

KOLUMNE

TRENDBAROMETER



PSYCHO HEALTHSTYLE

«4 Millionen Depressive in Deutschland, das kann nicht nur am Fernsehprogramm liegen» – mit diesen Worten machte vor einiger Zeit der Satiriker Harald Schmidt als Schirmherr der Deutschen Depressionsstiftung auf sich aufmerksam. Und läutete damit eine Entwicklung ein, die nicht nur der Sache selbst, sondern vor allem den betroffenen Patienten diene: die Entstigmatisierung von psychischen Erkrankungen.

Als Folge erleben wir jetzt, wie ein neuer Markt rund um das Krankheitsbild von Neurosen, Depression und Schizophrenie entsteht: Beim Taxidienst in Stockholm etwa können die Fahrgäste seit einigen Wochen kostenlos eine Beratung durch einen Psychologen dazu buchen, der auf der Rückbank mitfährt. Die Entwickler des amerikanischen Unternehmens «Ginger.io» haben eine App entwickelt, mit deren Hilfe Patienten überwacht werden können, die an Depressionen oder Schizophrenie leiden. Schlägt die App Alarm, weil die Patienten ihr Haus nicht mehr verlassen oder körperliche Anzeichen eines wahnhaften Schubs zeigen, kann ein Anruf klären, ob der Betroffene Hilfe braucht.

Und auf den Philippinen wird seit einiger Zeit sehr erfolgreich ein Restaurant mit dem Namen «Van Gogh is bipolar» betrieben. Der Besitzer Jetro hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein Menü zu erstellen, das Körper und Geist gesund hält: «Stupid & idiots are welcome», heisst es in den Hausregeln am Eingang. Dass Jetro das Ganze zumindest halb ernst meint, beweist ein Blick auf die Speisekarte: Es überwiegen Zutaten, die Serotonin oder Dopamin enthalten sowie Gerichte, die mit Johanniskraut angereichert werden.

Herzlich,
Ihre Corinna Mühlhausen