

«Apotheker sind schlechte Verlierer»

Gelassene Reaktion der Ärztesgesellschaft

phi. Die Apotheker wollen den Entscheid der Stimmberechtigten zur Neugestaltung der Medikamentenabgabe mit einer staatsrechtlichen Beschwerde beim Bundesgericht anfechten, wie Ende letzter Woche bekannt wurde (NZZ 24. 1. 09). Dass sie sich trotz drei Abstimmungsniederlagen nicht geschlagen geben, macht sie für die Ärztesgesellschaft des Kantons Zürich vor allem zu schlechten Verlierern. Für deren Präsidenten, Urs Stoffel, kam der Entscheid der Apotheker, nun selbst einer Volksentscheid in Zweifel zu ziehen, aber keineswegs unerwartet, wie er auf Anfrage der NZZ mitteilte. Bereits während des Abstimmungskampfes hätten die Apotheker angekündigt, so Stoffel, dass sie einen allfälligen positiven Volksentscheid nicht akzeptieren wollten. Damit achteten sie in den Augen Stoffels aber vor allem das Wohlergehen der Patienten gering, die mit der Neugestaltung der Medikamentenabgabe klare Vorteile erhielten.

Vonseiten der Ärztesgesellschaft sehe man dem Verfahren vor Bundesgericht in rechtlicher Hinsicht aber mit Gelassenheit entgegen und sei juristisch vorbereitet. Eine aufschiebende Wirkung der Beschwerde sei leider zu befürchten, meint Stoffel. Mit der Beschwerde sei der Zeitpunkt der Umsetzung des Volksentscheids jedenfalls in Frage gestellt. Die Änderung hätte am 1. Januar 2010 in Kraft gesetzt werden sollen.

Für Stoffel stellt sich damit auch eine grundsätzliche Frage: «Wenn solches Schule macht, dann ist der Ausverkauf der Demokratie nicht mehr weit.» Entsprechend geballt sei auch die Ladung an Reaktionen der Ärzteschaft schweizweit gewesen, sagt Stoffel. Wo führe das hin, wenn jeder Entscheid des Souveräns mit rechtlichen Mitteln angefochten und allenfalls aufgehoben werden könne?

Die Apotheker vertreten in ihrer Eingabe die Meinung, dass das Medizinalberufegesetz die direkte Abgabe von Medikamenten durch den Arzt nicht erlaube. Anderer Meinung waren da die Ärzte. Die Volksinitiative der Zürcher Ärzteschaft «Ja zur Wahlfreiheit beim Medikamentenbezug» wurde im vergangenen November von den Zürcher Stimmberechtigten mit 53,7 Prozent angenommen. Dem Entscheid gemäss sollen nun voraussichtlich ab 2010 auch die Ärzte von Zürich und Winterthur Medikamente nicht nur verschreiben, sondern auch abgeben können.

Verkehrsunfall in Langnau fordert ein Todesopfer

bai. Bei einer Frontalkollision ist am Sonntag eine 46-jährige Autolenkerin ums Leben gekommen. Drei weitere Personen wurden zum Teil schwer verletzt. Ein 10-jähriges Kind blieb unverletzt. Nach Angaben der Kantonspolizei Zürich fuhr die Frau in ihrem Geländewagen um 15 Uhr 10 auf der Sihltalstrasse von Sihlbrugg herkommend in Richtung Zürich. Sie war in Begleitung eines 10-jährigen Kindes. Aus bis jetzt unbekanntem Grund kam es ausgangs Langnau am Albis zu einer Frontalkollision mit einem entgegenkommenden Personenwagen. In diesem Fahrzeug waren vier Personen, unter ihnen drei Frauen und ein Mann im Alter von 58 bis 62 Jahren. Der Zusammenprall war so heftig, dass die Lenkerin des Geländewagens ihren Verletzungen an der Unfallstelle erlag. Drei der vier Personen im zweiten Fahrzeug mussten mit zum Teil schweren Verletzungen ins Spital gebracht werden. Die Sihltalstrasse war in beiden Richtungen bis am späten Sonntagabend gesperrt. Personen, die Angaben zum Unfallhergang machen können, sind gebeten, sich bei der Kantonspolizei Zürich, Telefon 044 247 22 11, zu melden.

INHALT

Wellness und ungebundene Gäste
Seit zwei Jahren bietet das Thermalbad Baden «Kerzenschwimmen» an. Am Wochenende suchten später Vandalen den Bäderbezirk heim. 25

Kandidatenflut in Brütten
Nachdem in der Gemeinde Brütten ein Friedensrichter namens Marian Danowski gedroht hatte, meldeten sich 20 Interessenten für das Amt. 25

Das Tier im Menschen



CHRISTIAN BEUTLER

Das Theater Winkelwiese zeigt das kafkaeske Stück «Der Hund, die Nacht und das Messer» von Marius von Mayenburg. **Zürcher Kultur 26**

«Viele wollen mit uns Geld machen, aber nicht zu uns stehen»

Die Euro-Pride, das Fest der lesbisch-schwulen Gemeinschaft, stösst bei Sponsoren auf Zurückhaltung

Die Austragung der Euro-Pride, des europäischen Festivals von Homosexuellen, findet diesen Frühling in Zürich statt und dürfte gegen 100 000 Menschen anlocken. Obwohl Schwule und Lesben ein lukratives Werbe-Zielpublikum sind, scheuen sich Firmen davor, den Anlass zu sponsern. Nun muss das Festival den Gürtel enger schnallen.

ami. Ähnlich wie bei den Europameisterschaften im Fussball ringen jeweils mehrere Städte um die Austragung der Euro-Pride. Dass sich Zürich gegen Tel Aviv und Mannheim habe durchsetzen können, sei darauf zurückzuführen, dass die Schweiz als erstes Land das Partnerschaftsgesetz mit der Zustimmung des Volkes eingeführt habe, erzählen Karin Grundböck und Jürg Koller. Sie präsidieren den Verein Euro-Pride 09, der sich um die Organisation des Anlasses kümmert. Geholfen habe für den Zuschlag auch die tatkräftige Unterstützung von der Stadt und den Tourismusbehörden. Das Festival, das aus kulturellen und politischen Anlässen, Partys und einer bunten Parade als Höhepunkt besteht, findet vom 2. Mai bis zum 7. Juni statt und dürfte bis zu 100 000 Menschen nach Zürich locken.

Graues Bankenimage aufpeppen

Die Euro-Pride ist ein Event mit internationaler Ausstrahlung, Anlässe dieser Art wünschen sich der Zürcher Tourismusverband sowie der scheidende Stadtpräsident Elmar Ledergerber für die Limmatstadt. Um die Euro-Pride in Zürich zu bewerben, investiert Zürich Tourismus rund 100 000 Franken. Der Fokus dieser Investitionen liegt dabei vor allem auf Deutschland, England und den USA, wo Zürich etwa auf Websites und in Magazinen der Gay-Community als «Gay Capital of Switzerland» angepriesen wird.

Maurus Lauber, Marketingleiter bei Zürich Tourismus, erwartet, dass die Euro-Pride Zürichs bunte und weltoffene Seite in der Welt bekannt machen wird. Trotz Street Parade, vielseitigem Nachtleben und Kulturangebot klebe an Zürich nach wie vor das graue Image einer Finanzmetropole. Zürich, so hofft Lauber, werde nach der Austragung zu den Top-Reisedestinationen auf der Landkarte der reise- und kauffreudigen Schwulen und Lesben werden. «Gleichgeschlechtliche Paare sind sogar lebens- und ausgabefreudiger als kinderlose heterosexuelle Paare. Sie wollen das Leben geniessen und gönnen sich Lifestyle und Luxus», sagt Lauber. Dass Zürich als Schwulenstadt andere Touristen – etwa aus Saudiarabien – abschrecken könnte, hält der Marketingleiter für unwahrscheinlich. «Saudis schätzen an Zürich die Offenheit und Toleranz – auch ihnen und ihren Kleidernormen gegenüber.»



Firmen zögern, Gay-Grossanlässe zu sponsern. Im Bild der Christopher Street Day 2007 in Zürich.

FRANCO BOTTINI

Obwohl Homosexuelle als Kundschaft begehrt sind, haben die Organisatoren des Festivals Mühe, Sponsoren zu finden. Einen Strich durch die Rechnung machte ihnen zwar auch die Finanzkrise – das Problem liegt jedoch tiefer. «Die Firmen haben Vorbehalte. Sie wollen sich nicht in diesem Markt positionieren», sagt Jürg Koller, Co-Präsident des Euro-Pride-Trägervereins. Die Unternehmen fürchteten, durch die Werbung von Schwulen und Lesben heterosexuelle Kunden zu vergraulen. «Viele Firmen wollen mit uns Geld verdienen, nicht aber zu uns stehen», sagt Koller. So stürzten sich einige Unternehmen auch am Umstand, dass das Fest auf dem Münsterhof und dem Stadthausareal im Herzen Zürichs stattfindet, sagt Koller. Hier sehe eine breite Öffentlichkeit, wer für Homosexuelle werbe. Diese Publicity geht den Firmen offenbar zu weit. Noch sei man mit einigen Firmen am Verhandeln. Als Sponsoren haben bisher unter anderem Nivea, Coca-Cola, Compass-Group, British Airlines und SBB Railway zugesagt.

Abstriche beim Programm

Aufgrund der tiefen Sponsoringeinnahmen werde das Festival ein paar Abstriche beim Programm machen müssen, sagt Koller, einigen Bands und Künstlern habe abgesagt werden müssen. Die Finanzierung sei jedoch grundsätzlich nicht gefährdet. Die Organisatoren sind enttäuscht über die Wirtschaft, zumal die letzten beiden Austragungen der Euro-Pride in Stockholm und Madrid dank starken Sponsoren sehr gut finanziert waren. Das Verhalten der hiesigen Firmen zeige

Euro-Pride in Zürich

ami. Die Euro-Pride dauert normalerweise bloss 10 Tage. In Zürich wurde der Event mit dem schwul-lesbischen Kultur-Monat Warmer Mai und dem Filmfestival Pink Apple verbunden und dauert deshalb über vier Wochen. Höhepunkt wird die Parade am 6. Juni mit dem Fest in der «Euro-Pride-Village» auf dem Münsterhof. Bestandteil des Festivals sind auch Fachtagungen zu juristischen, politischen und wirtschaftlichen Themen rund um die Homosexualität. Informationen unter www.europride09.eu.

jedoch, dass Schwule und Lesben nach wie vor für ihre Rechte kämpfen müssten. Man habe seit dem ersten Schwulen-und-Lesben-Aufstand in der Christopher Street in New York 1969 – an den auch in Zürich jährlich mit dem Christopher Street Day (CSD) erinnert wird – politisch viel erreicht, sagt Co-Präsidentin Karin Grundböck. Und dafür wolle man der Bevölkerung danken. Nach wie vor müssten Schwule und Lesben allerdings gerade am Arbeitsplatz gegen Vorurteile und Diskriminierungen kämpfen. In der Schule gelte «schwul» noch immer als Schimpfwort. Im Rahmen des Festivals wolle man deshalb an Workshops und Podien auch Themen wie Diversity in Unternehmen oder im Militär diskutieren. Die Euro-Pride-Veranstalter wollen zudem im Stadtzentrum Zürichs den Dialog mit der Bevölkerung suchen, um Fragen und Ängsten zu begegnen, aber auch um gemeinsam 25 Jahre Pride-Bewegung zu feiern.

Handicaperte – die Seismografen des Betriebsklimas

«This-Priis»-Auszeichnung von Firmen, die in ihren Betrieben Behinderte beschäftigen

Am vergangenen Samstag ist zum vierten Mal der «This-Priis» verliehen worden. Die von der Familie Widmer ins Leben gerufene Auszeichnung geht jeweils an Firmen, die in ihren Betrieben geistig, körperlich oder psychisch behinderte Menschen beschäftigen.

phi. Wie können Unternehmen bewegt werden, in ihren Betrieben Arbeitsmöglichkeiten für Handicaperte zu schaffen? Diese Frage stellte sich die Familie des seit Geburt zerebral behinderten This und fand eine einfache wie bestechende Antwort. Seit 2006 vergeben die Widmers jährlich einen mit insgesamt 25 000 Franken dotierten Preis an Firmen auf dem freien Markt, die geistig, körperlich oder psychisch behinderte Menschen beschäftigen. Mit ihrem «This-Priis» – einer eigentlichen Sensibilisierungskampagne – wollen die Brüder von This, Martin und Lienhard Widmer, vor allem Aufmerksamkeit schaffen, Berührungsängste von Firmen abbauen und kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) dazu ermuntern, Arbeitsbeeinträchtigte aller Art auf dem ersten, normalen Arbeitsmarkt eine Chance zu geben.

Beide Seiten profitieren

Ausschlaggebend für die Idee mit dem Preis waren die persönliche Betroffenheit der Familie Widmer sowie gute Erfahrungen. Der grosse Traum des behinderten Mathias «This» Widmer,

Pöstler zu werden, ging zwar nie in Erfüllung. Neben der Beschäftigung in einer geschützten Werkstatt, fand This aber für zwei Arbeitstage einen Job in der Mensa des privaten Gymnasiums und Lehrerbildungsinstituts in Zürich Unterstrass. Diese Stelle am ersten Arbeitsmarkt bedeutete zwar für den Arbeitgeber einen Mehraufwand. Die Bildungsinstitution verstand aber ihr Engagement als Teil der pädagogischen Maxime, Integration auch im Alltag umzusetzen.

Also ein Glücksfall? Marcel Fluri, Geschäftsführer des Sozialunternehmens Espas Zürich für Behindertenintegration, meint dazu, entscheidend sei letztlich zwar der Goodwill eines Unternehmens. Es sei aber wichtig, geeigneten Betrieben klarmachen zu können, dass die Anstellung eines Behinderten oft beiden Seiten etwas bringe.

Imagegewinn komme dabei ganz am Schluss, betonen viele Firmen, die bei sich Handicaperte beschäftigen. So spricht Andreas Lehmann von der dieses Jahr mit dem «This-Priis» ausgezeichneten Holzofenbäckerei Lehmann in Lanterswil (TG) vom positiven Effekt, den die Integration von Behinderten auf das Arbeitsklima habe: «Meine handicaperten Mitarbeiter sind wie Seismografen und nehmen die leisesten Erschütterungen wahr. Wie meine anderen Mitarbeiter mit ihnen umgehen, ist ein Gradmesser für das Klima im Betrieb.» Mit seinen 50 Mitarbeitern gehört der Bio-Beck zu den grössten Bäckereien seiner Art in der Schweiz. Der zweite «This-Priis»-Preisträger in diesem Jahr ist der Betrieb Tobias Juch-

ler Garten- und Landschaftsbau in Rümlang. KMU wie Gärtnereien oder Bäckereien seien die idealen Partner der Stiftung Espas, betont Marcel Fluri. Hier fänden sich noch immer genügend geeignete Nischenarbeitsplätze für die Wiedereingliederung von Behinderten, um die sich die Stiftung Espas seit über 25 Jahren bemüht.

Einfache Jobs würden im Zuge von Effizienzsteigerung und technischem Fortschritt zwar immer seltener, die Anforderungsprofile immer höher, gibt Fluri zu bedenken. Daher sei die Aufklärungsarbeit von Espas bei potenziell geeigneten Arbeitgebern umso wichtiger. Espas bietet diesen ein Coaching bei der Integration und Betreuung von Arbeitsbeeinträchtigten vom Anstellungsgespräch bis zum Einarbeiten. Unterstützt werden die Betriebe auch beim Know-how im Umgang mit beispielsweise psychisch Behinderten, und die Stiftung tritt bei Problemfällen als beratender Partner auf.

Jobs mit Nestwärme

Im Zuge der Rezession wird die Vermittlungsarbeit allerdings eine Spur härter, betont Fluri. Insbesondere Grossbetriebe, die abbauen müssten, leisteten sich keine schwächeren Mitarbeiter mehr. Er und Martin Widmer, Präsident des Vereins «This-Priis», setzen aber gerade in einem rauerer wirtschaftlichen Klima auf die kleineren Betriebe: Sie hoffen, dass sich diese auf alte Werte rückbesinnen und wieder vermehrt bereit sind, Jobs mit Nestwärme anzubieten und zu erhalten.