

Schizophrenie hat viele Gesichter

Die österreichische Kampagne zur Reduktion des Stigmas und der Diskriminierung wegen Schizophrenie

Werner Schöny

Österreichische Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie,
Österreichische Schizophreniegesellschaft,
pro mente austria

Schlüsselwörter

Stigma – psychische Erkrankung – Schizophrenie – Diskriminierung

Key words

stigma – mental disease – schizophrenia – discrimination

Schizophrenie hat viele Gesichter: Die österreichische Kampagne zur Reduktion des Stigmas und der Diskriminierung wegen Schizophrenie

Die Vorurteile gegenüber allem, was mit psychischer Krankheit zu tun hat und das damit verbundene Stigma sind eine der wesentlichen Barrieren für die Integration psychisch kranker Menschen sowie die rechtzeitige Inanspruchnahme von Therapie und Hilfe. Die Welt- psychiatrieorganisation (WPA) hat zu diesem Zweck eine weltweite Kampagne initiiert, der sich Österreich sehr früh angeschlossen hat. Es werden im Rahmen dieser Kampagne eine Reihe von Maßnahmen gesetzt, die der Allgemeinheit und auch gezielte Meinungsbilder in der Bevölkerung für die Problematik psychisch Kranker und vor allem an Schizophrenie Erkrankter sensibilisieren sollen. Das Ziel dieser Kampagne ist Aufklärung, Information, Reduzierung von Stigma, Hilfe für Betroffene und Angehörige sowie Erleichterung der Reintegration von Betroffenen. Eine Reihe von Broschüren wurden erarbeitet, um über die Kampagne, über Schizophrenie und über die allgemeinen Vorurteile zu informieren. Weiters werden allgemeine Sets für Information und Vorträge erarbeitet sowie gezielte Medienarbeit über Fernsehspots, Pressekonferenzen und persönlichen

Austausch eingeleitet. Die ersten Ergebnisse geben Zeugnis über die Intensität dieser Maßnahmen und die weite Verbreitung der Ergebnisse.

Schizophrenie has many faces: The Austrian Campaign to Reduce Stigma and Discrimination because of Schizophrenia

The prejudice against everything concerning mental disease and the connected stigma is a main barrier for integration of mentally ill people.

They also prevent the search for therapy and help in right time. The World Association for Psychiatry (WPA) has initiated a world wide campaign in which Austria was integrated very early. In the frame of this campaign special acts of information for the general population, for opinion-leaders as well as for users and relatives. The aim of this campaign is to inform, clarify, reduce stigma and discrimination and to help users and relatives. Several brochures were produced informing about the campaign, about schizophrenia and its myth. It includes sets for information and a lot of talks. For targeted work with media we had a spot on TV, several press conferences and very much personal information. The first results lead us to an optimistic opinion concerning the performance of this campaign.

Einleitung

Eine der wesentlichen Barrieren für die Eingliederung und Rehabilita-

tionsmaßnahmen psychisch kranker Menschen – insbesondere an Schizophrenie erkrankter Menschen – ist das Stigma, dh die negativen Vorurteile, die diesem Personenkreis entgegengebracht werden. Dementsprechend beschäftigt sich die Wissenschaft seit langem mit Hintergründen und Ausmaß dieser negativen Einstellungen und vor allem auch mit Maßnahmen, um diese zu verändern. Das negative soziale Stigma trägt nämlich wesentlich zum unglücklichen Lebensschicksal vieler an Schizophrenie leidenden Menschen und zur seelischen Belastung für ihre Angehörigen und Helfer bei.

Die Folgen von Stigma sind:

- falsche Darstellungen in den Medien (Film, Zeitung)
- negative Auswirkungen auf Betroffene:
 - Verzögerung der Behandlung,
 - Einfluss auf Krankheitsverlauf
 - Beeinträchtigung des Selbstwerts
 - Soziale Isolation
- negative Auswirkungen auf Angehörige
- Ressourcenmangel für die Entwicklung von Einrichtungen im Bereich der Psychiatrie (Behandlung, Selbsthilfe, Rehabilitation)

Konkret heißt das, Diskriminierung bei der Wohnungs- und Arbeitssuche, verspätetes und unzureichendes Einsetzen der Behandlung, mangelndes Wissen über Maßnahmen

innerhalb der Bevölkerung, vor allem auch der Gesundheitsberufe, was in Form eines Circulus Vitiosus oben genannte Diskriminierungsfolgen verstärkt. Die Vorurteile entstehen durch Unwissenheit und durch soziale Akzeptanz von falschen Bildern.

Gängige Vorurteile und Missverständnisse:

- unberechenbar und gefährlich
- unheilbar krank
- von „Persönlichkeitsspaltung betroffen“
- unzuverlässig und träge
- faul und arbeitsscheu

Häufig werden noch die Eltern schizophrener Menschen beschuldigt, für die Krankheit verantwortlich zu sein.

Einer der wesentlichen Gründe für diese negativen Vorurteile und Einstellungen ist mangelnde Information und Aufklärung. Es ist daher eine Forderung vieler maßgebender in der Psychiatrie Tätigen, gegen das Stigma und seine Folgen anzukämpfen. Die WPA (World Psychiatric Association) hat eine große internationale Kampagne ins Leben gerufen, die sich zum Ziel gesetzt hat, dem Stigma und seinen Folgen entgegenzuwirken. Österreich war eines der ersten Länder, die sich dieser Kampagne angeschlossen haben, wobei es das erste Land ist, bei dem die Kampagne im gesamten Bundesgebiet durchgeführt wird. Aus organisatorischen und auch ökonomischen Gründen beschränkt sie sich meist nur auf definierte Regionen eines Landes. Die WPA hat ein ausführliches Grundlagenpapier über den aktuellen Stand wissenschaftlichen Wissens zum Thema Schizophrenie in zahlreichen Arbeitsgruppen erarbeitet, weiters wird eine Vorgangsweise vorgeschlagen, der man sich zwar dem Grunde nach anschließen sollte, die aber viel Freiheit in der individuellen Ausgestaltung des Programmes überlässt. Das Programm ist kumulativ aufgebaut und ergibt den jeweiligen

Staaten die Möglichkeit, auf den Erfahrungen anderer aufzubauen. Die daran beteiligten Länder stehen in einem regelmäßigen Austausch, um so möglichst rasch und direkt an den Erfahrungen anderer zu partizipieren.

In Österreich hat es bereits im Vorfeld zahlreiche regionale Aktivitäten zur Entstigmatisierung bzw. Beeinflussung der öffentlichen Meinung gegeben. Dies war auch der Grund, warum der Entschluss zur Teilnahme am weltweiten Programm rasch gefällt werden konnte und auch von den Gremien der WPA akzeptiert wurde.

Vorprogramm-Aktivitäten

In zahlreichen Bundesländern wurden Aktionen durchgeführt, wie Filmwochen, Schul- informationsprogramme, allgemeine Informationsveranstaltungen (zB Tag der offenen Tür, Schwerpunktinformationsprogramme) und Ähnliches. Hier soll kurz ein Programm beschrieben werden, welches in Oberösterreich durchgeführt wurde und den Zweck hat, den Hauptträger von psychosozialer außerstationärer Arbeit pro mente Oberösterreich bekannt zu machen, um den betroffenen Personen den Zugang zu erleichtern und allgemeine Informationen über psychische Erkrankungen einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Es wurde einleitend bei einer Bevölkerungsumfrage der Bekanntheitsgrad von pro mente Oberösterreich in verschiedenen Bevölkerungsschichten abgefragt. Dabei stellte sich heraus, dass der Name einen gewissen Bekanntheitsgrad hat, jedoch die Zuordnung zur psychosozialen Arbeit und zur speziellen Tätigkeit nur in einem sehr geringen Ausmaß bekannt war. Besonders bei jüngeren Personen war ein umfangreicher Informationsbedarf gegeben. Die genaueren Daten werden in (späteren) Tabellen dargelegt.

Es wurde folgendes Programm durchgeführt:

Das Ziel war, die Öffentlichkeit zu mobilisieren, als Leitspruch wurde folgender gewählt:

Jeder 5. Österreicher ist psychisch krank – pro mente für psychische und soziale Gesundheit (HELFFEN STATT AUSGRENZEN)



Um diese Botschaft zu verbreiten, wurden folgende Maßnahmen ergriffen:

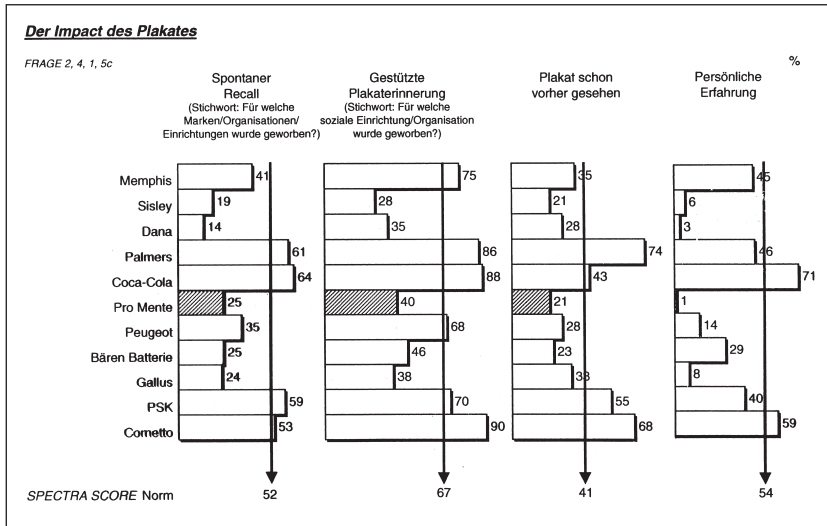
- Plakataktion
- Werbespot im Kino
- Medienarbeit
- Schulprogramm
- Filmwochen

Plakat

Das Programm sollte das Bundesland Oberösterreich erfassen. Es wurden 600 Plakate oberösterreichweit affiziert, die in der folgenden Abbildung dargestellt sind. Selbstverständlich wurden beide Geschlechter berücksichtigt.

Der Impact des Plakats wurde gemessen und ist in der folgende Tabelle (siehe nächste Seite) zu sehen:

Es zeigt sich, dass sowohl der spontane Recall, wie auch die gestützte Plakaterinnerung einen relativ sehr hohen Wert aufwiesen. Immerhin musste man gegen sehr bekannte Marken, die langjährige Werbedurchschlagskraft aufweisen, bestehen und konnte dabei sehr ehrenvoll abschneiden. Besonders bemerkenswert ist, dass dieses Plakat



Eindruck vom Spot

Frage 7,13,19:
Sagen Sie mir anhand dieser Liste, welchen Eindruck Sie von dieser Werbung haben. Nennen Sie mir die entsprechenden Punkte:

Medienarbeit

Es wurden gezielt eine Reihe von Pressekonferenzen durchgeführt und eine vierseitige Sonderbeilage in den Oberösterreichischen Nachrichten, der wichtigsten und größten Regionalzeitung Oberösterreichs, platziert. In diesem 4-Seiter wurde intensiv auf die Belange psychisch Kranker eingegangen, wobei auch die wichtigsten Politiker zu Wort kamen.

anlässlich der Regionalwahlen in Oberösterreich in der bekanntesten Tageszeitung in einer Wahlwerbekarikatur Eingang fand, die einen besonderen Hinweis auf die Durchdringung dieses Plakats ergab.

Frage 9:
Können Sie sich an einen Werbefilm für psychisch Kranke erinnern?
Frage 15:
Können Sie sich an einen Werbefilm für pro mente erinnern?



Filmspot

Der Filmspot wurde vorwiegend in Kinocenter gezeigt, die junge Menschen ansprechen. In der ebenfalls von der Firma Spectra durchgeführten Erhebung zur Erinnerung des Filmspots ergaben sich folgende Ergebnisse.

Erinnerung an den Spot (gestützt)

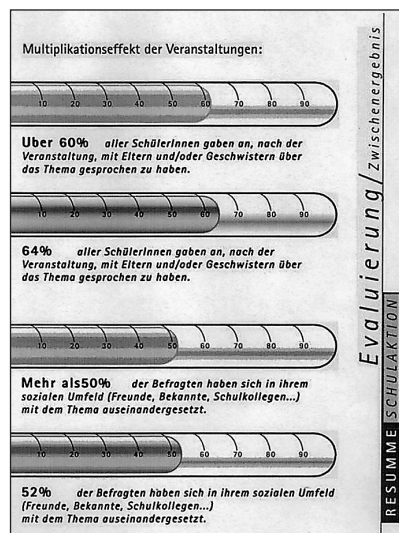
Frage 3:
Unter den Werbefilmen war ein Spot in Schwarz-Weiß, wo hintereinander einzelne Gesichter von Menschen gezeigt wurden. Können Sie sich an diesen Werbefilm erinnern?

Filmerinnerung mit	Kinobesucher insgesamt %
Hauptstichwort „Schwarz-Weiß-Film mit einzelnen Gesichtern von Menschen“	60
Zusätzlichem Stichwort „Psychisch Kranke“	29
Zusätzlichem Stichwort „pro mente“	3
keine Erinnerung	8
	100

Es meinen, der Spot –	Spoterinnerer (n=92) %
Spricht Gefühle an	43
Macht betroffen	40
Regt an zum Hinschauen	31
Glaubwürdig	21
Originell	16
Spricht mich an	16
Informativ	15
Nette Idee	14
Modern	14
Sagt mir was	10
Etwas übertrieben	8
Sympatisch	7
Dynamisch	5
	240

Schulaktion

In einer gezielten Aktion wurde gemeinsam mit dem Landesschulrat für Oberösterreich an allen höheren Schulen die Einladung ausgegeben, entweder in der Schule vortragsmäßig über psychische Krankheiten zu sprechen oder Exkursionen in psychiatrischen Krankenabteilungen bzw. in externen psychosozialen Einrichtungen durchzuführen oder Workshops abzuhalten. Innerhalb der Aktion, die ein halbes Jahr dauerte, wurde mit über 100 Schulklassen Kontakt aufgenommen, um so zahlreiche Schüler, Lehrer und Angehörige zu erreichen.

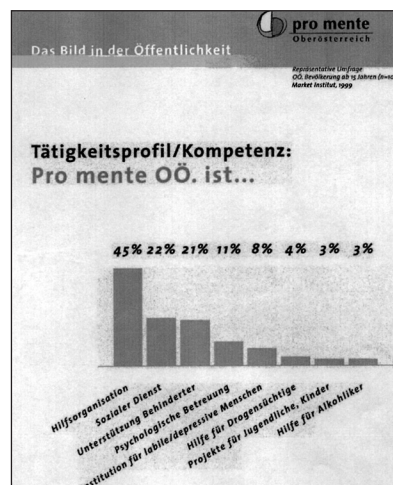


Besonders bedeutsam scheint zu sein, dass diese Aktivität zu einer Diskussion im Umfeld der Schüler geführt hat und damit einen wesentlichen Informationseffekt aufzuweisen schien.

Filmwochen

Es wurden in Linz – aber auch in Bezirkshauptstädten Oberösterreichs – Filme, die sich mit der Problematik psychisch Kranker beschäftigten, gezeigt; anschließend fanden Diskussionen mit den Besuchern statt.

Diese Aktionen wurden ein halbes Jahr schwerpunktmäßig durchgeführt, soweit es möglich war auch länger. Dies betrifft besonders Schulaktivitäten sowie Informationsveranstaltungen. Nach zwei Jahren wurde mittels Meinungsumfrage der Bekanntheitsgrad von pro mente Oberösterreich erneut abgefragt. Es zeigt sich, dass sich der Bekanntheitsgrad von pro mente Oberösterreich mehr als verdoppelt hat. Waren es 1996 21 %, gaben 1999 47 % an, pro mente Oberösterreich zu kennen. Waren es 1996 5 %, so waren es 1999 28 %, die auch über den Tätigkeitsbereich von pro mente Oberösterreich Bescheid wussten. Das Imageprofil wurde klar und eindeutig und es war möglich, es auf einer inhaltlichen und themenorientierten Ebene aufzubauen. Inhaltlich gesehen konnte auch nachgewiesen werden, dass das zugeordnete Tätigkeitsprofil die Kernkompetenzen von pro mente Oberösterreich vermittelt.



Anhand dieser Daten und den umfangreichen Aktivitäten konnte also innerhalb von zwei Jahren eine deutliche Veränderung des Informationsstandes der Allgemeinbevölkerung erreicht werden und das Aufgabengebiet der psychosozialen Einrichtungen bekannt gemacht werden, womit auch das Image der Betroffenen und der Zugang zur Hilfsmaßnahme wesentlich erleichtert werden konnte.

Die Österreich-Kampagne

Die österreichische „Anti-Stigma-Kampagne“ betreffend Menschen, die an Schizophrenie erkrankt sind.

Das österreichische Programm wird in enger Kooperation mit dem Programm der World Psychiatric Association (WPA) durchgeführt. Veranstalter sind die **Österreichische Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie (ÖGPP)**, die **Österreichische Schizophreniegesellschaft (ÖSG)** und die **pro mente austria (pma)**. Damit ist Gewähr leistet, dass eine große repräsentative Gruppe von in psychosozialen Bereich Tätigen, Angehörigen und auch Betroffenen involviert ist. Ein österreichweites **Steering-Committee** hat die wesentlichen Grundlagen erarbeitet.

Als Ausgangslage wurde eine Studie durchgeführt (Grausgruber, Katschnig, Meise, Schöny), in welcher das aktuelle Bild der Einstellung zur Schizophrenie in der Allgemeinbevölkerung, Allgemeinärzten, allgemein und psychiatrisches Pflegepersonal, Sozialarbeitern und Journalisten sowie Angehörigen abgefragt wurde. Die Ergebnisse dieser Studie dienten auch als Entscheidungsgrundlage für Aktivitäten. Im Zentrum der Aktivitäten steht eine Kampagne. Diese beinhaltet:

- Medienarbeit
- einzelne Projekte
- Meinungsforschung
- regionale Aktivitäten

Elemente der Kampagne:

- TV-Spot und Infoline 0810/333 222
- bundesweite und regionale Aktivitäten
- Öffentlichkeitsarbeit

Die Kampagne hat folgende Ziele:

- Aufklärung
- Information

- Reduzierung von Stigma
- Hilfe für Betroffene und Angehörige
- Reintegration von Betroffenen

Unter anderem soll sie durch folgende Strategien umgesetzt werden:

- Forcieren von Behandlungsmethoden
- Initiieren von Aufklärungsaktivitäten auf lokaler Ebene
- Miteinbeziehung antistigmatisierender Aufklärung in die Ausbildung von Lehrern und Gesundheitsdiensten
- Miteinbeziehen von Patienten und Angehörigen in die Identifikation diskriminierender Verhaltensweisen

Es wurden eine Reihe von Unterlagen erarbeitet:

- Informationsbroschüre für allgemein Interessierte, Betroffene, Angehörige
- Kampagnenfolder für Mitarbeiter, Aktivisten und Multiplikatoren
- Folien für Vorträge
- Basis-Pressemappe für Medienaktivitäten
- Mythenbroschüre (Darstellung der wichtigsten Vorurteile gegenüber Schizophrenie und deren Korrektur)

Das Corporate-Design der Unterlagen ist einheitlich, in der Folge werden einige Beispiele dargestellt. In einem Newsletter werden die Aktivitäten, die in den einzelnen Regionen gesetzt werden, auch allen anderen „Mitstreitern“ näher gebracht.

Besonders wichtig ist, dass in dieses Programm Angehörige und Betroffene sowohl in der Planung als auch in der Durchführung umfassend eingebunden sind. Das Motto der Kampagne lautet: „Schizophrenie hat viele Gesichter – wir können etwas dagegen tun“.

Verteilung der Info-Materialien:

Pressearbeit:

Start – Pressekonferenz am 17.08.2000 mit einer Reihe von Pressesaussendungen

Berichte in Print-Medien:

Damit sind alle wesentlichen österreichischen Print-Medien erreicht worden. Auch in den Fachmedien gab es eine sehr breite Vertretung mit ausführlichen Artikeln über Schizophrenie, Stigma, Diagnostik und Behandlungsweise.

Berichte in elektronischen Medien

Der Fernsehspot wurde zu Prime-Time-Zeiten in 32 Schaltungen gesendet. Der Spot wurde mit zwei Auszeichnungen bedacht:

Senator 2000 für die außergewöhnliche Einzelleistung auf dem Gebiet der Werbung und Marktkommunikation in Oberösterreich

Saturn 2000 in Bronze, Kategorie „Kino/TV-Spot“, für die Produktion „Sprachlosigkeit/Anrufbeantworter“.

Regionale Aktivitäten

In allen Bundesländern wurden in unterschiedlichen Ausprägungen eine Reihe von Aktivitäten gesetzt, aus Platzgründen können diese nicht alle angeführt werden. Es handelt sich um Rundfunk und Print-Medien-Aktionen, um Schulaktionen, um Vortrags- und Diskussionsreihen. Auch wurden Seminare und Workshops mit verschiedensten Berufsgruppen, wie Exekutive, Lehrern, Ärzten, in Gesundheitsberufen tätigen Personen abgehalten.

Anfang Jänner 2001 wurde als erstes Zwischenergebnis bei einer Meinungsumfrage des Fessel-Institutes die Sichtbarkeit der Aktivitäten abgefragt. Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse:

Frage 1: Ist Ihnen aufgefallen, dass in den vergangenen Monaten in der Öffentlichkeit verstärkt vom Thema Schizophrenie und von der Diskriminierung Betroffener die Rede war?

Frage 2: In welcher Form haben Sie dieses Thema wahrgenommen?

Frage 3: Ist Ihnen der Fernsehspot „Schizophrenie hat viele Gesichter“ aufgefallen, der im August/Septem-

zu Frage 1:

		männlich	weiblich
ja	18 %	15 %	21 %
nein	82 %	85 %	79 %
weiß nicht	0 %	0 %	0 %

zu Frage 2:

Thema ist aufgefallen 178		männlich	weiblich
Fernsehspot	40 %	44 %	37 %
Medienberichte	58 %	47 %	65 %
anderes	14 %	12 %	16 %
weiß nicht/keine Angabe	2 %	2 %	2 %

ber 2000 im Österreichischen Fernsehen zu sehen war?

Total	1000
Ja	14
Nein	86

Wie Medienexperten berichten, ist dieses Ergebnis äußerst positiv zu werten, mit den eingesetzten Mitteln ist die Erreichbarkeit von 18 % der Bevölkerung als sehr hoch anzusehen. Dies ist umso bemerkenswerter, als die Abfrage drei Monate nach der Sendung des Fernsehspots durchgeführt wurde.

Vorausschau

Die österreichweite Antistigmakampagne soll jetzt noch im Jahr 2001 als Kampagne weitergeführt werden. Welche Aktivitäten gesetzt werden können, hängt von der Dotierung ab. In jedem Fall ist vorgesehen, die Schulaktion auf eine noch breitere Basis zu stellen. Ein weiteres Projekt umfasst die legislativen Benachteiligungen für Personen mit psychischen Erkrankungen. Dieses Projekt ist derzeit beim "Fonds Gesundes Österreich" eingereicht.

Ein Schwerpunkt in diesem Jahr soll die Auseinandersetzung mit gezielten Personengruppen, vor allem in den pädagogischen Berufen sowie im Exekutivbereich, sein. Wie weit es möglich sein wird, noch eine generelle Kampagne zum Wecken der Aufmerksamkeit über elektronische Medien – wie zweiter Fernsehspot oder Hörfunk – durchzuführen, ist

zum jetzigen Zeitpunkt aus finanziellen Gründen noch nicht klar.

Wenn die Kampagne als solche abgeschlossen ist, muss allerdings Öffentlichkeitsarbeit und Antistigmaarbeit weitergeführt werden. Eine Kampagne dient ja letztlich zum Wecken der Aufmerksamkeit und zum Bewusstmachen eines Problems, die Veränderung der Einstellung der Bevölkerung bzw der Abbau von Vorurteilen kann nur langfristig bewältigt werden. Die Kooperation aller am Thema beteiligten Personengruppen – wie Professionisten, Betroffene, Angehörige – ist notwendig, um die Öffentlichkeit und Allgemeinheit zu informieren und zu mobilisieren.

Acknowledgement

WPA standard acknowledgement:

This paper reports findings from the Province of Alberta, one of the sites of the World Psychiatric Association's Global Programme against Stigma and Discrimination because of Schizophrenia. A full description of the programme and listing of heads collaborating groups and of the programme's Steering committee can be found on the programme's Website www.opentheodoors.com.

Literatur

- [1] Angermeyer M. C., B. Schulze: Interventionen zur Reduzierung des Stigmas der Schizophrenie: Konzeptuelle Über-

legungen. *Neuropsychiatrie* 16, 1/2: 39-45 (2002).

- [2] Grausgruber A., H. Katschnig, U. Meise, W. Schöny: Einstellung der österreichischen Bevölkerung zu Schizophrenie. *Neuropsychiatrie* 16, 1/2: 54-67 (2002).
- [3] Meise U, A. Grausgruber, H. Katschnig, W. Schöny: Das Image der Psychopharmaka in der Österreichischen Bevölkerung. *Neuropsychiatrie* 16, 1/2: 68-77 (2002).
- [4] Meise U., H. Sulzenbacher, G. Kemmler, R. Schmid, W. Rössler, V. Günther: „...Nicht gefährlich aber doch furchterregend“ Ein Programm gegen Stigmatisierung in Schulen. *Psychiat. Prax.* 27, 340-346 (2000).
- [5] Sartorius N., J.J.Lopez-Ibor, C.N.Stefanis, N.N.Wig: The WPA Global Programme, Against Stigma and Discrimination Because of Schizophrenia, Handbuch zum internationalen WPA-Programm gegen Stigmatisierung und Diskriminierung von Schizophrenie, 1997
- [6] Sartorius N.: Eines der letzten Hindernisse einer verbesserten psychiatrischen Versorgung: Das Stigma psychischer Erkrankung. *Neuropsychiatrie* 16, 1/2: 5-10 (2002).
- [7] Sulzenbacher H., R. Schmid, G. Kemmler, Ch. De Col, U. Meise: Schizophrenie... „bedeutet für mich gespaltene Persönlichkeit“ *Neuropsychiatrie* 16, 1/2: 93-98 (2002).

w. Hofr. Univ.-Doz. Prim.

Dr. Werner Schöny

Ärztlicher Direktor

O. Ö. Landes-Nervenklinik

Wagner-Jauregg

Wagner-Jauregg-Weg 15

4020 Linz

email: werner.schoeny@gespag.at