

Samstag, 24. März 2007

Wie ein T-Shirt gegen Brustkrebs hilft

Jeden Tag ein Bus voll. Daran werde ich jetzt wohl immer denken, wenn ich fahre. Es sind nicht Zahlen, die uns emotionalisieren. Es sind Bilder.

„Jeden Tag sterben 52 Frauen. Ein Bus voll“, hatte Professor Michael Untch, der Leiter der Helios Frauenklinik Berlin-Buch gesagt. Und weil er es ohne jedes Pathos tat, blieb der Satz hängen. 60 000 Frauen erkranken jährlich neu an Brustkrebs. Noch so eine Zahl, die ich gar nicht in Busse umrechnen kann. In jedem Fall zu viele. Deswegen war ich bei einer Modenschau von Veronica Pohle in Berlin. Das klingt zwar ein bisschen absurd, aber „PR gehört nun mal dazu“, erklärt Renate Haidinger. Die Münchnerin ist ein handfester Typ, man stellt sich vor, dass sie morgens resolut in ein Krankenzimmer tritt und ruft „So, nun wollen wir mal“. Ob man will oder nicht. Sie ist aber nicht Krankenschwester, sondern war Leistungssportlerin und ist nun Krebsaktivistin. Was natürlich kein schönes Wort ist. Aber was ist schon gefällig an Krebs.

Weil es Frau Haidinger so unvermittelt erwischte wie viele andere Frauen auch, mit 42 Jahren und frei von allen typischen Risikofaktoren (sogar ihre Kinder hat sie jung bekommen und lange gestillt), hat sie nach ihrer Genesung einen Verein gegründet, der vor allem Aufklärung zum Ziel hat. www.Brustkrebs-Deutschland.de versteht sich als unabhängiges Forum und ist ein Zusammenschluss von Patientinnen, Ärzten, Angehörigen, Interessierten. Unter 0800/0 117 112 erreicht man eine kostenlose Hotline.

Das aber kostet Geld. Und dafür braucht man Spender. Und öffentliche Aufmerksamkeit kann nicht schaden.



© 2007-2012 B&G

Man tauscht sich aus über Bandscheiben, Zahnersatz, Fettabsaugen. Nicht über Krebs. Zu peinlich. Auch wenn die Betroffenen in guter Gesellschaft sind. Brustkrebs macht nämlich weder vor Bildung noch vor Glamour halt. Susan Sonntag, Kylie Minogue, Anastacia sind Beispiele. Der Hinweis auf die Amerikanerinnen ist deswegen nicht weit hergeholt, weil die Vorbilder für große Vorsorgekampagnen auch aus Übersee kommen. Und womöglich deswegen die Sterberate in den USA irritierend niedriger ist als in Deutschland. Der Lauder-Konzern leistet Vorbildliches.

Rosa als Farbe der Hoffnung für Betroffene ist die Erfindung von Estée Lauder. Sie sammelte als Erste im großen Stil. Und Ralph Lauren zum Beispiel hat die Pink-Pony-Produkte erfunden. Ein Teil des Erlöses daraus fließt in die Brustkrebshilfe. Und genauso wichtig: Die pinkfarbenen Polospieler sind nicht zu übersehen. Weniger Sensible können es natürlich einfach als Modestatement nehmen. So wie Übersensiblen wahrscheinlich der Hauch von Glamour suspekt ist.

Das hilft nur nicht. Dachten sich auch Janine White, Andrea Sixt, Marie-Louise Berg und Katharina Ehler, engagierte Frauen in Berlin. Und so vernetzt, dass sie eine große Modenschau mit Schauspielerinnen als Models zugunsten von Brustkrebs Deutschland organisierten. Veronica Pohle, die ihr Metier als Directrice in Paris bei Gaultier und Cerruti lernte und die Hauptstadt mit internationalem Prêt-à-porter versorgt, hatte ihr Geschäft am Kurfürstendamm in einen Laufsteg verwandelt. Gesammelt wurde fünfstellig, und viel geredet wurde auch. Sogar über Brustkrebs.

Dabei war auch Birgit Breuer, die von modernen Kunstkennern wie Harry Lybke hoch gehandelt wird. Frau Pohle hatte sie gebeten, ein T-Shirt zugunsten des Vereins zu entwerfen. „Ich wollte aber auch auf keinen Fall so eine Betroffenheitssache machen.“ Also drehte sie für die Vorlage die typische Schleife nicht aus Taft und in Rosa, sondern nahm Klebeband für das Logo, machte es kantiger, verschmuddelte die Farbe. Ein schwarzer Vogel soll Zeichen von Hoffnung und Düsternis sein. „Krokusse und Narzissen“ stehen darunter für Aufbruch. Im ersten Entwurf hatte sie sehr treffend „Auch das noch!“ hinzugeschrieben. Aber laute Ironie schien ihr dann doch unpassend. Das T-Shirt gibt es für 29 Euro bei Veronica Pohle. In fünf Jahren kann man es ja mal von Lybke schätzen lassen. Könnte ein gutes Geschäft sein.



Das T-Shirt
ist ein
Entwurf der
Künstlerin
Birgit Breuer

© 2007-2012 B&G