

© Grayling

© Grayling

Gemeinsame Agentur-Initiative #1von4Kindern

Heimat Wien, Grayling und Havas Media starten Bewusstseinskampagne zu psychischen Störungen bei Kindern.



WIEN. Jedes vierte Kind in Österreich hat psychische Probleme. Nur wenige werden entsprechend behandelt. Das liegt vor allem am fehlenden Wissen über das Beratungsangebot, wie eine aktuelle Umfrage der Initiative #1von4Kindern und marketagent.com zeigt. Mit Hilfe einer Bewusstseinskampagne sollen Menschen im Umfeld der betroffenen Kinder und Jugendlichen dazu bewegt werden, Hilfe zu suchen: www.1von4kindern.at.

Wieso holen sich so wenige Menschen Hilfe? Und warum wird 2019 mit diesem Thema nicht offener umgegangen? Die Agenturen Heimat Wien, Grayling und Havas Media haben deshalb gemeinsam die Initiative #1von4Kindern ins Leben gerufen. Eine Bewusstseinskampagne – bestehend aus Info-Website, Plakat-Aktion, Printanzeigen und begleitender Medienarbeit – stellt das Thema psychische Störungen in den Fokus und zeigt auf, wie Betroffenen weitergeholfen werden kann.

Fast jedes vierte Kind betroffen

Die insgesamt über 1.000 Umfrageteilnehmer in Österreich schätzen den Anteil von Kindern und Jugendlichen, die an psychischen Problemen leiden, durchschnittlich auf knapp ein Viertel (23%). Das stimmt auch mit den Ergebnissen einer Studie der Med Uni Wien aus dem Jahr 2017 überein. Ältere Erwachsene stufen dabei den Anteil psychischer Störungen als weitaus geringer ein als jene, die gerade Eltern von Kindern im Schulalter sind.

Am häufigsten werden in der Befragung folgende psychische Störungen bzw. Krankheiten von Kindern und Jugendlichen genannt: Depressionen von einem Viertel der Befragten, ADHS von knapp 23 % und Burn-Out kennen 7,5 %. Überraschend gering sind die Nennungen zu Essstörungen (4,8%). An letzter Stelle kommen Suchtprobleme mit 4 %. Diese eher geringen Prozentsätze könnten mit fehlendem Wissen zusammenhängen, da mehr

als die Hälfte der Befragten (55%) angibt, wenig bis nichts über Frühanzeichen von psychischen Störungen zu wissen.

Probleme ansprechen ist oft tabu

Fast 50 % der Befragten geben an, über Erfahrung mit Kindern und Jugendlichen mit psychischen Problemen in ihrem Umfeld zu verfügen. Unter Lehrerinnen und Lehrern liegt dieser Prozentsatz sogar bei 90 %.

Dennoch stellen psychische Probleme im persönlichen Umfeld für die Hälfte der Befragten ein Tabu-Thema dar. Und die Gesprächsbereitschaft dazu ist unter Kindern und Jugendlichen selbst offensichtlich noch geringer. Die Befragten schätzen, dass nur ein Drittel in dieser Zielgruppe über psychische Störungen spricht.

Wenig Wissen über Hilfe und Beratungsangebot

Über 70 % der Befragten können keine Beratungs- und Behandlungsangebote für Kinder und Jugendliche mit psychischen Problemen nennen. Wobei Frauen gegenüber Männern hier einen Wissensvorsprung haben (36 % der Frauen bzw. 24% der Männer kennen Beratungsangebote).

In einem Ranking (nach Schulnoten) zum Beratungs- und Behandlungsangebot erhalten Kinder- und JugendpsychiaterInnen mit 1,6 die Bestnote, gefolgt vom Psychosozialen Dienst (1,9) und dem Berufsverband der Österreichischer PsychologInnen mit 2,0.

Kriseninterventionszentren, Kinderhilfswerk sowie Rat auf Draht bekommen die Note 2,2. Trotz der relativen Nähe zu den Kindern und Jugendlichen erhalten SchulärztInnen die Note 2,8.

Integrierte Kommunikationskampagne soll Bewusstsein schaffen

Basierend auf den Ergebnissen der von marketagent.com

durchgeführten Umfrage, hat Heimat Wien federführend mit Grayling, Havas Media, MXR Productions sowie Blaupapier eine Bewusstseinskampagne für mehr Achtsamkeit gegenüber psychischen Störungen bei Kindern und Jugendlichen ins Leben gerufen. Die Initiative wird unterstützt vom Neunerhaus, dem Verein Die Möwe und der Caritas und ist ab sofort im Kino, auf Plakaten sowie in breit gestreuten Printmedien zu sehen.

Heimat-CCO Georg Feichtinger zur Kampagnen-Idee: „Die Seele eines Kindes ist wie ein unbeschriebenes, heiles Blatt Papier. Und nur weil wir von außen keine Wunden sehen, bedeutet das nicht, dass diese Seele ohne Schmerzen ist – man muss genauer hinsehen, um zu erkennen, was dahintersteckt. Das haben wir dramatisch umgesetzt.“

„Psychische Störungen sind weit häufiger als man denkt und noch dazu Tabuthema. Leider haben psychisch kranke Kinder keine Lobby. Mit dieser Initiative möchten wir das ändern. Ein großes Dankeschön an unsere Partner in der Kampagnenumsetzung, die allesamt pro bono arbeiten.

Und ganz besonders an die Unterstützer der Initiative, die NGOs, deren weiterführende konkrete Beratungsangebote Abhilfe ermöglichen. Hoffentlich schließen sich ihrem Beispiel noch viele weitere Organisationen an“, so Heimat Wien-Gründer und CEO Markus Wieser.

„Früherkennung und rasche Behandlung spielen eine entscheidende Rolle. Für die betroffenen Kinder und Jugendlichen, aber auch für deren Familien. Für uns steht im Mittelpunkt, dass unsere Botschaft verständlich bei den Menschen ankommt: Man steht mit psychischen Problemen nicht allein da“, so Grayling-CEO Sigrid Krupica.

Michael Göls, Geschäftsführer von Havas Media, weiter: „Es ist uns sehr wichtig, dass die Menschen erfahren, an wen sie sich im Problemfall wenden können: Unsere Bewusstseinskampagne ist eine Einladung an die Betroffenen, aktiv zu werden und gezielt Hilfe zu suchen.“ (red)

stories to tell

[Jetzt abonnieren](#)