

Rosenbergstrasse 115

Auch Verleger wagen heute wieder zu jammern. Die grossen Pharmafirmen geben hohe sechsstellige Beträge aus für ihre Auftritte an wichtigen Kongressen, für Standmiete, Springbrunnen und Alpenpanoramas, Referenten, Speis- und Tränkung von Kongressteilnehmern, Give-aways und dergleichen mehr. So beispielsweise an den Jahreskongressen der SGIM. Den Kongressorganisatoren sei gegönnt; die Kassiere der Fachgesellschaften können den Zustupf gebrauchen. Was uns Fachzeitschriftmacher gelegentlich irritiert: Dieselben grossen Pharmafirma können es sich offenbar nicht leisten, den vollen Preis einer Anzeige zu bezahlen.



Gibt es eigentlich Outcome-Messungen für Kongresspräsenzen? Gibt es zweifellos. Und sie werden alle das Gleiche sagen: Der Nutzen lohnt den Aufwand nicht. Und dennoch sind meisten Firmen und meist recht grosszügig präsent. Warum eigentlich? Wo und bei wem (und wodurch genau) wird denn der Nutzen generiert? Besteht der Nutzen lediglich im Abwenden von (angedrohtem) Schaden im Fall des Wegbleibens? Und warum bezahlen die Firmen nicht einfach die Hälfte des budgetierten Aufwands cash an die Organisatoren und sparen sich die ganzen Auslagen für Personal und Standaufbauten? Wer weiss, vielleicht machens ja einige so und wir merkens nur nicht.



Gut, gut, man kann sich auch fragen, was denn Werbung in Printmedien nütze. Die

Antwort ist immer die gleiche, so unbefriedigend wie wahr: Verzichten Sie einfach mal auf Werbung – und Sie werden die Antwort sehen. Auf der Grafik «Umsatzentwicklung».



Es gibt manchmal auch Positives vom Bundesrat zu berichten. Die Rechtskommission des Ständerats (bürgerlich dominiert) forderte den Bundesrat auf, neue Gesetze auszuarbeiten. Als ob wir nicht schon genug davon hätten – dies normalerweise der berechnete Einwand bürgerlicher Politiker. Diesmal aber ist der Bundesrat gescheiter. Herr Blocher meint, zur Regelung der Sterbehilfe brauche es keine neuen Gesetze, damit seien nämlich ausgerechnet die kritischen ethischen Fragen nicht zu erfassen. Sie hätten deshalb keinen praktischen Nutzen. Und überdies: Die Richtlinien der Schweizerischen Akademie der medizinischen Wissenschaften eigneten sich weit aus besser, diese heiklen Fragen zu regeln. Chapeau! Und das nicht zum ersten Mal an diese Adresse.



Oder wies ein Zeitungskomentator formulierte: Der Tod ist individuell, daher ist seine Ankunft gesetzlich nicht zu regeln. Wie wahr.



Der neue deutsche Patriotismus in Schwarz-Rot-Gold im Umfeld der Fussball-Weltmeisterschaft lässt manchen nichtdeutschen Zeitgenossen misstrauisch um sich gucken. Man erinnert sich. Beruhigt einer, der sich

schon über die Angst vor Hunden mokiert hat: Ach was, die Deutschen. Die machen nichts, die wollen nur spielen.



Von solch lockerem Umgang mit potenziell gefährlichen Lebewesen gar nicht beruhigt sind jene, die dem Rat vertraut haben «Hunde, die bellen, beißen nicht» – und dann vom wuffenden Hofhund doch gebissen wurden. Meint einer: Auch nette kleine Hunde bleiben eben Hunde. Und auch fröhlicher deutscher Patriotismus bleibt deutscher Patriotismus.



In der Annahme, die folgende Charakterisierung sei inzwischen nicht zum Allgemeingut geworden: Wayne Rooney (für Nichtfussball-Experten: der englische Jungstar, dem man alles zutraut) – eine Mischung aus Teletubbie und Rottweiler.



Russisches Sprichwort: Hauptsache Gesundheit. Alles andere können wir uns kaufen!

Richard Altorfer