



Superman wirbt für die J1-Untersuchung: Die Siegergruppe präsentiert ihren Entwurf zusammen mit Vertretern der Robert-Franck-Schule und des Gesundheitsamtes.

Foto: Julia Schweizer

Superman motiviert zu Arztbesuch

Kornwestheim Schüler haben eine Werbekampagne entwickelt, um mehr junge Menschen zu Vorsorgeuntersuchungen zu locken. *Von Julia Schweizer*

Superman motiviert zu Arztbesuch

Kornwestheim Schüler haben eine Werbekampagne entwickelt, um mehr junge Menschen zu Vorsorgeuntersuchungen zu locken. *Von Julia Schweizer*

Es gibt Dinge, die macht man nicht gern. Dazu gehören für viele sicherlich Arzttermine. Das spiegelt sich auch in den Zahlen eines Bereiches wider, mit dem viele Arztbesuche eigentlich verhindert werden sollen. „Bei uns führt die Gesundheitsvorsorge leider ein Schattendasein“, sagt Wolfgang Ulshöfer, Leiter der Robert-Franck-Schule in Kornwestheim. Schüler einer 12. Klasse der auf Wirtschaft spezialisierten Berufsschule mit Gymnasium haben deshalb Ideen entwickelt, wie für J1-Untersuchungen geworben werden kann. Jetzt wurden die Entwürfe vorgestellt und das beste Konzept prämiert.

Bei der J1-Vorsorge für Zwölf- bis 14-Jährige werden verschiedene Körperdaten gemessen sowie Wirbelsäule, Muskulatur, Haut und innere Organe durch Abtasten untersucht, die Jugendlichen aber auch zu Fragen der Gesundheit, seelischer Probleme und Sexualität beraten, erläutert Uschi Traub, die Leiterin der Gesundheitsprävention im Landratsamt. „Die J1 ist deshalb so wichtig, weil man bei 70 Prozent der Jugendlichen feststellt, dass etwas gemacht werden muss.“ Besonders häufig würden beginnende Probleme mit der Schilddrüse oder der Wirbelsäule entdeckt. Doch nur jeder Dritte lasse die J1 machen.

Die letzten drei Wochen Deutsch-Unterricht vor den Sommerferien hatte der Lehrer Roland Schmierer den damaligen Elftklässlern Zeit gegeben, sich in sechs

Gruppen Gedanken zu machen. Einige Schüler setzten die Arbeit in ihrer Freizeit fort. Schon ein Jahr zuvor hatte Schmierer erfolgreich mit einer 13. Klasse an einem Bundeswettbewerb teilgenommen und sich mit der J1 als Thema befasst. Damals wurde festgestellt, dass man eigentlich mehr Werbung machen müsse – und das haben die Schüler nun mit unterschiedlichen Schwerpunkten gemacht.

„Wir haben Wert auf viel Information gelegt“, erklärt einer der Schüler bei der Präsentation. Hinter ihm ist auf dem Flyer-Entwurf ein strahlendes Mädchen zu sehen, das sagt „Yeah! Man, mach' die J1!“, daneben die Erklärungen, was J1 bedeutet. Eine reine Männergruppe hat sich dagegen ganz der Generation Facebook angepasst und die Flyer und Plakate im Stil des sozialen Online-Netzwerks gestaltet und den Textteil reduziert. Werben wollen sie natürlich auch im Internet und dort eine Facebook-Gruppe eröffnen, in der sich die jungen Nutzer austauschen und Fragen beantworten lassen können. Noch größer als bei den vorherigen Konzepten stellt eine weitere Gruppe den Schirmherrn der Kampagne, den mehrfachen deutschen Karatemeister Cakir Köksal, groß in Szene. Als Schattenfigur tritt er gegen die in „Bakterien“ gefangenen Krankheiten an, die mit der J1 entdeckt werden können.

„Das sind alles tolle Entwürfe“, lobte Thomas Schönauer, Leiter des Gesund-

heitsdezernats im Landratsamt, der sich von der Kreativität der Jugendlichen beeindruckt zeigte. „Da war es sehr sehr schwierig, eine Entscheidung zu treffen.“

Den Sieg holte sich eine Mädchengruppe, die Superman in den Mittelpunkt stellte. „Wir haben uns gedacht, dass Superman ja auch mal zum Arzt gehen muss“, sagte Caterina Capuano bei der Vorstellung von „Every Hero needs a Doctor“ (Jeder Held benötigt einen Arzt). Als besonderen Gag hatten sie sich noch überlegt, die Plakate und Flyer mit 3D-Effekt drucken zu lassen. „Das passt zu Superman“, sagte Loredana Schiaro. Und Ahalya Vipulanantha ergänzt: „Es gab Superman ja auch schon als 3D-Kinofilm.“ Gedanken haben sie sich zu möglichen Aktionen gemacht: In passenden Superman-T-Shirts soll in den einzelnen Klassen geworben werden. Die drei Siegerinnen erhielten als Preis jeweils 100 Euro, alle übrigen einen Kino-Gutschein.

Im Frühjahr beginnt die Kampagne. Alle Siebtklässler im Kreis sollen eine Broschüre erhalten und die Plakate in Praxen von Allgemein- und Kinderärzten aufgehängt werden. Dann wird auch untersucht, ob es eine Zunahme von J1-Untersuchungen geben wird wie nach einer Kampagne in Mecklenburg-Vorpommern. „Ich bin mir sicher, dass die Kampagne, die von Schülern ausgeht, viel erfolgreicher sein wird“, sagte Thomas Kauth vom Verband der Kinder- und Jugendärzte Ludwigsbürg.