenten Lebensphase kann eine Depression schneller auftreten, als man denkt. «Ich selber habe erlebt, was es für einen Einschnitt für Junge bedeutet, wenn sie ins Berufsleben eintauchen», sagte der Zuger Gesundheitsdirektor und Kampagnen-Schirmherr Urs Hürlimann an der gestrigen Präsen-

tation. «Sie sind heutzutage mehr denn je gefordert. Hier braucht es Prävention. Und genau das leistet die Selo-Stiftung.» Psychische Gesundheit bedeute auch viel Eigenverantwortung, so Hürlimann weiter. Und spätestens hier kommt er zur simplen, aber umso wichtigeren Kernbotschaft der Kampagne: Es ist kein Tabu, über psychische Schwierigkeiten zu reden. «Je früher eine psychische Erkrankung erkannt und thematisiert wird, desto besser», so Noemi Deak, Kommunikationsleiterin der Stiftung. Damit sind nicht nur die betroffenen Jugendlichen angesprochen, sondern ebenso die Angehörigen und – was das Berufsleben betrifft – insbesondere die Arbeitgeber, für welche es eigens eine Infoline gibt, auf der sie sich melden können, wenn sie befürchten, dass jemand unter den Angestellten an einer Depression leiden könnte. «Diese Infoline wird rege genutzt», hält Noemi Deak fest. Und sie weiss, dass die Zahl der an Depression leidender Jugendlicher in letzter Zeit dramatisch gestiegen sind.

Druckpotenzial ist stark gewachsen

André Dietziker, Psychotherapeut in Cham, erörtert: «Für Jugendliche ist das Druckpotenzial heute viel grösser als noch vor 20 Jahren. Neben etwaigen hormonellen Wirren spielen im Zeitalter der Social Media und der allgemeinen



Stiftungsgründerin Marylou Selo und Kampagnen-Botschafterin Ariella Kaeslin.

Bild Stefan Kaiser

Reizüberflutung noch mehr Faktoren eine Rolle. Die grosse Hürde für sie: sich Erwachsenen anzuvertrauen, wenns zu viel wird.» Doch gelinge ihnen dies nicht, weil sie denken, die hätten doch «eh keine Ahnung». Darum sei es besonders wichtig, den Betroffenen mitzuteilen, dass sie unbedingt mit jemandem darüber reden. Entschlossen hinstehen und

sagen, dass es nicht mehr geht. Das ist also der springende Punkt. Es gibt absolut keinen Grund, sich dafür zu schämen. Genau diesen Fehler – sich schämen – hat die vielfach preisgekrönte Kunstturnerin Ariella Kaeslin jedoch gemacht. Als prominente Botschafterin der Kampagne erzählt die 28-Jährige ihre Geschichte als Betroffene. «Mit dem

Erfolg gings bergauf, mit der Psyche bachab. Es dauerte lange, bis es mir bewusst war. Dann das grosse Problem: Ich konnte nicht darüber reden.» Es sei für sie ein langer Prozess gewesen, das Tabu zu brechen. Darum auch ihre unmissverständliche Botschaft: «Man muss es unbedingt ansprechen.»

Die Stigmatisierung muss weg

Markus Zwicky, Rechtsanwalt und Selo-Stiftungsrat, betrachtet es aus Sicht des Arbeitgebers und derjenigen eines Familienvaters. Auch er betont nachdrücklich: «Die Stigmatisierung muss weg. Eine Depression ist eine Krankheit wie eine andere, für die sich keiner schämen braucht.» An die Adresse von Arbeitgebern sagt er: «Wer einmal mit einer Depression gekämpft hat, der verfügt dafür nicht selten über grosse Stärken.»

Die Absicht der aktuellen Kampagne ist also unmissverständlich: Früherkennung von psychischen Erkrankungen verbessern – Enttabuisieren – Suizide verhindern.

HINWEIS

Sowohl Arbeitgeber als auch Angestellte und Interessierte finden unter der eigens für die Kampagne eingerichtete Internetseite alle nötigen Informationen. Und es können zudem kreative Give-Aways und hilfreiche Materialien zur Kampagne bestellt werden. www.kein-tabu.ch