

## Aufklärung senkt Suizidrate

**Studie** Eine öffentliche Debatte über Depressionen kann hilfreich sein. *Von Wolfgang Borgmann*

Öffentliche Kampagnen mit dem Ziel, die Suizidrate zu senken, können unter bestimmten Voraussetzungen Erfolg haben. Das sagt die Leipziger Psychologin Ines Heinz unter Verweis auf die „Nürnberger Studie“. Aus dieser Untersuchung gehe hervor, dass durch öffentliche Aufklärung die Selbstmordrate nachweisbar gesenkt werden könne.

Ines Heinz ist Projektkoordinatorin des Deutschen Bündnisses gegen Depression, dem bundesweit 56 Organisationen angehören. Es ist in Baden-Württemberg in Sigmaringen, Heidenheim, Mosbach, Memmingen und Wiesloch vertreten und ist vom Bundesministerium für Forschung gefördert worden. Über die Gründung einer solchen Initiative in Stuttgart werde, so heißt es, „nachgedacht“.

Die Studie, die in Nürnberg und der Vergleichsstadt Würzburg zwischen 2000 und 2002 gemacht wurde, legt den Schluss nahe, dass in Nürnberg in diesem Zeitraum die Zahl der registrierten Selbsttötungen und Selbstmordversuche von 620 auf 471 zurückging – offenbar unter dem Einfluss einer Aufklärungskampagne. Währenddessen blieb deren Zahl in Würzburg ohne Aufklärungskampagne gleich. Heinz zufolge sind die Studien unter wissenschaftlichen Bedingungen durchgeführt und bewertet worden. Die unter anderem über Flyer, Plakate, Kinowerbung, Zeitungsaktionen und Beratungsangebote verbreitete Botschaft mit den Kernsätzen „Depression kann jeden treffen, ist gut behandelbar und hat viele Gesichter“ habe sich als erfolgreich erwiesen. Einbezogen in das mehrstufige Programm wurden Hausärzte, Pflegepersonal, Polizisten, Lehrer und Journalisten.

Die Sprecherin des Deutschen Bündnisses gegen Depression unterstützt die von DFB-Präsident Theo Zwanziger geäußerte Absicht, mit einer offenen Diskussion über das Thema Selbstgefährdung im Spitzensport Tabus zu brechen und damit vorbeugend zu wirken. Untersucht worden sei ebenfalls, wie Ines Heinz berichtet, ob durch Aufklärungskampagnen die Vorurteile gegenüber Depression und Suizidrisiko verändert werden können. Auch in diesem Bereich seien positive Ergebnisse zu erkennen; allerdings sei die erhöhte Verständnisbereitschaft nach der Aufklärungskampagne nicht nachhaltig gewesen. Das spreche für eine sehr langfristige Anlage solcher Aufklärungsaktionen. Heinz warnt zugleich davor, durch Sensationsberichte die Gefahr von Nachahmungstaten zu erhöhen. Ihr sei klar, wie schmal der Grat zwischen Aufklärung und übertriebener Publizität sei. Auch der Heidelberger Psychiater und Klinikarzt Johannes Schröder hält Aufklärungskampagnen für nötig, warnt aber zugleich wegen des sogenannten Werther-Effekts vor Sensationsmache.