

## **Institut „sowhat“ zieht positive Bilanz: Die erste Österreichweite Aufklärungskampagne über die Gefahren von Essstörungen war ein voller Erfolg!**

Die von „sowhat“, einem Institut für Menschen mit Essstörungen, am 8. Mai im Rahmen einer großen Auftaktpressekonferenz mit BM Dr. Andrea Kdolsky und namhaften Vertretern aus Wirtschaft, Kultur und Medien gestartete erste Österreichweite Aufklärungskampagne über die Gefahren von Essstörungen erreichte via TV, Radio und Printmedien hunderttausende Österreicherinnen und Österreicher. Der Dank der Initiatoren gilt besonders den prominenten Unterstützern, BM Dr. Andrea Kdolsky, Prof. Dr. Wimmer-Puchinger, Ö 3 Lady Daniela Zeller, Moderatorin und Schauspielerin Mirjam Weichselbraun, Ernährungscoach Sasha Walleczek, Modedesigner Thang de Hoo, „Woman“-Chefredakteurin Euke Frank sowie Rudi Kobza von der Werbeagentur draftfcb + kobza.

Schon der Auftakt war fulminant: Unter der Moderation von Ö 3-Stimme Daniela Zeller und im Beisein von BM Dr. Andrea Kdolsky stellten die Initiatoren und prominenten Unterstützer – unter ihnen der bekannte Modedesigner Thang de Hoo und Werbeprofi Rudi Kobza – die Kampagne vor.

Das Medienecho übertraf dennoch alle Erwartungen - von Mai bis September gab es an die 50 Berichte in Rundfunk, TV und Printmedien (u. a. im ORF in der „ZiB“ und in „Thema“, auf Ö3, ATV, Pro7, PULS TV, in der „Presse“, im „Kurier“, in der „Kronen Zeitung“, den „Salzburger Nachrichten“, OÖN, in der „Kleine Zeitung“, „Tiroler Tageszeitung“, in News, Woman etc.). Zusätzlich lief eine Anzeigenkampagne in diversen Printmedien des Landes (u. a. auch im „Wiener“ bzw. „Wienerin“, in „Miss Diva“, im „Seitenblicke Magazin“, in der „Kärntner Woche“). 45 TV Spots wiesen in den Sommermonaten die Seher von ATV, RTL, RTL II, super RTL, Pro7, SAT1, VOX, Kabel Austria, Viva, Go TV u. a. auf die Gefahren von Essstörungen hin und wurden im Juli von Radiospots auf Antenne Kärnten begleitet.

Doch damit nicht genug. Insgesamt wurden in den Sommermonaten in Wien, Niederösterreich und Kärnten 460 Großplakate mit den Botschaften der Kampagne angebracht. Schon im Mai und Juni waren zudem 100.000 (!) boomrang-post-cards in 236 Schulen und Szenelokalen bundesweit verteilt worden, die bei der jugendlichen Zielgruppe auf große Resonanz stießen.

Die Reaktionen auf diese umfassende Öffentlichkeitsarbeit waren enorm. So konnte die Homepage des Instituts „sowhat“ seit dem Start der Kampagne 50 % mehr Zugriffe verzeichnen! Damit steht den 40.000 Euro Gesamtkosten der Kampagne ein geschätzter Gegenwert von rund 150.000 Euro gegenüber.

Insgesamt können die Initiatoren von „sowhat“, der größten ambulanten Einrichtung für Menschen mit Essstörungen in Ostösterreich, also eine überaus positive Bilanz ziehen: Mit Hilfe der Kampagne konnten viele ÖsterreicherInnen über Hintergründe und Verlauf von Magersucht, Bulimie (Ess-Brechsucht) und Binge Eating (regelmäßige Essanfälle) aufgeklärt und eindrücklich auf die Gefahren von Essstörungen hingewiesen werden. Die zahlreichen positiven Reaktionen zeigen, dass mit der umfassenden Medienberichterstattung die breite Öffentlichkeit sowie viele Betroffene und Gefährdete erreicht werden konnten und somit ein wichtiger Schritt zur Prävention und Heilung von Essstörungen gesetzt wurde.

### **Ihr Ansprechpartner:**

sowhat – Institut für Menschen mit Essstörungen, Mag. Bernhard Wappis, E-Mail: [b.wappis@sowhat.at](mailto:b.wappis@sowhat.at), [www.sowhat.at](http://www.sowhat.at), Mobil: 0676/843145213

Mit freundlicher Unterstützung von:



**DRAFTFCB +  
KOBZA**

